



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم
Université Abdelhamid Ibn Badis de Mostaganem
كلية العلوم والتكنولوجيا
Faculté des Sciences et de la Technologie
قسم الهندسة المدنية والهندسة المعمارية
Département de génie civil et d'architecture



MEMOIRE DE FIN D'ETUDE DE MASTER ACADEMIQUE

Filière : Architecture

Spécialité : Habitat et Projet Urbain

Thème

**HOTEL PRESTIGIEUX DE LUXE
RESIDENCE DE LA PERLE**

Présenté par :

MELLE SADOUKI KHEIRA

Soutenu 20/06/2017 devant le jury composé de :

Président : Mme KOURI YAMINA

Examineur 01 : MME HASSAM SOUMAYA

Examineur 02 : MME BENHAMMOU NADIA

Encadreur : MR CHACHOUR MAJID

Année Universitaire : 2016/ 2017

DEDICACES:

*Merci Allah de m'avoir donné la capacité d'écrire et de réfléchir.
En premier lieu je dédie ce travail à ma mère ma source de vie et de joie,
la femme qui m'a donnée la vie qui s'est sacrifiée pour mon bonheur, ma
réussite et qui espère toujours un avenir lumineux, que dieu me la garde.
A la mémoire de ma chère grand-mère que dieu l'accueil dans son vaste
paradis.*

*A mes adorables cousins et cousines qui ont comblé ma vie de tendresse et
d'amour, sachant qu'aucune dédicace ne saurait à sa juste valeur le
profond d'amour que je porte à ma famille.....*

A mes tantes

A mes oncles

A mes chers amis.

REMERCIEMENTS:

Tout d'abord, je remercie dieu le tout puissant de nous avoir donné le courage et la volonté d'élaborer ce travail. Nous adressons nos remerciements, à mon promoteur ; à la tête Monsieur CHACHOUR MAJID pour le suivi et l'encadrement qu'il m'a apporté et de savoir-faire

je remercie les membres du jury, d'avoir acceptés d'évaluer notre travail. Tout comme je remercie également l'ossature de l'administration de l'habitat ainsi que toutes nos examinatrices ici présentes à l'écoute du contenu de nos mémoires.

Enfin je remercie mes chers amis Mr LAZREUG ABDENNOUR et Melle TOUBACHE CHERIFA NAWEL pour leur aide précieuse.

Sommaire

-Introduction générale	9
------------------------------	---

-CHAPITRE 01 : SOUBASSEMENT THÉORIQUE

1.1. Introduction	11
1.2. Notion de luxe	11
1.3. Notion d'hôtellerie	14
1.4. Hôtel de premiers degrés	23
1.5. Sensation de combinaison	25
1.6. Stratégies de différenciation	26
1.7. Conclusion	33

-CHAPITRE 02 : ANALYSE ET RECONNAISSANCE DU SITE

2.1. Introduction	35
2.2. Le choix du lieu et sa situation	37
2.3. Motivation pour le parti urbain	39

-CHAPITRE 03 : REGARD SUR DES EXEMPLES THEMATIQUES

3.1. Introduction	48
3.2. Exemple 01 : Hôtel Atlantic Palm	48
3.3. Exemple 02 : Hôtel Burdj El Arab	52
3.4. Synthèse générale des exemples	57

-CHAPITRE 04 : PROGRAMMATION ET ELEMENT DE CONCEPTION

4.1. Programmation	59
4.2. Programme arrêté	63
4.3. Synthèse	65
4.4. Démarche conceptuelle	66
4.5. Formalisation du projet	67

-Conclusion générale	71
----------------------------	----

-Bibliographie	71
----------------------	----

-Annexes

Table des figures

Figure 1 Les cinq critères	12
Figure 2 : Tableau représentatif des trois niveaux de luxe.....	13
Figure 3: Une vue sur la piscine du l'hôtel Le Venetian	27
Figure 4: Une vue d'intérieur du l'hôtel Le Venetian	27
Figure 5 : Une vue d'une chambre du l'hôtel Le Venetian	27
Figure 6: Une vue sur le hall du l'hôtel Le Venetian	27
Figure 7 : une vue sur l'entrée du palais jamais.....	28
Figure 8: Une vue la chambre du Palais Jamais.....	28
Figure 9: Une vue sur le terrasse d'une chambre du Eco Lodge Vumbira plains.....	29
Figure 10: Une vue sur la terrasse du Eco Lodge Vumbira Plains	29
Figure 11: Situation de la ville de Mostaganem par rapport au pays.....	35
Figure 12: Les communes de la wilaya de Mostaganem	35
Figure 13: Situation de la ville de Mostaganem par rapport à la région	35
Figure 14: Les limites de la wilaya de Mostaganem.....	36
Figure 15: Mostaganem et son extension (Post Colonial).....	36
Figure 16: Extension de la ville de Mostaganem (Post Colonial).....	37
Figure 17: Extension de la ville de Mostaganem (Colonial).....	37
Figure 18: Situation de notre aire d'étude.....	38
Figure 19: Schémas représentatif l'historique du site.....	39
Figure 20: Les limites de la zone d'étude	39

Figure 21: Les limites de l'aire d'étude.....	39
Figure 22: Musée El Moudjahid.....	40
Figure 23: Port de Mostaganem	40
Figure 24: Restaurant Royale	40
Figure 25: L'accessibilité au site	Erreur ! Signet non défini.
Figure 26: Le premier nœud.....	Erreur ! Signet non défini.
Figure 27: Le deuxième nœud.....	Erreur ! Signet non défini.
Figure 28: Les noeuds	Erreur ! Signet non défini.
Figure 29: Circulation urbaine	42
Figure 30 : Les fonctions urbaines	43
Figure 31: Etat des hauteurs	44
Figure 32: Etat des hauteurs	44
Figure 33: La carte des pentes	44
Figure 34: La topographie	45
Figure 35: La coupe AA.....	45
Figure 36 : La coupe BB	45
Figure 37 : L'ensoleillement	45
Figure 38: Hôtel Atlantic Palm.....	45
Figure 39 : Accessibilité	45
Figure 40: Plan de masse du l'hôtel Atlantic Palm.....	45

Figure 41: Circulation et hiérarchie des espaces	45
Figure 42: Façade de l'hôtel Atlantic Palm	45
Figure 43: Intérieur de l'hôtel Atlantic Palm	45
Figure 44: Hôtel Burdj El Arab	45
Figure 45: Situation du l'hôtel Burdj E l Arab	45
Figure 46: Accessibilité	45
Figure 47: L'atrium de l'hôtel Burdj El Arab	45
Figure 48 : Entrée du l'hôtel Burdj El Arab	45
Figure 49: Restaurant du l'hôtel Burdj El Arab	45
Figure 50: La façade des suites du l'hôtel Burdj El Arab	45
Figure 51: La façade du l'hôtel Burdj El Arab	45
Figure 52: Système constructif du l'hôtel Burdj El Arab	45
Figure 53: Exemple d'une entrée du l'hôtel	45
Figure 54: Exemple d'un Comptoir de réception	45
Figure 55: Exemple d'un hall d'accueil	45
Figure 56: Exemple d'une chambre	45
Figure 57 : Exemple d'une suite	45
Figure 58: Exemple d'un appartement	45
Figure 59: Exemple d'un bureau	45
Figure 60: La démarche conceptuelle	45

Figure 61: le terrain d'implantation	45
Figure 62: Schéma 01 : les niveaux	45
Figure 63: Schéma 02 : les percés visuels	45
Figure 64: Schéma 03 : Les axes	45
Figure 65 : Schéma 04 : la projection des entités	45
Figure 66: Schéma 05 : l'opération de superposition	45
Figure 67: Photo de la perle	45
Figure 68 : Le volume final	45

Introduction générale

Le luxe est plus que jamais de pertinence. En effet la clientèle du rayon du luxe n'arrête de développer chaque année. Donc, afin de contenter et satisfaire leurs faibles et derniers besoins, désirs, les acteurs de luxe ne cessent de lancer et d'inventer, créer des nouveaux champs pour répondre aux souhaits et attentes de ce genre de public luxueux et particulier. Car le haut de gamme continue à faire rêver.

Ainsi pour l'hôtellerie de luxe fait fraction de cette clientèle lors un déplacement professionnel ou touristique d'une région à une autre, d'un pays à un autre d'un continent à un autre. Si la clientèle de ce secteur ne cesse de croître chaque année comme nous avons mentionné précédemment il en va de même pour ce type d'hôtellerie qui s'évolue fabuleusement et ceci dans le monde entier.

Afin de mieux comprendre notre sujet de recherche il nous a semblé judicieux dans un premier temps d'étudier la notion du luxe, puis de retracer un aperçu sur la notion de l'hôtellerie en générale, et enfin nous évoquerons une étude d'hôtellerie de luxe.

Notre travail a surtout consisté à rechercher des informations secondaires, en effet il s'appuie sur des documents, de travaux de recherche, d'ouvrages mais aussi de sites Internet.



CHAPITRE 01 :

SOUBASSEMENT

THÉORIQUE

1.1. Introduction :

L'hébergement est l'élément clé du voyage luxueux, en effet tous les hôtels de luxe ne peuvent pas être classés dans la catégorie des hôtels de haut de gamme car ces établissements répondent à des normes et des critères bien spécifiques.

Afin de mieux comprendre la notion de l'hôtellerie de luxe, tout d'abord dans cette partie nous allons étudier la notion de luxe, et la notion d'hôtellerie.

1.2. Notion de luxe :

1.2.1. Définition :

Selon Michel GOETSCHMANN, consultant spécialisé dans l'industrie du tourisme et conférencier international, « *Toute définition claire du luxe est impossible car chacun perçoit son luxe différemment* ». ¹

En nous intéressant à la notion de luxe d'une façon générale nous devons comprendre ce qu'on l'entend par cette notion, en sachant qu'il existe de différentes interprétations, donc nous allons essayer de vous proposer des définitions sous plusieurs angles.

En premier temps, une définition étymologique², Le mot luxe tire son origine du latin *luxus* qu'indique l'abondance, raffinement, somptuosité excessive. Dans un deuxième temps les dictionnaires vont lancer plusieurs définitions surtout pas similaires, alors selon le petit Larousse « il lui définit souvent comme un caractère tout ce qui est couteux, raffiné, somptueux ».

Selon le petit robert est « *un mode de vie marqué par des grandes dépenses consacrées à l'acquisition de bien superflu, par du plus grand gout* »³.

¹ <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/luxe>.

² Le petit robert.

³ <http://dictionnaire.sensagent.com/luxe/fr-fr>.

« Selon Michel Godet dans son ouvrage *le luxe dans tous ses états* dit que le luxe n'est plus essentiellement splendide, ni même destinée à certains privilèges, ainsi le luxe se dépersonnalise, se banalise et se démode en plus vite. »⁴.

En effet le luxe c'est un terme complexe difficile à le définir c'est-à-dire on ne peut plus jamais de lui donner une définition précise car plusieurs professionnels du luxe, économistes ; chercheurs, sociologues, la clientèle du luxe essaient de lui donner une définition unique, mais il reste toujours un concept subjectif. C'est-à-dire c'est un complexe qui peut être perçu de différentes façons par les individus il peut être défini comme quelque chose de rare c'est-à-dire tout ce qui est luxueux n'est ni commun ni courant, une façon d'être unique.

1.2.2. Les critères de luxe :

Le concept de luxe se distingue par sa rareté, sa qualité justifiant un prix élevé, la beauté et esthétique et en dernier le bon goût, malgré les différentes définitions lancées par plusieurs personnes, sa définition se synthétise notamment à travers les cinq critères principaux que sont :

Les cinq critères de luxe :

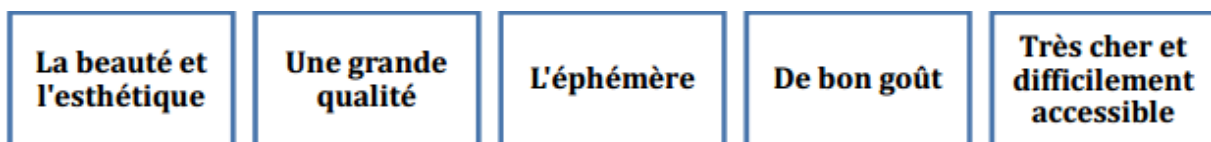


Figure 1 : Les cinq critères de luxe

1.2.3. Les trois cercles de luxe :

Selon Jean CASTARÉDE, dans son ouvrage *«le luxe»*, classifie le secteur du luxe selon trois cercles présentés au-dessous :

« Le Super luxe accessible à quelques-uns., Les produits sont alors uniques et sur mesure, le deuxième cercle est plus abordable, qui sont plutôt des déclinaisons du luxe, ce cercle

⁴ Michel GODET, *«le luxe dans tous ses états»*, 1999.

correspond aux secteurs traditionnels du luxe, le troisième et le dernier cercle correspond aux produits particuliers par rapport aux produits de masse. »⁵.

1.2.4. Les trois niveaux de luxe :

Daniel ALLÉRÉS, dans son ouvrage «*LUXE....Stratégies Marketing*», distingue trois niveaux de luxe⁶ : luxe inaccessible, luxe intermédiaire et luxe accessible qui correspondent bien aux 3 cercles de Jean CASTARÉDE. Je vais retirer l'essentiel de ces définitions pour qu'on puisse mieux comprendre les spécificités de chaque niveau des produits de luxe.

*Le luxe inaccessible : Il correspond à des produits de qualité inégalée et exceptionnelle, rare, voire unique, et précieux possédant une certaine perfection de réalisation.

*Le luxe intermédiaire : est de très grande qualité mais moins parfait et moins rare que le luxe inaccessible. Par rapport au luxe inaccessible, son prix est déjà plus accessible.

*Le luxe accessible : ses produits sont fabriqués en série et plus rapidement.

NIVEAU DE LUXE	STRATÉGIE MARKETING	STRATÉGIE DE PRIX
<p>Luxe inaccessible : leaders, productions en petites séries et produits fascinants.</p> <p>Consommateurs : recherche de produits originaux et prestigieux.</p>	<p>Stratégie d'offres feutrées : entretenir le niveau culturel de la marque et dimension symbolique. Entretien de l'élitisme.</p>	<p>Coûts direct et indirects : valeur de l'exclusivité</p>
<p>Luxe intermédiaire : production de séries limitées.</p> <p>Consommateurs : besoin de prestige et de qualité.</p>	<p>Stratégie offre/ demande : mise en avant de la marque, du produit et de leur différence.</p>	<p>Prix de la différence et de la distinction. Équilibre entre accessibilité et rareté.</p>
<p>Luxe accessible : production de grandes séries.</p> <p>Consommateur : ce qui compte c'est l'aspect et le contenu.</p>	<p>Stratégie de demande recherchée : concurrence forte. L'appartenance à la marque rassure les consommateurs adultes.</p>	<p>Prise en compte des prix de la concurrence.</p>

Figure 2 : Tableau représentatif des trois niveaux de luxe.

⁵ CASTARÉDE Jean, «*Le luxe*», 1992, P62.

⁶ ALLERES Danielle, «*LUXE....Stratégies Marketing*», p169 – 207.

1.3 La notion d'hôtellerie :

L'hôtellerie est une industrie qui ne date pas d'hier. Les romains disposaient déjà d'établissements hôteliers dans les lieux de villégiature, sous forme d'auberges. Avec le temps, ces auberges se développaient en surface et en activité.

1.3.1. Définition de l'hôtel :

L'hôtel est un établissement commercial d'hébergement classe, qui offre des chambres ou des appartements meublées en location soit à une clientèle qui effectue un séjour caractérisé par une location à la semaine ou au mois, mais n'ayant pas domicile .Il est exploité toute l'année ou seulement pendant une ou plusieurs saisons.

On le défini aussi comme une infrastructure destine à l'hébergement des personnes touristes, hommes d'affaires des conditions confortables, avec la possibilité d'accès à des prestations annexes, selon la catégorie de l'établissement telles que la restauration, l'animation culturelle et les services tels que le téléphone, la télévision...etc.

1.3.2. Classement des Hôtels :

Les hôtels peuvent être classés selon trois critères majeurs :

1.3.2.a. Classement typologique :

On peut distingues trois types d'hôtels et qui sont :

- Hôtels urbains : Destinés aux séjours temporaires dans le cadre d'affaires, visites, escales, tourisme...etc.
- Hôtels de voyage : pour séjours court ou escales, intégrés ou à proximité des gares routiers ferroviaires ou aéroports.
- Hôtels de vacances : pour séjours prolongés, vacances, mer, montagne, tourisme, source thermales...etc.

1.3.2.b. Classement proportionnel :

On peut distinguer trois types d'hôtels et qui sont :

- Hôtels à l'échelle internationale.
- Hôtels à l'échelle nationale.
- Hôtels à l'échelle de la ville.

1.3.2.c. Classement qualitatif :

Les hôtels sont classés selon la qualité de leurs services en plusieurs catégories, chaque cas est libellé par une étoile dont le nombre peut varier selon l'indice de confort qui correspond aux normes requises citées dans ce qui va suivre.

1.3.3. Normes Requises :

Les normes citées ci-dessous sont par l'office national du tourisme de l'état Algérien :

LIBELLE	*	**	***	****	*****	LUXE
1. Conditions générales	Immeuble + mobilier + agencement + installation et décoration de qualité courante et en bon état d'entretien.	Immeuble + mobilier + agencement + installation et décoration de très bonne qualité, en bon état d'entretien et de bon goût.	Immeuble + mobilier + agencement + installation et décoration de très bonne qualité, en bon état d'entretien et de bon goût.	Immeuble + mobilier + agencement + installation et décoration d'une qualité et d'un goût excellent et en parfait état d'entretien.	Immeuble + mobilier + agencement + installation et décoration de la plus haute qualité et du meilleur goût et en parfait état	Immeuble situé dans un cartier de haut standing ou dans un lieu de haute valeur + mobilier + agencement + installation et décoration de

					d'entretien.	luxe et en parfait état d'entretien.
2. Entrée de l'hôtel	Immeuble autonome ou partie indépendante d'un immeuble + entrée indépendante de l'hôtel si comprenant un restaurant et un bar.	Immeuble autonome ou partie indépendante d'un immeuble + entrée indépendante de l'hôtel si comprenant un restaurant et un bar.	Immeuble autonome ou partie indépendante d'un immeuble + entrée indépendante de l'hôtel si comprenant un restaurant et un bar avec entrée indépendante de service.	Immeuble autonome + entrée indépendante de l'entrée du bar et du restaurant et distante de l'entrée de service.	Immeuble autonome + entrée indépendante de l'entrée du bar et du restaurant et distante de l'entrée de service.	Immeuble autonome + entrée indépendante de l'entrée du bar et du restaurant et distante de l'entrée de service.
3. Espace / Parking			1 empl / 6 ch. + parking autocars	1 empl / 5 ch. + parking autocars	1 empl / 4 ch. + parking autocars	1 empl / 3 ch. + parking autocars
4. Espaces communs 4.1. Hall de	Hall + comptoir de réception.	Hall + Sièges superficie de 0.5m ² /ch + réception +	Hall + Salon superficie de 1m ² /ch	Hall + Salon superficie de 1.5m ² /ch	Hall + Salon superficie de 1.5m ² /ch	Hall + Salon superficie de 2m ² /ch

réception		conciergerie + service téléphone.	(200m ² max.) + réception + conciergerie + service téléphone.	(300m ² max.) + réception + conciergerie + service téléphone + aménagement et décoration de qualité.	(300m ² max.) + réception + conciergerie + service téléphone + aménagement et décoration de qualité.	(350m ² max.) + réception + conciergerie + service téléphone + aménagement et décoration de luxe.
4.2. Restaurant	1 salle pour petits déjeuners surface selon capacité (0.9m ² /table)	1 salle pour petits déjeuners surface selon capacité (0.9m ² /table) si restaurant repas de bonne qualité propres et sains.	1 restaurant + équipement de bonne qualité (1m ² /table)	1 restaurant de confort (1.5m ² /table).	3 restaurant de grand confort (1.5m ² /table).	3 restaurant + décoration et équipement de grand luxe + une des salles de restaurant aménagée en style national.
4.3. Snack Bar				Service 6h à 1h du matin de grand confort	Service 6h à 1h du matin de grand confort	Service 24h/24h luxe

4.4. Salon Bar			Bon confort	Grand confort	Très grand confort	Luxe
4.5. Salle de banquet, de conférence					Salle de banquet + conférence + équipement et service pour conférence	Salle de banquet + conférence + équipement et service pour conférence
4.6. Boutiques			Kiosques vente tabacs + journaux + revues + cartes postales	Kiosques vente tabacs + journaux + revues + cartes postales + magasin de souvenir	Kiosques vente tabacs + journaux + revues + cartes postales + magasin de souvenir + salon de coiffure H et F	Plusieurs boutiques + salon de coiffure H et F
4.7. Vestiaires				Oui	Oui	Oui
4.8. Toilettes	W.C publics bon état de propreté	W.C publics bon état de propreté + eau chaude	W.C publics bon état de propreté + eau chaude	W.C publics bon état de propreté + eau chaude	W.C publics bon état de propreté + eau chaude	W.C publics bon état de propreté + eau chaude

		courante	courante	courante + W.C / Lavabo pour 25ch	courante + W.C / Lavabo pour 20ch	courante + W.C / Lavabo pour 15ch
4.9. Ascenseurs		Plus de trois étages	Plus de trois étages plus sous sol si ce dernier comporte des installations à l'usage des clients	Plus de trois étages plus sous sol si ce dernier comporte des installations à l'usage des clients	Un ou plusieurs ascenseurs climatisés + sonorisés + téléphones	Un ou plusieurs ascenseurs climatisés + sonorisés + téléphones
4.10. Couloirs	Eclairé 24h/24h lumière du jour ou électricité (1.2m min.)	Eclairé 24h/24h lumière du jour ou électricité (1.3m min.)	Eclairé 24h/24h lumière du jour ou électricité (1.5m min.) + couvert tapis ou moquette	Eclairé 24h/24h lumière du jour ou électricité (1.5m min.) + couvert tapis ou moquette	Eclairé 24h/24h lumière du jour ou électricité (1.75m min.) + couvert tapis ou moquette	Eclairé 24h/24h lumière du jour ou électricité (2m min.) + couvert tapis ou moquette
4.11. Divertissement				Discothèque + piscine	Dancing avec ou sans orchestre + piscine chauffée + autre	Dancing avec ou sans orchestre + piscine chauffée + autre

					installation sportive	installation sportive
4.12. Climatisation des salles réservées au public	Chauffage + ventilation	Chauffage + ventilation	Chauffage + ventilation	Air conditionné assurant de bonnes conditions d'aération	Air conditionné assurant de bonnes conditions d'aération	Air conditionné assurant de bonnes conditions d'aération
5. Chambres	Simple 8m ²	Simple 9m ²	Simple 10m ²	Simple 11m ²	Simple 12m ²	Simple 14m ²
5.1. Surfaces	Double 10m ²	Double 10m ²	Double 13m ²	Double 15m ²	Double 16m ²	Double 18m ²
	Suite 10m ²	Suite 12m ²	Suite 14m ²	Suite 16m ²	Suite 17m ²	Suite 20m ²
5.2. Mobilier	Mobilier bon état + lit + table de nuit + table + penderie avec cintres et rayons + miroir + corbeille à papier	Mobilier bon état + lit + table de nuit + table + penderie avec cintres et rayons + miroir + corbeille à papier + descente de lit + porte bagages + téléphone	Mobilier de bonne qualité + fauteuil + lit + table de nuit + table + penderie avec cintres et rayons + miroir + corbeille à papier + descente de lit + porte bagages + téléphone +	Mobilier de bonne qualité + fauteuil + lit + table de nuit + table + penderie avec cintres et rayons + miroir + corbeille à papier + descente de lit + porte bagages + téléphone +	Mobilier très grand confort + fauteuil + lit + table de nuit + table + penderie avec cintres et rayons + miroir + corbeille à papier + descente de lit + porte bagages + téléphone +	Mobilier de grand luxe + fauteuil + lit + table de nuit + table + penderie avec cintres et rayons + miroir + corbeille à papier + descente de lit + porte bagages + téléphone +

			radio	radio + TV + moquette ou tapis au sol	radio + TV + moquette ou tapis au sol	radio + TV + moquette ou tapis au sol
5.3. Fenêtres	Occultation possible	Occultation possible	Occultation possible	Occultation possible	Occultation possible	Occultation possible
5.4. Installations sanitaires des chambres	Installations sanitaires en bon état + salle de bain privée (lavabo + douche ou baignoire + W.C) + sanitaires communs /6ch	Installations sanitaires en bon état 3.5m ² + salle de bain privée (lavabo + douche ou baignoire + W.C) + sanitaires communs /6ch	Installations sanitaires bonne qualité 3.5m ² + salle de bain privée (lavabo + douche ou baignoire + W.C) + sanitaires communs /6ch	Installations sanitaires grande qualité 4m ² + salle de bain privée (lavabo + douche ou baignoire + W.C) + sanitaires communs /6ch	Installations sanitaires très grande qualité + téléphone + 7.5m ² + salle de bain privée (lavabo + douche ou baignoire + W.C) + sanitaires communs /6ch	Installations sanitaires luxe + salle de bain privée (lavabo + douche ou baignoire + W.C) + sanitaires communs /6ch
5.5. Aération	Chauffage + ventilation	Chauffage + ventilation	Chauffage + climatisation	Chauffage + climatisation	Chauffage + climatisation	Chauffage + climatisation
6. Services 6.1. chambres			Petit déjeuner	Petit déjeuner	Petit déjeuner	Petit déjeuner
6.2.	Réceptionnist	Réceptionnist	Réceptionnist	Réceptionnist	Réceptionnist	Réceptionnist

Réception	e	e + porteur bagages	e + porteur bagages	e + porteur bagages + Portiers + service d'informatio n	e + porteur bagages + Portiers + service d'informatio n	e + porteur bagages + Portiers + service d'informatio n
6.3. Coffre fort	Oui	Oui	Oui	Oui	Individuel	Individuel
6.4. Consignes bagages				Oui	Oui	Oui
6.5. Change monnaie				Oui	Oui	Oui
6.6. Service touristiques				Oui	Oui	Oui
6.7. Nettoyage		Possible	Oui	Oui	Oui	Oui
7. Personnel	10% qualifié	15% qualifié	20% qualifié	35% qualifié	45% qualifié	55% qualifié
7.2. Tenue		Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
7.3. Sanitaires	Installations sanitaires indépendante s et	Installations sanitaires indépendante s et	Installations sanitaires indépendante s et	Installations sanitaires indépendante s et	Installations sanitaires indépendante s et	Installations sanitaires indépendante s et

	appropriées pour les membres du personnel	appropriées pour les membres du personnel	appropriées pour les membres du personnel	appropriées pour les membres du personnel	appropriées pour les membres du personnel	appropriées pour les membres du personnel
8. Divers 8.1. Service médical	Médecin + pharmacie de secours	Médecin + pharmacie de secours	Médecin + pharmacie de secours	Médecin de garde + Infirmier	Médecin de garde + Infirmier	Médecin de garde + Infirmier
8.2. Groupe électrogène et réserve d'eau				Oui	Oui	Oui

1.4. Hôtel de premiers degrés :

1.4.1 Signification :

Hôtel de luxe concerne les hôtels de quatre et cinq étoiles anciennement classés quatre étoile de luxe, un hôtel dit hôtel de luxe lorsqu'il se trouve dans une zone de grande standing ou dans une zone a fort potentiel touristique.

Il se différencier des autres hôtels par la qualité des services et des infrastructures qu'il propose à sa propre clientèle que l'on retrouve pas dans les autres catégories d'hôtels ., une qualité exceptionnelle de produit . Sa clientèle doit se sentir unique et excessive c'est-à-dire de lui faire se sentir mieux que chez lui en dernier l'hôtellerie de luxe ne cesse de lancer des nouveaux concepts. Hôtellerie de luxe un monde à part.

1.4.2. Les différents types d'hôtel de luxe :

MAREUIL (2006, p17) classe l'hôtellerie de luxe en cinq grandes catégories⁷ :

1. Les resorts hôtels : ayant moins de 100 chambres, proposent toute les commodités, un service Impeccable et sont garant d'exclusivité. Les offres sont personnalisées pour chaque

⁷ MAREUIL, 2006, p17.

client de manière personnelle et individuelle, ils sont localisés dans des endroits rares et privatisés. Les clients de ce type d'hôtel ont besoin de confort, de service de première qualité et de familiarité. Un dérivé existe le concept villa hôtel avec cinq à 20 villas, une plage et une piscine privative.

2. Design hôtels : (et hôtels griffés) désigne des établissements ayant une technologie de pointe dans ses murs et dans l'ambiance créée. Les chambres sont stylisées et imaginées par des artistes et des créateurs novateurs. Localisés dans des zones urbaines

3. Les palaces renouvelés : Sont des hôtels de luxe qui innovent tout en conservant la dimension historique du lieu. La communication se base sur le caractère exclusif et la culture de l'établissement. Ils mixent modernité et tradition en proposant des offres plus accessibles à une clientèle jeune en recherche d'authenticité articulée autour de souvenirs d'enfance » pour se réassurer. Les clients fidèles aux palaces viennent plus pour le produit et l'histoire du lieu que pour la marque.

4. Le palais de toile sous les étoiles : Est un mode d'hébergement sous la tente qui garde le confort des établissements de luxe. Implantés dans des lieux exceptionnels, ils ciblent des clients en recherche de nomadisme chic et de contact direct avec la nature.

5. Les hôtels de bien-être : sont des concepts autour de la connotation de bien-être avec sept grandes catégories de Spas : « *le resort spa, l'urban spa, le medical spa, destination spa, l'éco-spa, le spa terroir et le spa de marque* ». Ceci répond aux besoins des clients, se recentrer sur soi, rechercher des émotions et prendre soin de son corps et de sa santé.

1.4.3. La cinquième étoile : Les critères propres à l'hôtel de luxe :

1. Localisation de l'établissement qui doit être exceptionnelle : L'établissement doit être implanté dans une zone de qualité exceptionnelle avec un environnement architectural et naturel harmonieux

2. L'architecture exceptionnelle du bâtiment : type du bâti ou de parties du bâtiment, voire d'éléments mobiliers à perpétuelle demeure - escalier, verrière, cheminée, salle de bains...), architecture moderne ou contemporaine d'exception, architectes, intégration dans un mouvement artistique déterminé.

3. La capacité de l'établissement et la présence importante de suites : Il est précisé qu'une suite correspond soit à une chambre d'une surface minimale de 60 m² soit à un appartement constitué d'une chambre séparée.

4. La qualité des intervenants (renommée des architectes d'intérieur, ...), la noblesse des matériaux utilisés (bois, tissus, verre, pierre,...), la présence d'œuvres d'art, la décoration florale, les espaces spacieux et harmonieux, la présence d'ateliers d'entretien et de personnels de maintenance appréciant le caractère exceptionnel des lieux et la permanence de l'excellence.

5. La qualité du linge de lit et de toilette (provenance, tissu,...) mis à disposition ainsi que celle de la literie (sommier, matelas) et de l'ensemble des produits d'accueil proposés seront attentivement analysées.

6. La personnalisation, la rapidité, la précision et la permanence du service : Ce dernier élément se traduit notamment par l'existence d'un service client 24h se traduit également dans la capacité à répondre aux besoins et attentes d'une clientèle familiale.

7. L'excellence de la restauration et du bar : Un restaurant gastronomique de renommée internationale (reconnu par les principaux guides gastronomiques internationaux), la qualité et l'importance des références de la carte des vins ainsi que l'existence d'un bar font partie des attributs des établissements d'exception.

1.5. Le luxe : une sensation de combinaison :

Le luxe correspond également à un mélange de sensations bien particulières : personnalisation, intimité, exclusivité, authenticité, attention aux détails, surprise...

Personnalisation : Faire éprouver de l'orgueil d'une vente à un client. Est un pari dignement gagné. À ce moment-là et même après, il faut que le client se sente unique.

Intimité : L'hôtellerie de luxe est plus que serviable, grâce à un personnel, omniprésent, prêt à tout faire pour être au service de celui-ci. En revanche discrétion est le mot d'ordre, afin de ne pas heurter l'intimité des hôtes.

Exclusivité : L'aspect unique est très important dans le luxe, c'est le challenge de chaque hôtel de cette catégorie détenir au moins une des offres qui fera la différence avec la concurrence.

Inédit : Devant faire preuve de nouveauté et d'originalité. En somme, le déjà vu est à bannir on privilégiera l'innovation.

Authenticité : On retrouve ici encore l'aspect unique du luxe. Les attributions d'une dimension authentique d'un établissement ne lui seront reconnues qu'à lui seul.

Une très grande attention aux détails : C'est ce qu'on appelle la qualité zéro des défauts. Toute prestation de luxe doit être irréprochable.

Surprise : Le client doit être étonné.

Allègement de toutes contraintes : Quand on se réfère au luxe, il doit nous ôter de toute contraintes, nous transporter ailleurs.

1.6. Les stratégies de différenciation :

Comme il est déjà mentionner au début, la clientèle de luxe ne cesse de croître chaque année les hôtels suivent le même mouvement, se transforme et se rénove chaque année afin d'attirer ce genre de clientèle les hôtels de luxe ne doivent se marquer les uns des autres. Ces établissements vont utiliser les stratégies de différenciation. Cette dernière repose sur des critères qui sont : différenciation par le produit sur laquelle nous allons essentiellement nous appuyer et la différenciation par le service.

1.6.1. La différenciation par le produit :

1.6.1.a. Par le décor : La thématissation:

Un monde harmonieux racontant une histoire à travers une décoration a pour objectif d'offrir au client une part de rêve, d'imaginaire, de transporter le client ailleurs de là où il se trouve. Pour illustrer nos informations, nous avons trié en titre d'exemple un hôtel de Cannes.

- **Hôtel de luxe : Le Venetian :**

Ce palace construit en 1999, en 2008 est devenu le plus grand hôtel du monde entier offrant 7000 chambres de luxe, un réseau de canaux, centre commercial, compte seize restaurants, une boîte de nuit, piscines, spa, centre de convention ainsi deux musées. Chaque suite de cet hôtel a propre accès qui donne directement à la piscine.

La décoration des chambres est composée de murs en mosaïque, de colonnes de marbre, et de bois travaillés.



Figure 4: Une vue sur la piscine du l'hôtel Le Venetian



Figure 3: Une vue d'intérieur du l'hôtel Le Venetian



Figure 6 : Une vue d'une chambre du l'hôtel Le Venetian



Figure 5: Une vue sur le hall du l'hôtel Le Venetian

1.6.1.b Par l'histoire :

Lors de nos études et recherches, on a pu remarquer que certains des hôtels de luxe se célébraient à travers son histoire, de nombreux clients apprécient des endroits ayant une et une histoire parce que les hôtels de luxe standardisé ne peuvent pas donner cette part du passé. Un exemple a retenu notre attention pour vous faire mieux comprendre ce type de différenciation par l'histoire à titre d'exemple.

- **Le palais jamais:**

Le sublime palais jamais a été, construit en 1879, il est situé à Medina, reflète la capitale spirituelle et culturelle du Maroc transformé en hôtels en les années trente, agrandi au début des années soixante-dix à un style orientaliste et d'une architecture arabo-mauresque.



Figure 7 : une vue sur l'entrée du palais jamais.



Figure 8: Une vue la chambre du Palais Jamais.

1.6.1.c Par une orientation écologique :

L'écologie fait ainsi son entrée dans le monde de l'hôtellerie de luxe, ce genre d'hôtels appelé Eco Lodge c'est un hôtel qui préserve son environnement naturel en proposant des prestations de haute de gamme à sa clientèle. L'hôtellerie de luxe s'est inspirée de la tente un nouveau modèle d'hébergement.

A titre d'exemple :

- **Vumbura Plains Camp:**

Vumbura Plains Camp, luxueux petit camp de tentes se trouve à l'extrême nord du Delta de l'Okavango, au nord de Mombo, au Botswana, est un éco Lodge, rénové au mois de mai 2005, construit dans des matériaux locaux, bois de rose, pin, à la décoration très design, très épurée. Cet éco Lodge se divise en deux campements de luxe pouvant accueillir jusqu'à 28 hôtes. Le campement compte quatorze luxueuses tentes en bois. Toits de chaume et voilages caractérisent ces tentes, on compte environ 200 m² par chambre, une petite piscine devant chaque lodge, une douche intérieure et extérieure, ainsi qu'une grande terrasse...



Figure 9: Une vue sur le terrasse d'une chambre du Eco Lodge Vumbira plains.



Figure 10: Une vue sur la terrasse du Eco Lodge Vumbira Plains.

1.6.1.d Par l'architecture :

Certains hôtels se démarquent par son architecture .Nous vous en avons sélectionnés un exemple parmi les meilleurs.

- **Hôtel puerta America:**

L'hôtel Puerta American est un projet unique au monde puisqu'il réunit pour la première fois de l'histoire, dix-neuf des plus grands et prestigieux cabinets d'architecture et de design au monde. Cette œuvre désormais aboutie sera, pour ses visiteurs, un lieu source d'inspiration et d'éveil des sens. Un rêve qui est devenu réalité.

Géré par le groupe Silken, l'hôtel Puerta America, à Madrid, propose un concept hôtelier dont les piliers fondamentaux sont le soin apporté au design et l'excellence du service. Ce dernier-né des hôtels Silken est d'ores et déjà devenu la figure de proue du groupe.

L'hôtel Puerta America, situé 41 Avenida de America à Madrid, bénéficie d'un emplacement stratégique à proximité de la zone commerciale, du quartier des affaires et des principales artères de la capitale Ibérique.

Chacune des 342 chambres, 30 par étage, de cet hôtel cinq étoiles grand luxe invite le client à jouir d'un grand nombre de formes et de matériaux variés. Tous les étages ont été confiés à des architectes ou designers différents :

Jean NOUVEL, chargé de la façade et du douzième étage, offre un mélange d'art et d'architecture pour "vivre des moments exceptionnels".



Zaha HADID, lauréat du prix Pritzker, a dessiné le premier étage, certainement le plus singulier : la fluidité des espaces, développés à partir des nouvelles techniques numériques.



Norman FOSTER pour le second étage, a cherché à créer un environnement serein qui isole l'hôte du bouillonnement extérieur de la ville.



Eva CASTRO et **Hoger KEHNE**, **Plasma Studio**, ont dessiné le quatrième étage. Ils ont souhaité changer le stéréotype de l'hôtel comme espace anodin en travaillant le développement des surfaces.

Les sévillans Vitorio & Lucchino ont habillé le cinquième étage en réalisant un espace accueillant dans lequel ont été transposées leurs valeurs de mode.

Le sixième étage et le bar sont l'oeuvre de **Mark Newson** qui, pour concevoir ces espaces, a fait le pari d'un environnement très moderne et relaxant, combinant des matières chaudes et froides afin que le client "se sente à l'aise dès le premier instant".



Le septième étage est l'œuvre de **Ron ARAD**, qui organise l'espace de manière très suggestive et imaginative, en accord avec sa vision du design. Son interprétation est risquée, mais ouvre des pistes sur ce que doit être l'hôtel du futur.

Kathryn FINDLAY a imaginé le huitième étage. Son intention était de recréer un lieu de méditation où l'hôte puisse rêver et se sentir flottant dans les nuages ou percevoir l'odeur de la brise. À cet étage, Jason Bruges a créé pour le hall et les couloirs, en collaboration avec Findlay, des installations de lumière interactives qui réagissent aux pas du client.

Au neuvième étage, **Richard GLUCKMAN** a su tirer le meilleur parti d'une grande variété de matériaux, en les utilisant de façon totalement inattendue.

Arata ISOZAKI offre à l'hôte un espace de style minimaliste au dixième étage. Un projet subtil et relaxant marqué par l'influence de la culture japonaise.

Le hall de l'hôtel et les salons est la création de **John PAWSON**, qui souhaitait créer « un lieu où trouver de la tranquillité au cœur de l'hôtel »

Christian LIAIGRE a dessiné le restaurant, où se mêlent différents aspects de la culture espagnole, en particulier de régions comme la Galice, la Catalogne et l'Andalousie.

Teresa SAPEY a donné forme au garage, qui compte 644 places. Un jeu de couleurs et de graphismes qui « fait appel à la part émotionnelle de l'individu, mais où la fonctionnalité reste la base ».

Le paysagisme et les espaces extérieurs, comme le jardin et le parc adjacents à l'hôtel, sont l'œuvre de **Harriet BOURNE** et **Jonathan BELL**. Selon eux, « l'intégration entre

végétation et bâtiments est fondamentale ». **Isometrix Lighting and Design**, chargé de la mise en lumière, a créé des solutions adaptées aux projets de chacun des architectes. La structure a été confiée à Felipe SAEZ de Gordo (SGA Est studio) qui a auparavant travaillé avec de nombreux hôtels.

A l'hôtel Puerta America, l'hôtel découvre le meilleur du design et de l'architecture d'avant-garde quasiment sans s'en rendre compte. La lumière, les images, les textures, les matériaux utilisés, tous se combinent pour suggérer au client un torrent d'émotions distinctes. La sensation de dormir dans un lit



rond, le toucher du mobilier, la surprise d'un mur rétro éclairé, d'un écran de télévision gigantesque qui descend du plafond ou la force expressive des images en sérigraphie sur un mur. L'hôtel propose ainsi une liste interminable de surprises à découvrir à chaque étage. Tout a été soigné, avec la plus grande rigueur, pour réveiller les sens de ceux qui séjourneront dans un hôtel unique au monde.

L'hôtel compte 12 étages, 308 chambres, 12 suites et 22 chambres-salons. Un restaurant à la cuisine de grande qualité, ainsi qu'un bar ludique dessiné par Marc NEWSON.

1.6.2. Par le service :

Un hôtel de luxe peut aussi se démarquer en proposant un service différencié de ceux-ci. Nous avons choisi pour présenter la différenciation par le service le Plaza Athénée, palace parisien. Pour proposer un service différent des concurrents, on imagine que le maître mot pour y arriver est l'innovation. Il existe quatre types d'innovation de services :

1. Un service créé en adaptant ou modifiant un service existant.
2. Un service nouveau pour l'entreprise, mais déjà présent sur le marché.
3. Un service déjà existant mais adapté pour un nouveau marché (ou segment).
4. Un service totalement nouveau.

1.7. Conclusion :

Tout au long de cette étude concernant la création et la mise en place d'un hôtel de luxe, nous avons veillé à éclaircir tous les points essentiels à la mise en place d'un espace d'hébergement luxueux. Ils doivent s'adapter et/ou anticiper les besoins et les attentes de leur clientèle, car nous l'avons constaté, précédemment, il doit satisfaire une clientèle qui a beaucoup changé, qui se diversifie de plus en plus, et qui se multiplie car ce genre de la clientèle particulière cherche des hébergements plus exclusifs, et à stimuler le développement de concepts très sophistiqués. Nous avons pu notre recherche, que les hôtels de luxe ne cessent de lancer de nouveaux concepts.

Pour garantir leur classification, les hôtels de luxe doivent toujours rester en éveil, être à l'écoute de leurs clients, de la concurrence, des autres hôtels de luxe mais aussi des évolutions technologiques. La plupart des hôtels de luxe ont choisi une stratégie de différenciation par le produit, sur nous avons essentiellement appuyé mais la stratégie de différenciation par le service est une autre option choisie par d'autres hôtels.



CHAPITRE 02 :

ANALYSE ET

RECONNAISSANCE

DU SITE

2.1. Introduction :

Avant de se pencher d'une façon plus profonde dans, afin de vous faire mieux comprendre notre aire d'étude choisi, tout d'abord on abordera une légère présentation de la ville de Mostaganem.

- **Situation de la wilaya de Mostaganem :**

La ville de Mostaganem est située dans nord- ouest Algérien à 360 Km à l'ouest d'Alger et à 80 Km à l'est d'Oran.

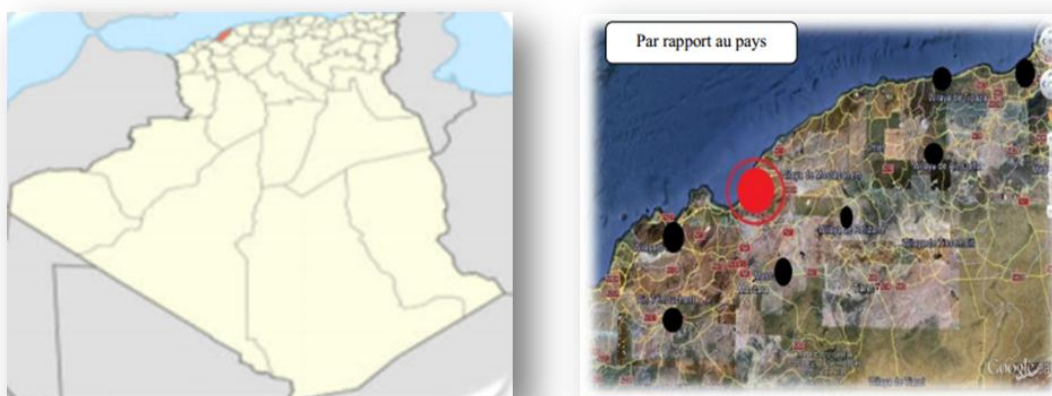


Figure 11: Situation de la ville de Mostaganem par rapport au pays.

Elle est composée de dix (10) daïras et de trente-deux (32) communes s'étendent sur une superficie de 2.269 km.



Figure 13: Les communes de la wilaya de Mostaganem.

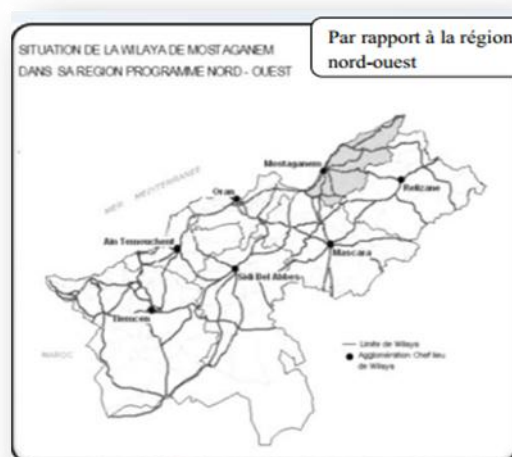


Figure 12: Situation de la ville de Mostaganem par rapport à la région.

- **Les limites :**

Elle est délimitée à l'est par la wilaya de Chlef, au sud-est la wilaya de Relizane, à l'ouest la wilaya d'Oran, au sud-ouest la wilaya de Mascara et au nord par la mer méditerranéenne.



Figure 14: Les limites de la wilaya de Mostaganem.

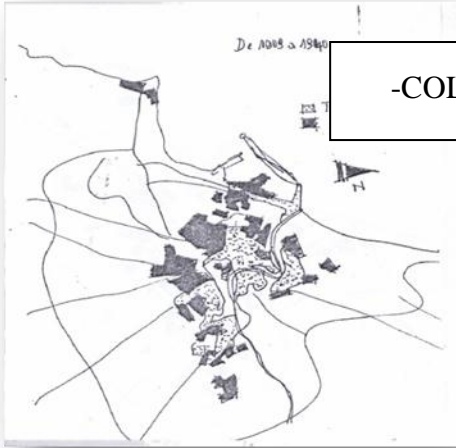
- **Aperçu historique :**

Pré colonial



En cette période, et pour diverses raisons (économique, démographique...) la ville a connu une extension rapide.

Figure 15: Mostaganem et son extension (Post Colonial).



-COLONIALE :

Extension hors des enceintes de l'ancienne ville. Cette phase a connu l'aménagement des grands axes (rue Benyahia Belkacem, rue Mohamed khemisti Avenue oueld Belkacem.

Figure 17: Extension de la ville de Mostaganem (Colonial).

-Post COLONIALE :

À cette époque la ville était repartie sur trois zones sur la rive gauche de l'oued Ain Sefra Derb et Tobbana Matamore, Tigditt



Figure 16: Extension de la ville de Mostaganem (Post Colonial).

2.2. Le choix du lieu et sa situation :

2.2.1. Le choix de l'aire d'étude :

Le site en face du restaurant Royale : semble être le site favorable pour la réalisation d'un « hôtel de luxe » : à cause ses deux facteurs importants nous orientés vers le choix du terrain du royale :

1-Il occupe une grande surface close au centre-ville de Mostaganem provoquant une rupture dans la continuité de la trame viaire.

2-L'obsolescence du site à travers sa fonction, le terrain de par sa taille un lieu vide et amorphe, comme il possède d'autre critères :

- Sa position stratégique
- C'est plus accessible
- Existence d'un port à proximité
- Les vues panoramiques

2.2.2. Situation et délimitation :

Le terrain se situe dans une zone urbaine, partie Nord de la ville de Mostaganem, sur la RN11, en face du Port et à proximité du parc technique de SONALGAZ.

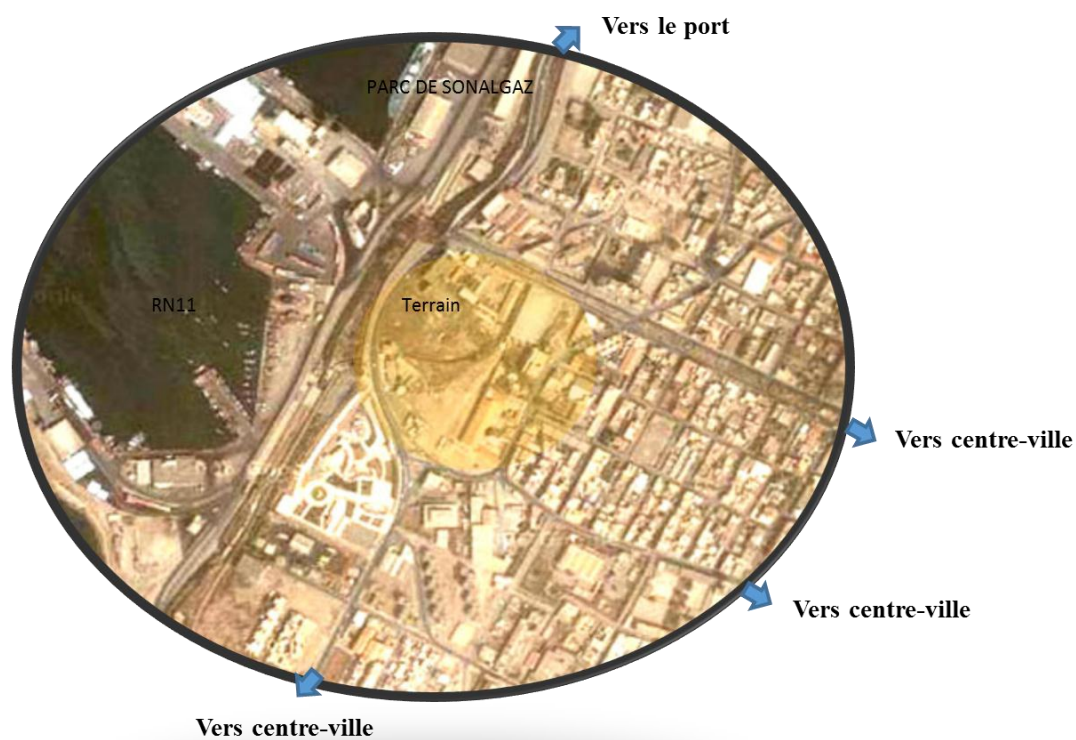


Figure 18: Situation de notre aire d'étude.

2.3. Motivation pour le parti urbain :

2.3.1. Un bref historique sur le site d'intervention :

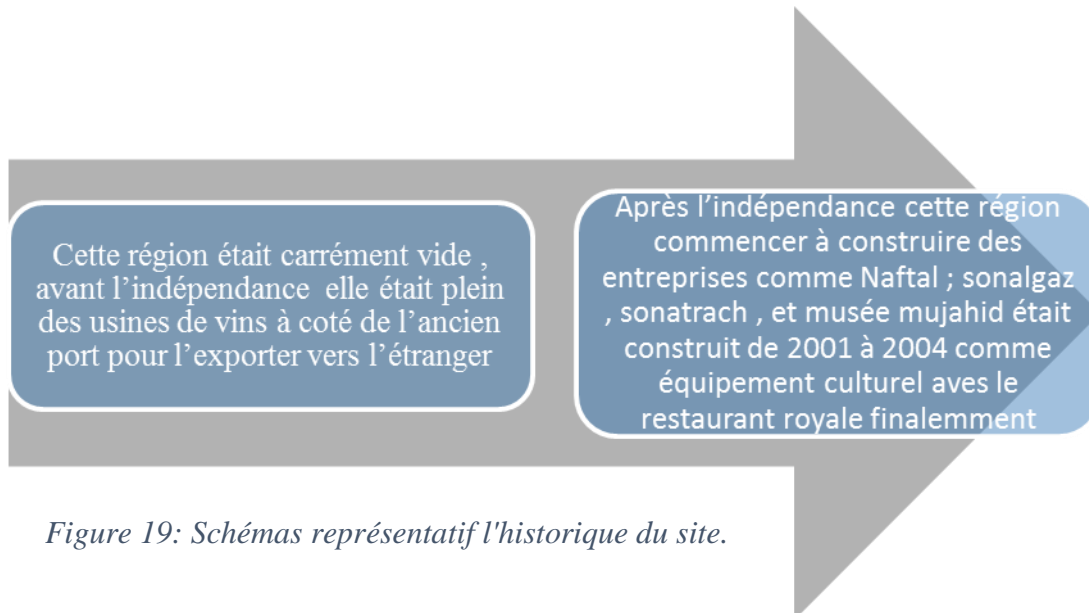


Figure 19: Schémas représentatif l'historique du site.

2.3.2. Les limites :

Mon site est limité par une voie dans sa partie Sud-ouest, le nord par le parc technique de SONALGAZ, l'ouest par le Parc de NAFTAL et dans sa partie est par des hangars.

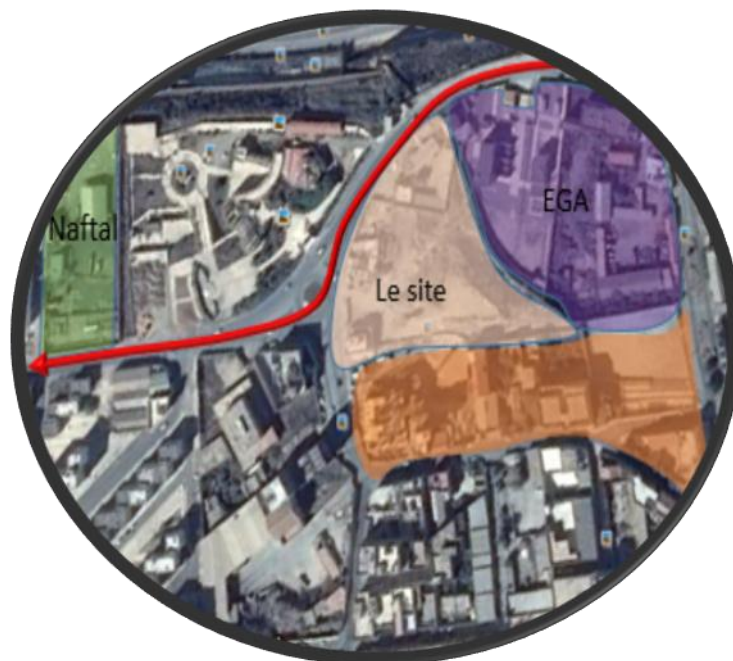


Figure 20: Les limites de la zone d'étude.

2.3.3. Les Points de reperes :

«Ce sont des références simples qui permettent aux habitués de se guider .Ils présentent en grappes un détail clé en faisant anticiper un autre : La reconnaissance de ces indications assure l'efficacité fonctionnelle et (on se repère) sécurité émotionnelle (on est assuré) »⁸.

Exemples :



Figure 22: Restaurant Royale.

Figure 24: Musée El Moudjahid.

Figure 23: Port de Mostaganem.

2.3.4. L'accessibilité :

Notre site est desservi par plusieurs points d'accès qui lui assurent une fluidité favorable au développement d'équipement de grande envergure, elle est accessible :

- *Au Nord, par Boulevard de Ben Kara Mustafa
- * A l'Est par La route RN11
- * A l'ouest par Rue de Mohamed Guettat.

⁸ KEVINL LYNCH, l'image de la cité, PARIS 1976, p5.

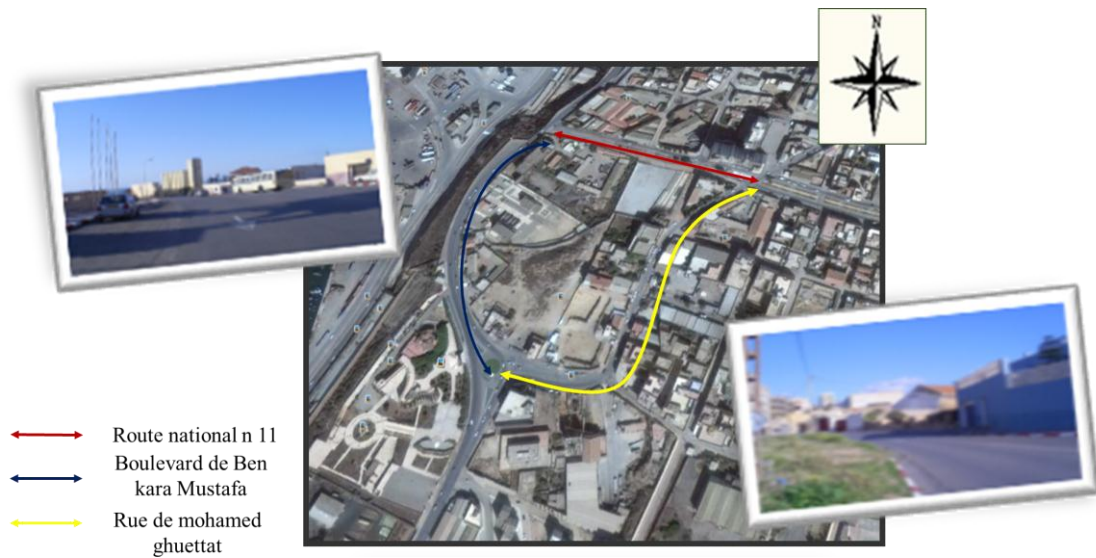


Figure 25: L'accessibilité au site.

2.3.5. Les nœuds :

Il existe deux nœud dans le fragment principal, le premier nœud est formé l'intersection de l'avenue de la rue nationale RN 11 est l'avenue Mufti Benkara Mustapha, le deuxième nœud est constitué par l'intersection de l'avenue lutfi Benkara Mustefa avec la rue Benguettat Mohamed.

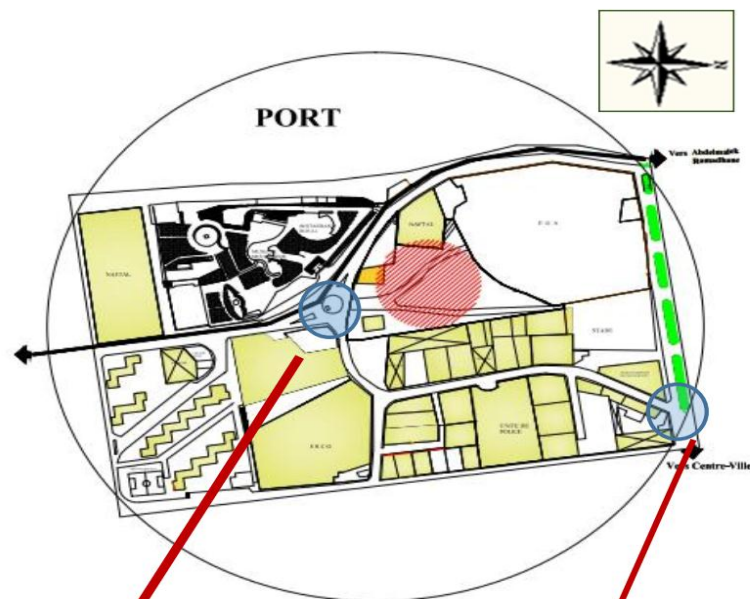


Figure 28: Les noeuds



Figure 26: Le premier nœud



Figure 27: Le deuxième nœud

2.3.6. Circulation urbaine :

Le site est bordé par un axe majeur (RN11) qui est caractérisé par une forte fréquentation mécanique d'un côté et un maillage viaire à faible fréquentation piétonne. Le site assure la liaison entre deux axes à savoir (l'avenue du centre-ville et l'avenue du port). Et comme le site est près de centre-ville est entourée par plusieurs nœuds importants.

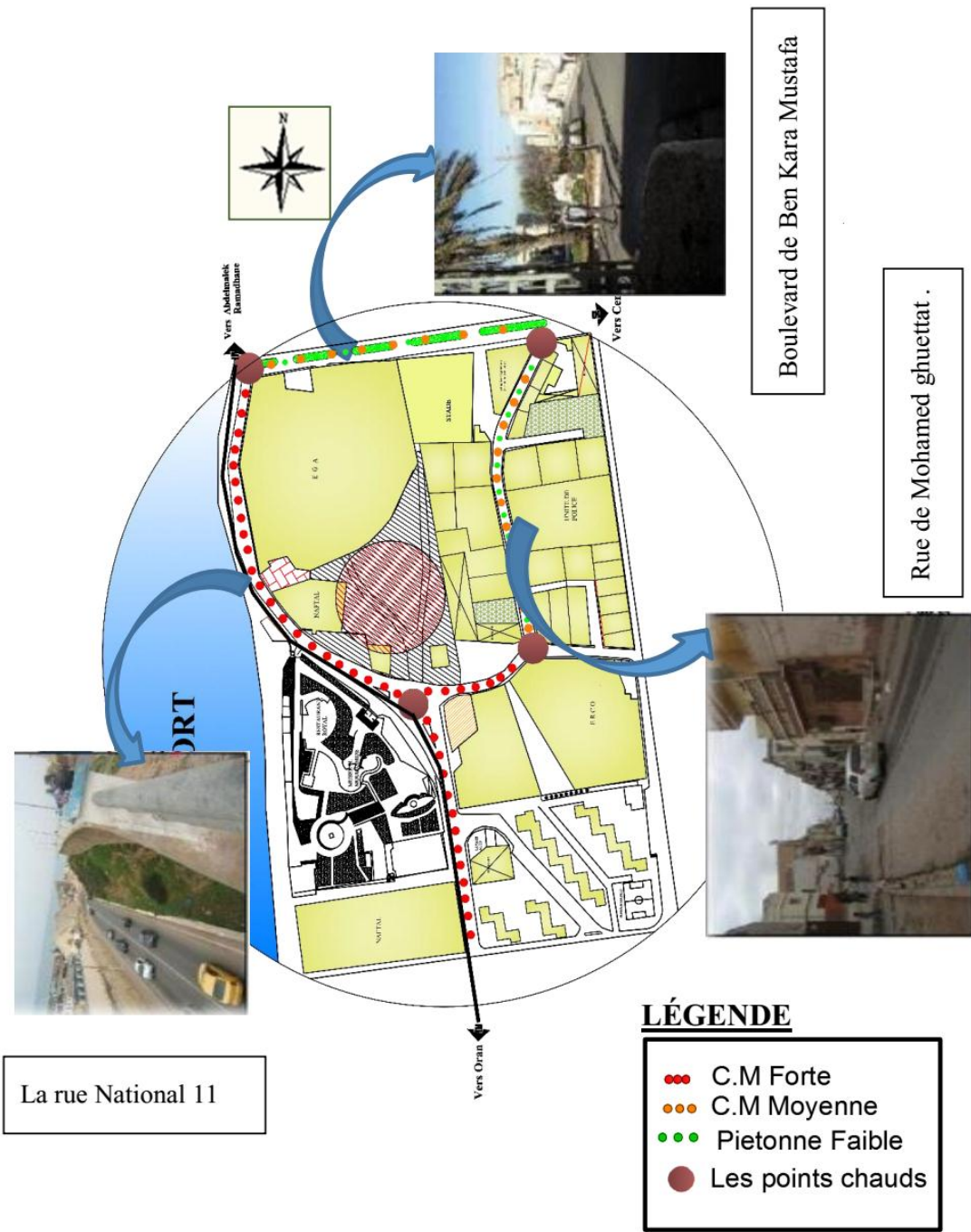


Figure 29: Circulation urbaine

- La deuxième catégorie H=R+3 : dans cette partie, on distingue des habitations collectives EX : 100 LGTS

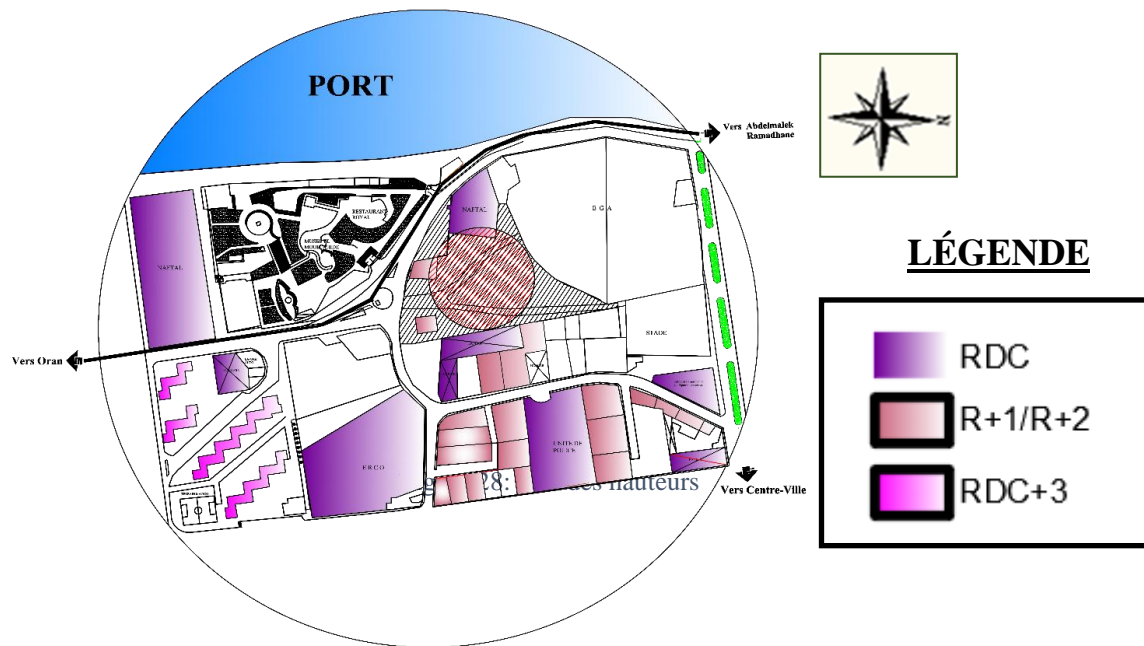


Figure 29: Etat des hauteurs.

2.3.9.La morphologie :

Le site est d'une forme trapézoïdale, il n'est pas d'une nature plate ni accidentée mais il est caractérisé d'une légère pente de 04%. Car elle assure la liaison physique entre la partie haute et la partie basse de l'environnement, l'étalement des courbes de niveaux à un seul sens de l'est à l'ouest

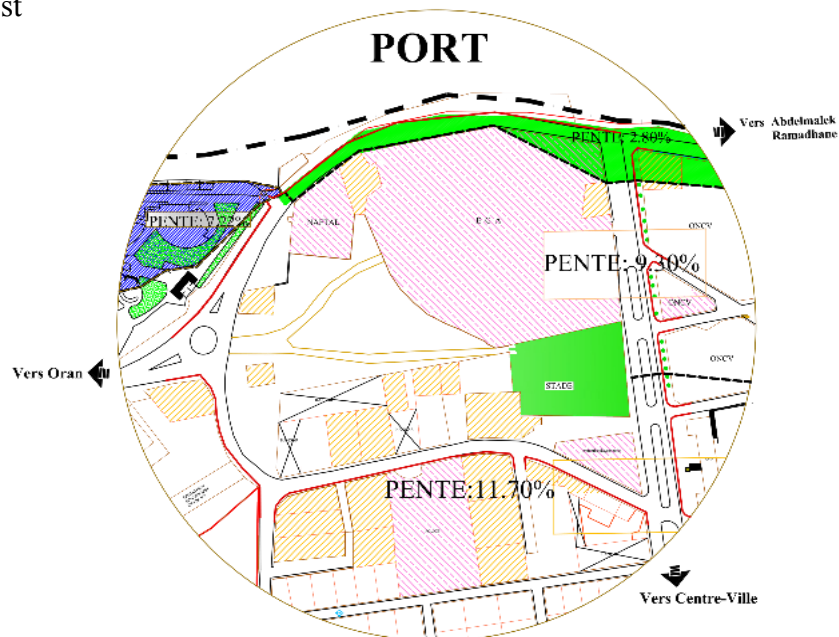


Figure 30: La carte des pentes.



Figure 31: La topographie.

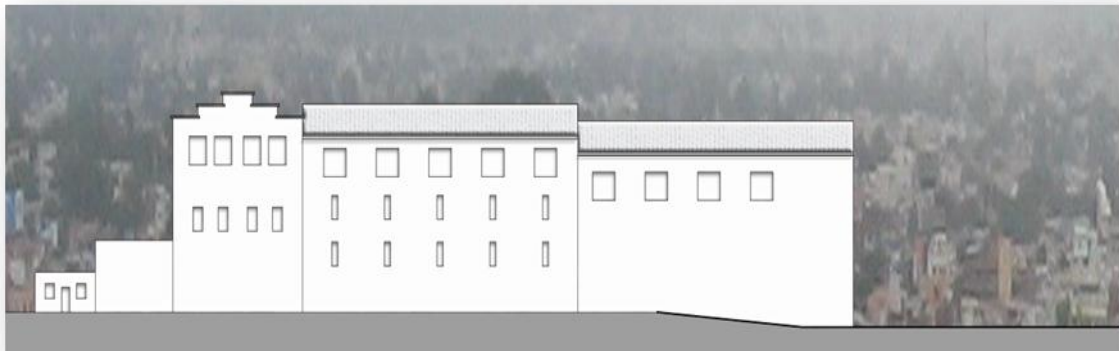


Figure 32: La coupe AA.



Figure 33 : La coupe BB.

2.3.10. Les données climatiques :

La hiérarchie spatiale est améliorée par une hiérarchie d'éclairage naturel, une bonne accessibilité du soleil et de la lumière du jour, aucune parcelle privée d'ensoleillement potentiel solaire important du site assuré par le relief qui permet les vue libres.

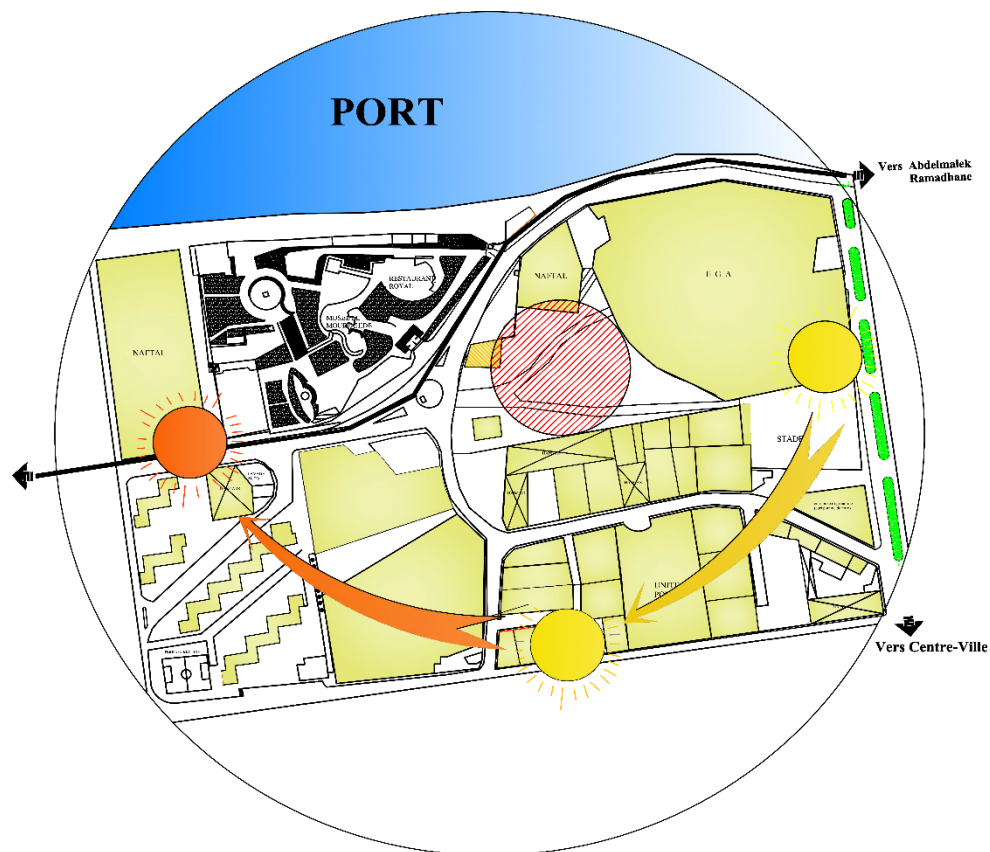


Figure 34 : L'ensoleillement.



CHAPITRE 03 :

REGARD SUR DES

EXEMPLES

THÉMATIQUES

3.1. Introduction :

Le thème est pris dans son parti architecturale comme un expérimentation de la valeur du luxe dans un équipement public. Lecture, il n'est donc pas possible de commencer une conception architecturale sans avoir une connaissance et un maximum d'informations sur le sujet sur lequel on doit se baser, puisque la création n'émerger jamais du néant, mais c'est plutôt une continuité d'idées raffinées qui se développe à travers le temps.

Recherche une philosophie intrinsèque à l'objet architectural c'est éviter en grande partie toutes créations formelles de muette et de tomber dans l'impasse de la banalité, en n'obéissant uniquement par exemple qu'à des besoins fonctionnels et esthétiques. Tomber dans l'impasse de la banalité en n'obéissant qu'à des besoins fonctionnels ou esthétique.

Ainsi, il s'agit d'élaborer un socle de données, déterminant le principe, l'évolution, les besoins du thème, ainsi que les activités qui s'y déroulent et les types d'espace qui s'y adaptent.

3.2. Exemple 1 : HOTEL ATLANTIC PALM

3.2.1. Description :

L'hôtel Atlantis est l'équipement phare du projet. C'est un établissement 5 étoiles qui se situe au top de l'archipel artificiel et occupe une position centrale dans le croissant.



Figure 35: Hôtel Atlantic Palm.

Fiche Technique	
Situation	Jumeirah, Dubai, E.A.U
Surface bâtie (hôtel)	46 ha
Surface du parc aquatique	17 ha
Nombre de chambres	1539 dont 166 suites
Longueur de la plage	1.4 Km
Maitre d'ouvrage	Kerzner International
Maitre d'œuvre	PTW Architects

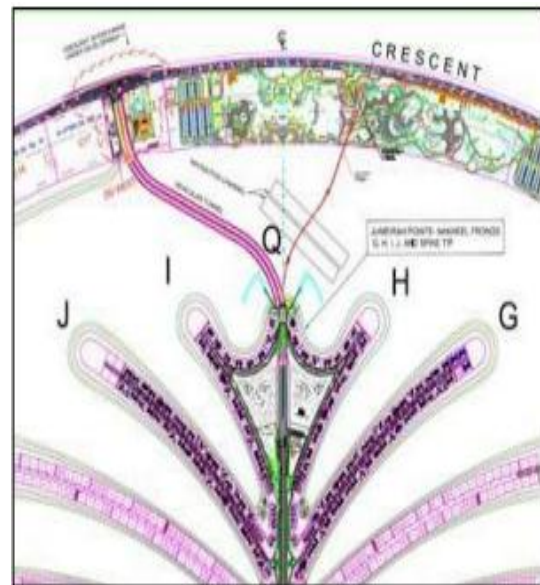


Figure 37 : Accessibilité.

3.2.2. Accessibilité :

L'hôtel est accessible par 2 moyens :

- ❖ Une voie mécanique sous-marine reliant le croissant au tronc (et au continent).
- ❖ Une ligne de tramway monorail.



Figure 36: Plan de masse du l'hôtel Atlantis Palm.

3.2.3. Organisation du site :

On remarque la présence de quatre zones distinctes :

- ❖ Deux zones de stationnement de part et d'autre de L'établissement. [Orange]
- ❖ La zone accueillant le bâtiment et ses espaces d'agrément. [Rose]
- ❖ La zone accueillant le parc aquatique. [Bleu]

3.2.4. Circulation et hiérarchie des espaces :

Une séparation s'opère entre le flux piétonnier et celui mécanique, ce dernier étant relayé à l'arrière du croissant matérialisé par une voie large à double sens reliant les aires de stationnement et les établissements. L'aménagement de cette île est conçu de telle sorte que l'intérieur du croissant est perçu comme une zone "intime" quoique publique protégée des éléments de la mer (d'où l'implantation de la plage de ce côté).

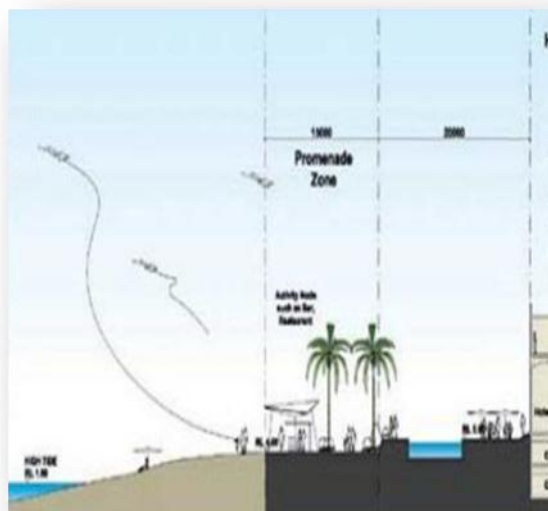


Figure 38: Circulation et hiérarchie des espaces.

L'aspect extérieur de l'hôtel reprend des codes visuels issus de l'architecture mauresque (notamment à travers l'utilisation de l'arc outrepassé brisé pour la grande arche) avec une touche moderne se matérialisant par la forme des fenêtres de chambres (rectilignes).

3.2.5. Style architectural :



Figure 39: Façade de l'hôtel Atlantic Palm.

Le volume de l'établissement ainsi que le traitement apporté aux tours (toitures et ouvertures) lui confèrent l'aspect d'un château royal.

3.2.6. Décoration intérieur :

Elle varie suivant les fonctions des espaces, s'inspirant d'une architecture islamique (arcs brisés, mosaïques, moucharabieh ...etc.). Elle reprend aussi des éléments et des motifs renvoyant au milieu sous-marin (écailles, ...etc.).



Figure 40: Intérieur de l'hôtel Atlantic Palm.

3.2.7. Synthèse de l'exemple 01 :

L'analyse de l'exemple a permis de dégager les points suivants :

- ❖ Le projet doit être bien intégré avec son environnement (bâti et naturel, micro et macro-échelle)
- ❖ La nécessité de bien penser les modalités d'accès et de circulation des différents flux et l'impact qui s'en dégage.
- ❖ La nécessité de hiérarchiser les espaces pour aboutir à une meilleure organisation du projet.
- ❖ Le premier outil d'attrait du projet est son architecture extérieure (son image) avant ses espaces et ses services proposés.

3.3. Exemple 02 : Burj El Arab

3.3.1. Description :

Le Burj el Arab est un établissement hôtelier classé 7 étoiles considéré comme le plus haut bâtiment exclusivement dédié à l'hôtellerie (321 m de haut).



FICHE TECHNIQUE	
Situation	Jumeirah, Dubaï
Délimitations de l'île	150 m de cotés
Superficie	111 500 m ²
Hauteur	321 m
Nombre de suites	202 suites
Nombre d'étages	56
Maitre d'ouvrage	Cheik Mohammed
Maitre d'œuvre	W.S. Atkins

Figure 41: Hôtel Burdj El Arab.

3.3.2. Situation :

S'inscrivant dans le paysage et le skyline de Dubaï, il est situé au niveau du quartier de Jumeirah.

Ce projet vise à redorer l'image de la région en proposant un repère visuel à la silhouette facilement reconnaissable et un symbole de tourisme haut standing et sophistiqué.



Figure 42: Situation du l'hôtel Burdj E l Arab.

3.3.3. Accessibilité :

Établissement, basée sur une île artificielle, est accessible par une voie mécanique bâtie sur un pont reliant l'île au continent.

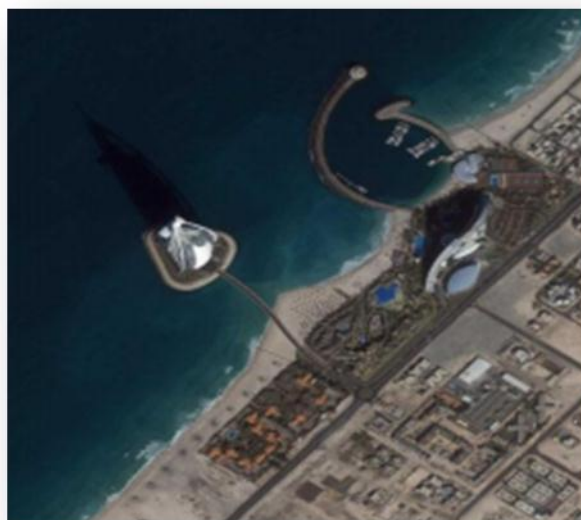
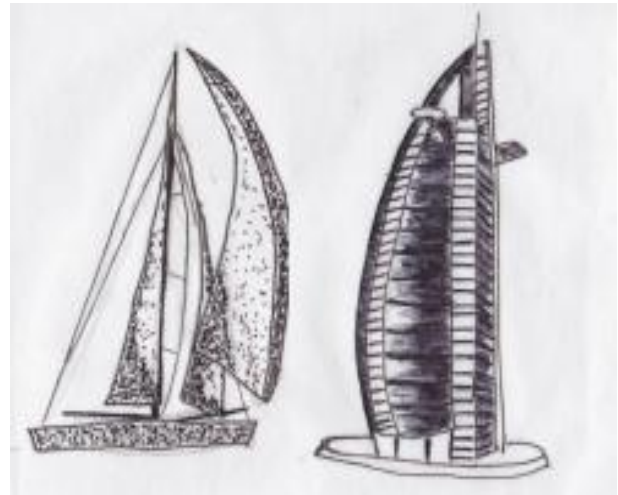


Figure 43: Accessibilité

La construction de Burdj al Arab a commencé en 1994. Il a été construit pour ressembler à la voile d'un bouthre, un type de navire arabe.



3.3.4. Architecture intérieur :

Vu l'envergure du projet, un soin particulier est apporté aux espaces des bâtiments, l'architecture intérieure doit atteindre le summum du luxe et refléter la puissance de l'émirat et sa prospérité. C'est l'architecte d'intérieur Khuan Chew qui s'est occupée d'aménager l'établissement.



Figure 44: L'atrium de l'hôtel Burdj El Arab

Elle a su proposer un niveau très élevé de détails à travers le choix des matériaux, les couleurs et teintes et les ambiances des espaces. C'est donc ainsi que chaque espace devient unique en son genre. On peut citer parmi les espaces les plus importants ;

- ❖ L'atrium, considéré comme le plus haut au monde (180 m), domine l'intérieur du bâtiment.
- ❖ Le restaurant en porte-à-faux à plus de 200 m du sol offrant une vue imprenable sur le golfe persique.
- ❖ Les suites à l'architecture somptueuse et détaillée dont la plus petite fait 169 m² de surface.



Figure 45 : Entrée du l'hôtel Burdj El Arab



Figure 46: Restaurant du l'hôtel Burdj El Arab

3.3.5. Style architectural :

L'architecture du projet se veut moderne avec des lignes épurées, une verticalité prononcée (matérialisée par les maths et la silhouette même du projet) contrebalancée par les lignes horizontales du mur de tissu ainsi que par les surfaces vitrées (baies horizontales).



Figure 47: La façade des suites du l'hôtel Burdj El Arab



Figure 48: La façade du l'hôtel Burdj El Arab

L'architecture se veut plus ecclésiastique avec une variété d'éléments architectoniques mais intègre aussi certains code de l'architecture islamique (arcs, motifs

L'aspect extérieur reste sobre avec des teintes froides et une dualité (contraste) entre le blanc de l'exosquelette et la teinte sombre des baies vitrées.



3.3.6. Matériaux de construction :

Les concepteurs du projet ont choisi de composer avec des matériaux qui, certes, doivent avoir un intérêt esthétique, mais, surtout, qui doivent posséder des caractéristiques chimico-physiques leur permettant de résister aux conditions plus qu'agressives de la région (écarts de température, sable, sel, humidité, ...etc.). C'est ainsi qu'ils se sont tournés vers l'acier pour la structure et l'exosquelette, l'aluminium pour son habillage, et le téflon pour le mur de tissu.

3.3.7. Dispositifs structurels :

Le projet est bâti sur une île artificielle située à 280m au large de Dubaï. L'île a été construite sur une base sableuse, c'est donc à cet effet que les ingénieurs ont optés pour des fondations en pieux (250 pieux de 40 m de long) pour assurer la stabilité de l'ouvrage.



Figure 49: Système constructif du l'hôtel Burdj El Arab.

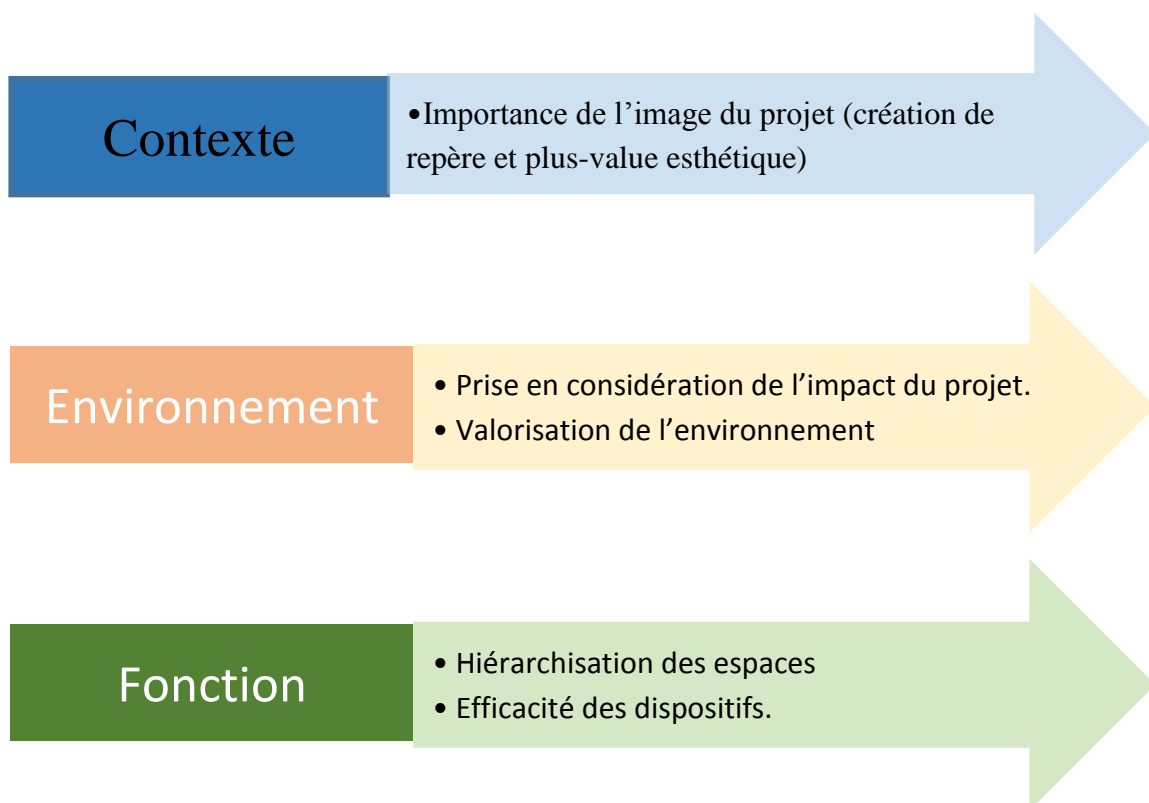
En plus de voiles parasismiques, la structure est dotée d'un exosquelette en acier. Ce dernier permet de répondre aux contraintes et efforts liés aux vents grâce aux croix de contreventement et des poutres latérales (diagonales).

3.3.8. Synthèse de l'exemple :

Il est important d'apporter une attention aux éléments suivants :

- ❖ L'importance de la métaphore lors de la conception.
- ❖ L'image et la silhouette dégagées doivent communiquer avec son environnement.
- ❖ Tenir compte des données climatologiques et morpho géologiques du site car influant sur le choix du type de structure et des matériaux de construction.

3.4. Synthèse générales des exemples :





CHAPITRE 04 :

PROGRAMMATION

ET ÉLÉMENT DE

CONCEPTION

4.1. Programmation :

Cette partie consiste à présenter le programme élaboré pour répondre aux exigences de l'équipement, afin de maîtriser la qualité des espaces ainsi que leurs agencements. En effet, la programmation consiste à décrire les objectifs et le rôle de l'équipement, hiérarchiser les différentes activités et assurer leur regroupement en fonction de leur caractéristique. Elle est le moyen de départ pour formuler les données de base d'une conception et justification des choix et des décisions entreprises, et ce dans le but de concevoir un ensemble regroupant plusieurs activités tout en étant cohérent et agréable à vivre. Afin de cerner l'ensemble des activités et exigences d'un hôtel nous avons dégagé les structures fonctionnelles suivantes :



4.1.1. Structure d'Accueil :

L'accueil joue un rôle important sur l'appréciation du reste de l'hôtel, ainsi que pour l'orientation des clients. Il est divisé en deux parties :

4.1.1.a. Accueil externe :

L'entrée doit être attirante et visible avec une porte à très grand échelle



Figure 50: Exemple d'une entrée du l'hôtel.

4.1.1.b. L'accueil interne :

Il est composé de plusieurs espaces qui assurent la réception et l'orientation des clients. L'aspect du hall conditionne l'appréciation du client, il faut donc qu'il ait des dimensions suffisantes. L'aménagement et l'organisation, doivent permettre une distribution fonctionnelle et facile pour l'accès aux différents services afin que le client ne soit pas désorienté.



Figure 51: Exemple d'un hall d'accueil



Figure 52: Exemple d'un Comptoir de réception

L'accueil du client à la réception c'est le commencement de la découverte de L'équipement et un point de concentration et d'appréciation très important. Son aménagement éclairage, et sa spatialité doivent lui donner une Image de clarté de liberté fonctionnelle et un confort perceptuel

***ESPACES DE CONSOMMATION :**

Doit être d'un accès facile et très attractif et permet aux clients d'éprouver une impression de confort et de détente. Son éclairage doit être excellent le jour comme la nuit et crée une ambiance paisible. Il comprend : restaurant, snack-bar, salon de thé... etc.

***ESPACE D'EXPOSITION :**

Doit être grand et éclairé artificiellement d'une manière étudiée pour ne pas abimer les objets d'arts et pour les mettre en valeur.

4.1.2. Echange et transformation :

Il comporte les trois fonctions de base de l'hôtel qui sont :

Hébergement.

Loisirs.

Affaires.

4.1.2.a. Hébergement:

*LES CHAMBRES

On trouve deux types de chambre simples et doubles, elles doivent avoir :

- Une ambiance douce et calme
- Des sanitaires
- Éclairage naturelle le jour avec des Grandes ouvertures.

*LES SUITES

- Un salon.
- Une chambre ou plus.
- Un bar.
- Un coin de travail.
- Sanitaire et salle de bain avec Jacuzzi

*LES APPARTEMENTS

Espaces dédiés généralement aux familles comportant :

- Un salon.
- Une cuisine.
- Une ou plusieurs chambres



Figure 53: Exemple d'une chambre



Figure 54 : Exemple d'une suite



Figure 55: Exemple d'un appartement

- Un coin de travail.
- Sanitaire et salle de bain avec Jacuzzi.
- Terrasse.

4.1.2.b. Loisirs :

Des espaces réservés à la détente et au loisirs, à travers diverse activités (le sport, la restauration,..) et qui comporteront : des boutiques , des terrains de jeu

4.1.2.c. Affaires :

Le programme sera conçu, dans le but d'une utilisation flexible de l'espace afin d'être en rapport avec les modes actuelles d'organisation des structures administratives contemporaines; qui se veulent compétitives et évolutives selon leurs besoins pour s'adapter à la dynamique changeante du marché qui conditionne le mode de programmation, de conception et de gestion des espaces de travail , et qui comporteront :

- Des bureaux
- Des salles de réunion



Figure 56: Exemple d'un bureau

***SALLES DE CONFERENCE :**

Ces salles sont destinées aux projections audiovisuelles des conférenciers, elles doivent alors répondre à plusieurs critères essentiels. Assurer un confort visuel pour l'assistance en assurant un bon éclairage artificiel et peut être naturel mais en évitant les reflets du soleil et tout effet d'éblouissement mais aussi en créant une légère pente à la salle pour assurer un champs visuel parfait de même qu'assurer un excellent confort acoustique , en jouant sur la forme des parois et sur les matériaux de leurs recouvrement, et ceci afin d'éviter tout effet d'écho ou de perte de l'intensité sonores.

4.1.2. d.Support logistique :

Des espaces conçus pour abriter les activités qui assureront le bon fonctionnement de l'équipement, une grande partie de ses espaces sera dans les sous-sols ; ils sont composés entre autres de : administration, chambre froide, service d'équipement technique, espaces de stockages.

4.2. Programme arrêté :

<u>ESPACES</u>	<u>NOMBRES</u>	SURFACES UNIT2 (m²)	SURFACE TOTALE
ENTRÉE	2		
PARKING	1		
RÉCÉPTION	2		
SALON D'ACCUEIL	2	300 m ²	600 m ²
BUREAUX D'INFORMATION			

SALLE DE CONTROLE	4	30 m ²	120 m ²
BUREAU DE SÉCURITÉ	4	25 m ²	100 m ²
RESTAURANT	3	900 m ²	
CAFÉTÉRIA	3	500 m ²	
PISCINE COUVERTE	1	1100m ²	1100m ²
VESTIAIRE HOMMES	4	5 m ²	20 m ²
VESTIAIRES FEMMES	4	5 m ²	20 m ²
DOUCHE HOMMES	4	3 m ²	12m ²
DOUCHE FEMMES	4	3 m ²	12 m ²
SANITAIRES HOMMES	3	2 m ²	6 m ²
SANITAIRES FEMMES	3	2 m ²	6 m ²
SALLE DE REUNION	2	50 m ²	100 m ²
SALLE DE CONFÉRENCE	2	800 m ²	1600 m ²
GALERIE D'ART	3	650 m ²	1300 m ²
CENTRE CULTUREL	3	650 m ²	1300 m ²

BIBLIOTHÈQUE	2	100 m ²	200 m ²
ATELIER	10	50 m ²	500 m ²
CENTRE COMMERCIAL (BOUTIQUES)	1	400 m ²	400 m ²
SALLE DE SPORT	2	350 m ²	700 m ²
BUREAUX			
SUITES VIP	50	100 m ²	5000 m ²
APPARTEMENT AVEC PISCINE	20	120 m ²	2400 m ²
SALLE DES FETES	1	200 m ²	200 m ²
DISCOTHÈQUE	1	150 m ²	150 m ²
SALLE DE DANSE	1	220 m ²	220 m ²

4.3.Synthèse :

L'hôtel de demain doit apporter à l'homme de demain qui vivra probablement dans un monde encore plus rapide et plus fou, un moment d'évasion et de tranquillité, La qualité du service et du confort ainsi que le service soit irréprochable, et par ce point de vue toute conception architecturale dans ce domaine doit prendre en considération quelques notions. Telles que : amélioration de la qualité du service et des différents équipements ainsi que les activités et les loisirs, essayer de fournir un meilleur rapport qualité prix. Prendre en

considération l'esthétique intérieure et extérieure de l'hôtel et faciliter les rapports entre les différents espaces afin de donner une meilleure efficacité opérationnelle.

4.4. Démarche conceptuelle :

La conception spatiale en architecture, présente des caractéristiques spécifiques, pour la synthétiser en quelque ligne, on pourrait la définir comme un processus créatif qui concerne des qualités spatiales et qui est finalisé par la production d'un objet matériel à grande échelle, capable de répondre au mieux aux besoins qui en sont à l'origine cognitif. La solution recherchée par le concepteur pendant la conception n'est pas déterminée, il n'y a pas une solution unique, le concepteur choisira celle qu'il considère la meilleure par rapport aux contraintes données, la solution la plus satisfaisante, la meilleure possible en relation aux nécessités et aux contraintes. Le processus de conception en architecture peut être donc décrit comme un processus de résolution de problèmes ouverts, qui a pour solution un objet spatial. Même s'il y a des exigences de nature différente (fonctionnelle, économique, technologique etc.) qui entrent en jeu, des informations de nature non formelles doivent être forcément traduites dans des qualités formelles et spatiales à l'élaboration de la solution, qui est toujours une solution spatiale, et formelle.

Pour aboutir à un résultat pertinent et cohérent et atteindre les objectifs fixés au départ, une logique méthodologique est nécessaire; Ce processus de création se doit de se baser sur une recherche continue des formes urbaines à travers l'application de concepts formels ou abstraits (choisis au préalable), en s'inspirant d'exemples réels ou métaphoriques et/ou en prenant un parti pris architectural.

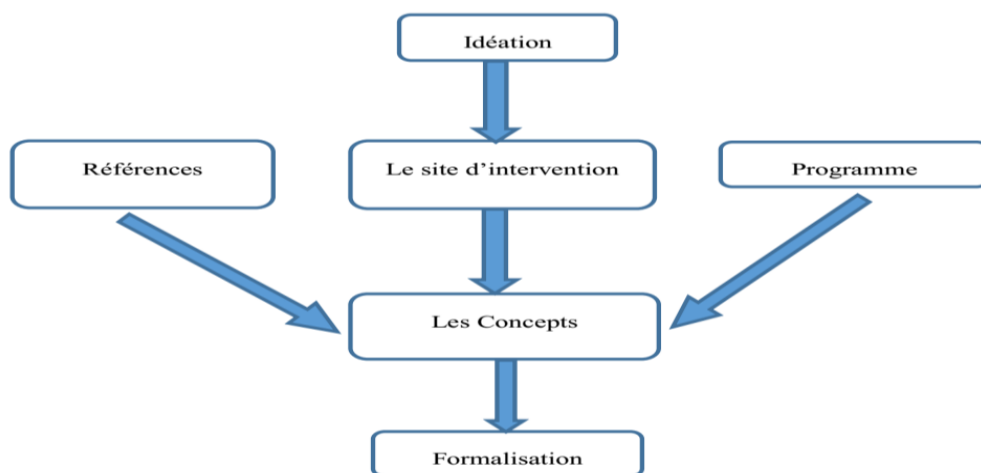


Figure 57: La démarche conceptuelle.

4.4.1. Concepts et notions :

« Les concepts sont des éléments existants ou symboliques que l'on répond, au niveau de la conception, afin d'arriver à un sujet cohérent » Oswald Mathias Ungers.

L'identité : Le projet doit refléter la société et la ville dont il fait partie. Chaque personne doit s'identifier par rapport à ce dernier, ce que nous induisons qu'il faut composer au maximum avec son contexte et les groupes sociaux afin de ne pas les bousculer

La lisibilité : La qualité visuelle, la clarté apparente où lisibilité se conjugue pour créer une structure globale du projet qui lui permet d'être lisible à l'intérieur et se laisse découvrir à l'aide d'une fluidité et lisibilité de circulation.

Hierarchie : Le projet présente un programme riche et une diversité des fonctions qui nécessite une hiérarchisation dans la disposition de ces derniers afin que l'on puisse distinguer les fonctions primaires et secondaire, calmes et bruyantes.

Fragmentation : La fragmentation permet d'avoir des entités différentes reliées entre elles, afin d'éviter l'effet de masse, et faire le jeu entre le plein et le vide, en créant des accès et des percées vers le projet. Ainsi, assurer un bon éclairage est une meilleure aération des espaces.

4.5. Formalisation du projet :

- **Présentation de la parcelle d'intervention :**

Notre terrain d'intervention est de forme irrégulière (forme d'éventail) ayant une surface de 20 000 m²

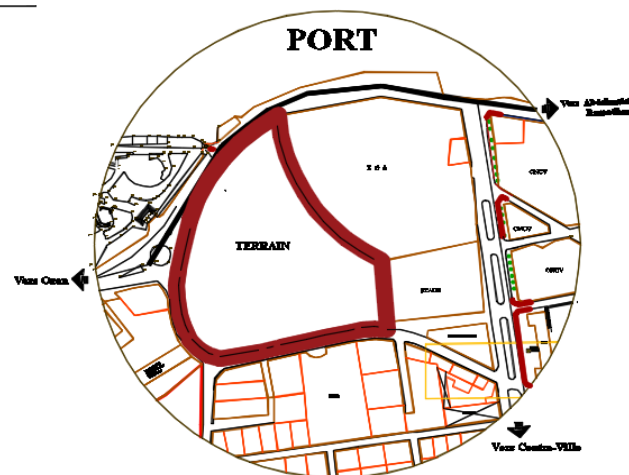
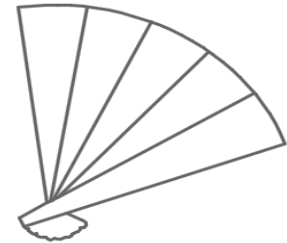


Figure 58: le terrain d'implantation

La fluidité, concavité /convexité de la forme du terrain a mené notre réflexion vers l'utilisation d'une forme irrégulière qui suit en quelque sorte la forme du terrain qui s'apparente elle-même comme un éventail.

Pour réaliser notre forme du projet on a suit 3 principes qui sont :

- Rotation
- Les axes
- La métaphore de l'éventail et la coquille



Étape 01 : Détermination des plates-formes :

Le projet s'adhère avec la forme du site de ce fait il épouse la nature du terrain, sur ce chaque plate-forme suit un décalage d'un mètre avec, en relation avec la topographie des lieux.

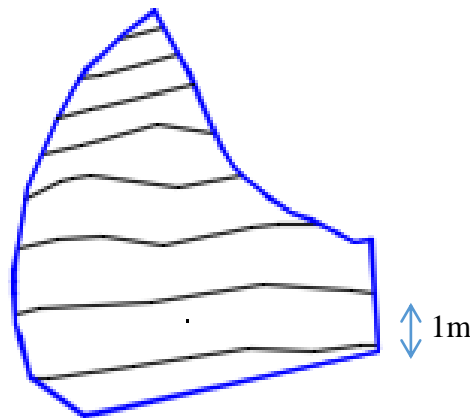


Figure 59: Schéma 01 : les niveaux

En permettant des perspectives visuelles de différentes strates (Étagé), surjetant un dynamisme en projection avec le mouvement spatiale

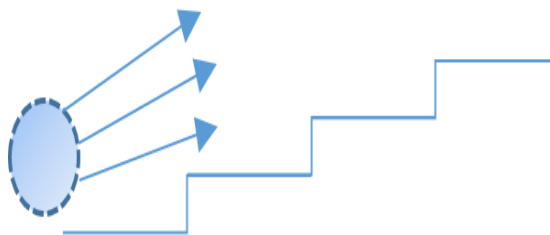


Figure 60: Schéma 02 : les percés visuels

Étape 02 : Retrait et axialité :

On a opter pour un trait de quelque mètre par rapport au périmètre initial, puis le traçage des trois axes principaux s'effectue immédiatement suivant les radiales ayant respectivement une rotation de 30° et 45° : (A/B/C)

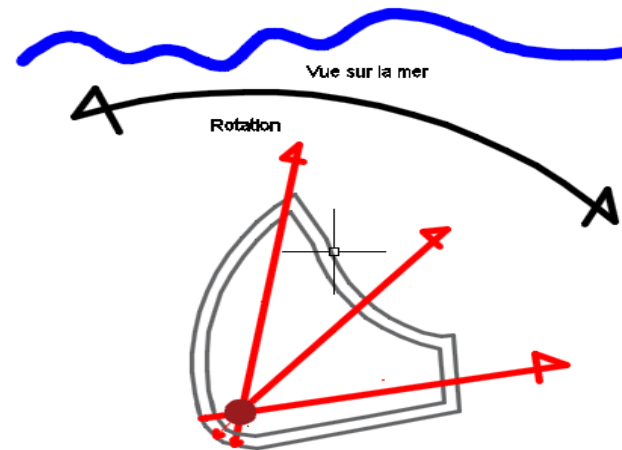


Figure 61: Schéma 03 : Les axes

Étape 03: La projection horizontale :

Détermination du profil (projection horizontale) des entités en s'inspirant de la forme d'éventail avec l'utilisation des formes régulières avec une légère fragmentation des volumes. Les volumes s'inscrivent à travers les axes traces précédemment (A/B/C), la forme régulière de chacune d'entre eux laisse explorer des interstices qui feront l'objet d'aménagements particulier tels que (espace vert , de détente , des placette) .

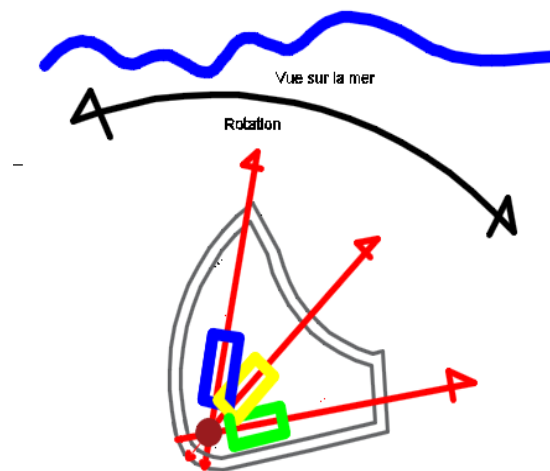


Figure 62 : Schéma 04 : la projection des entités

Etape 04 :

Dans cette phase les opérations de superposition, d'imbrication des volumes primaires sont à l'œuvre.

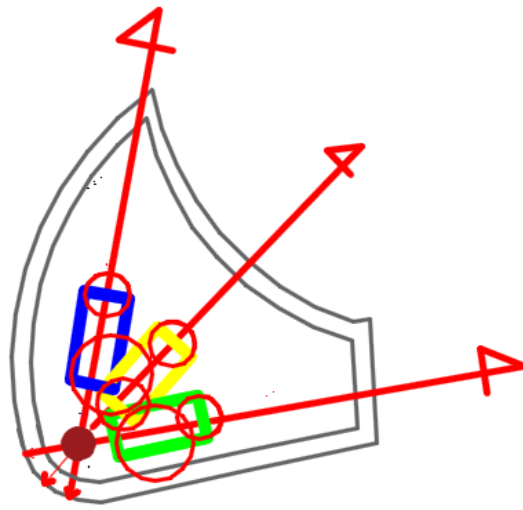


Figure 63: Schéma 05 : l'opération de superposition

Etape 05 :

Après toutes ces modalités et ces incrustations le résultat est couronné par une toiture en forme d'éventail qui symbolisera la coquille préservant la luxure de l'hôtel en position de perle.



Figure 64: Photo de la perle



Figure 65 : Le volume final

Conclusion générale :

Le but dans l'hôtellerie est innové avec une nouvelle architecture dont l'expression très imagée peut créer des ambiances particulières aux antipodes des clichés hôteliers, trop de détail tape à l'œil est toujours d'une grande pauvreté de dessin L'œuvre architecturale est le fruit d'interaction de plusieurs facteurs relative au contexte et aux exigences du thème, ainsi la vision du concepteur. À travers ce modeste travail nous avons voulu résoudre une combinaison complexe à savoir créer un projet qui s'intègre au contexte toute en répondant aux besoins du thème mais aussi de créer une vitrine qui exprime l'image de notre client en assouvant ses désirs et ses attentes.

Bibliographie :

- OUVRAGE :

- ALLERES, D. (s.d.). *LUXE....STRATEGIES MARKETING . P169-207.*
- Castarade, J. (1992). *le luxe , 62p.*
- *Conception d'un hotel 4etoiles plus a Mostaganem.* (session 2011).
- *Dictionnaire LAROUSSE.* (s.d.).
- GODET, M. (1999). *Le luxe dans tout ses etapes , 11p.*
- Godie, M. (1999). *le luxe dans tout ses etapes.*
- LYNCH, k. (1976). *L'image de la cité . P5.* paris.

- MEMOIRES :

- *PFE : Conception d'un hotel 4 etoiles .* (session 2011). Mostaganem.
- *PFE : conception d'un hotel de luxe a Tipaza.* (session 2013).

- DOCUMENTS ADMINISTRATIFS :

- *Instruments d'urbanisme : PDAU Mostaganem 2014.* (s.d.).



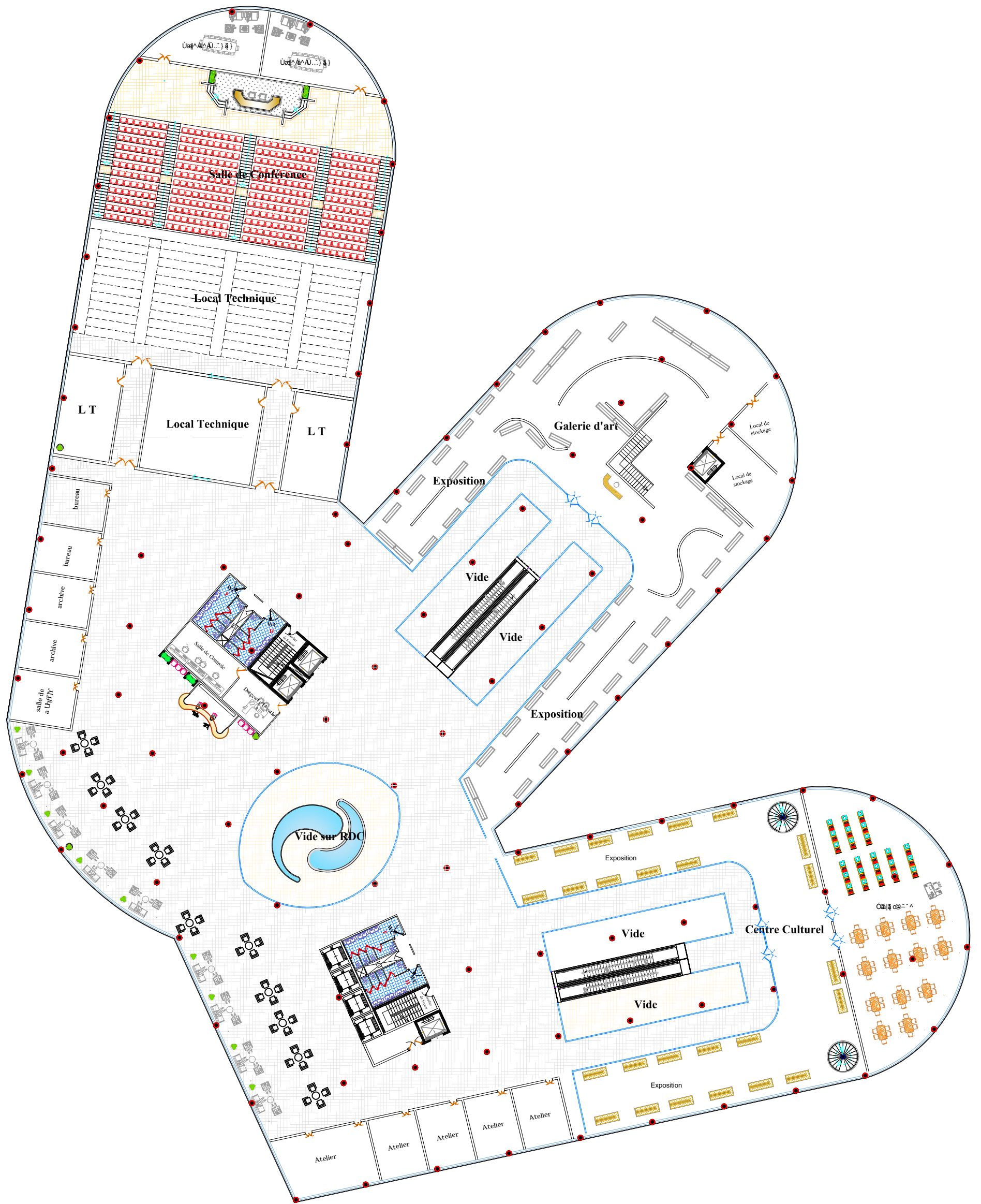
ANNEXES



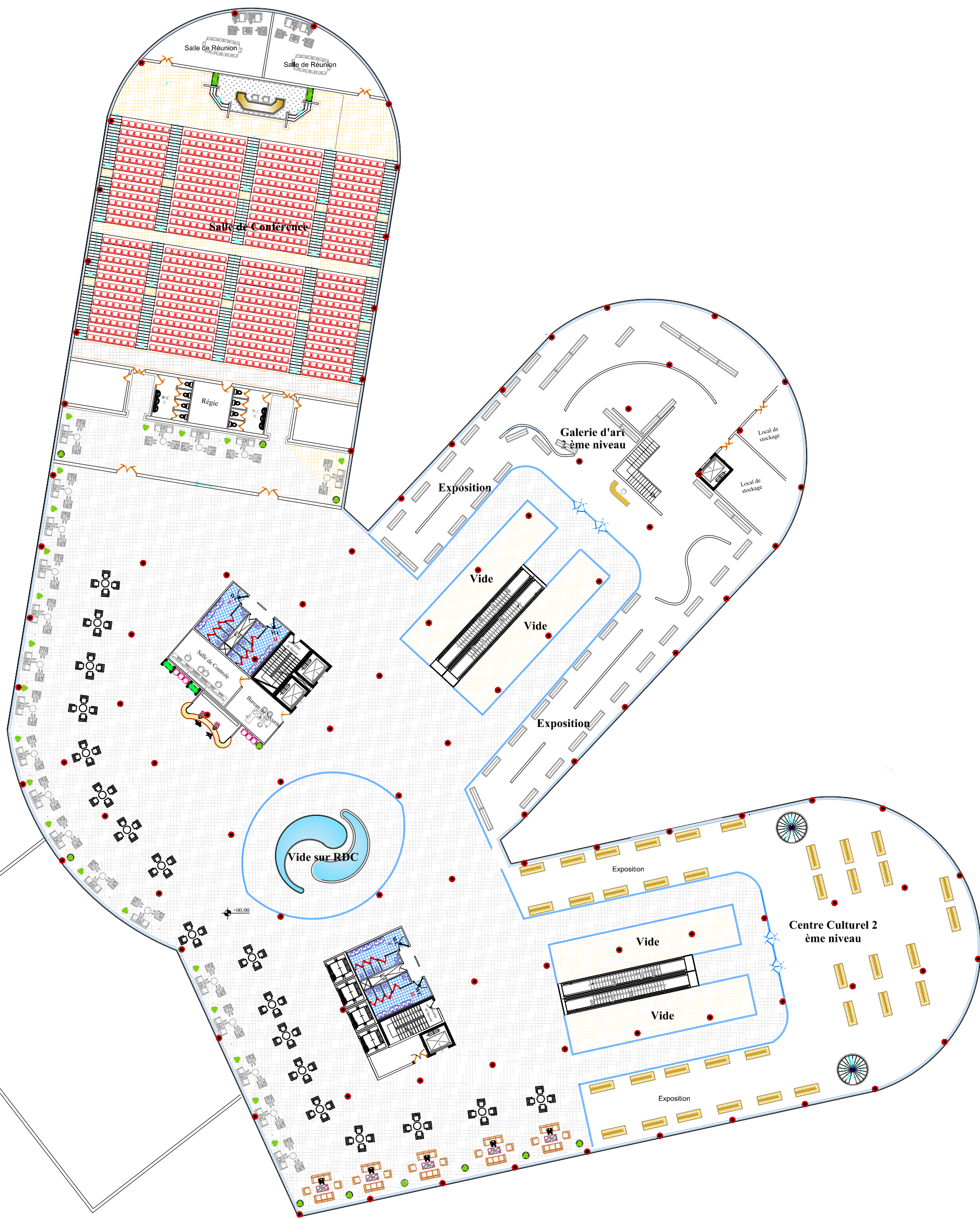
Annexe N°1 plan de masse



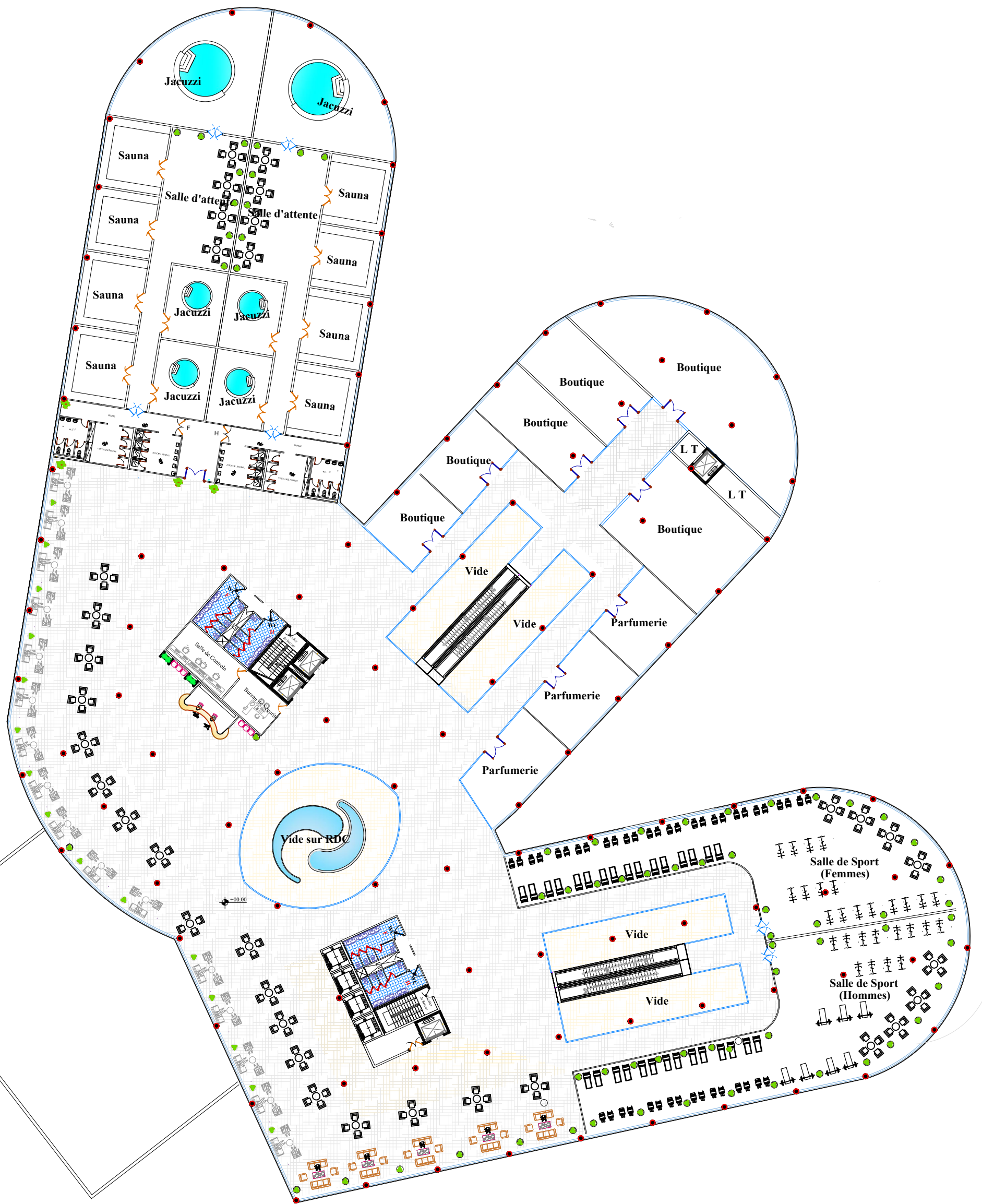
Annexe N°2: plan D'assemblage



Annexe N°3: plan 1er étage



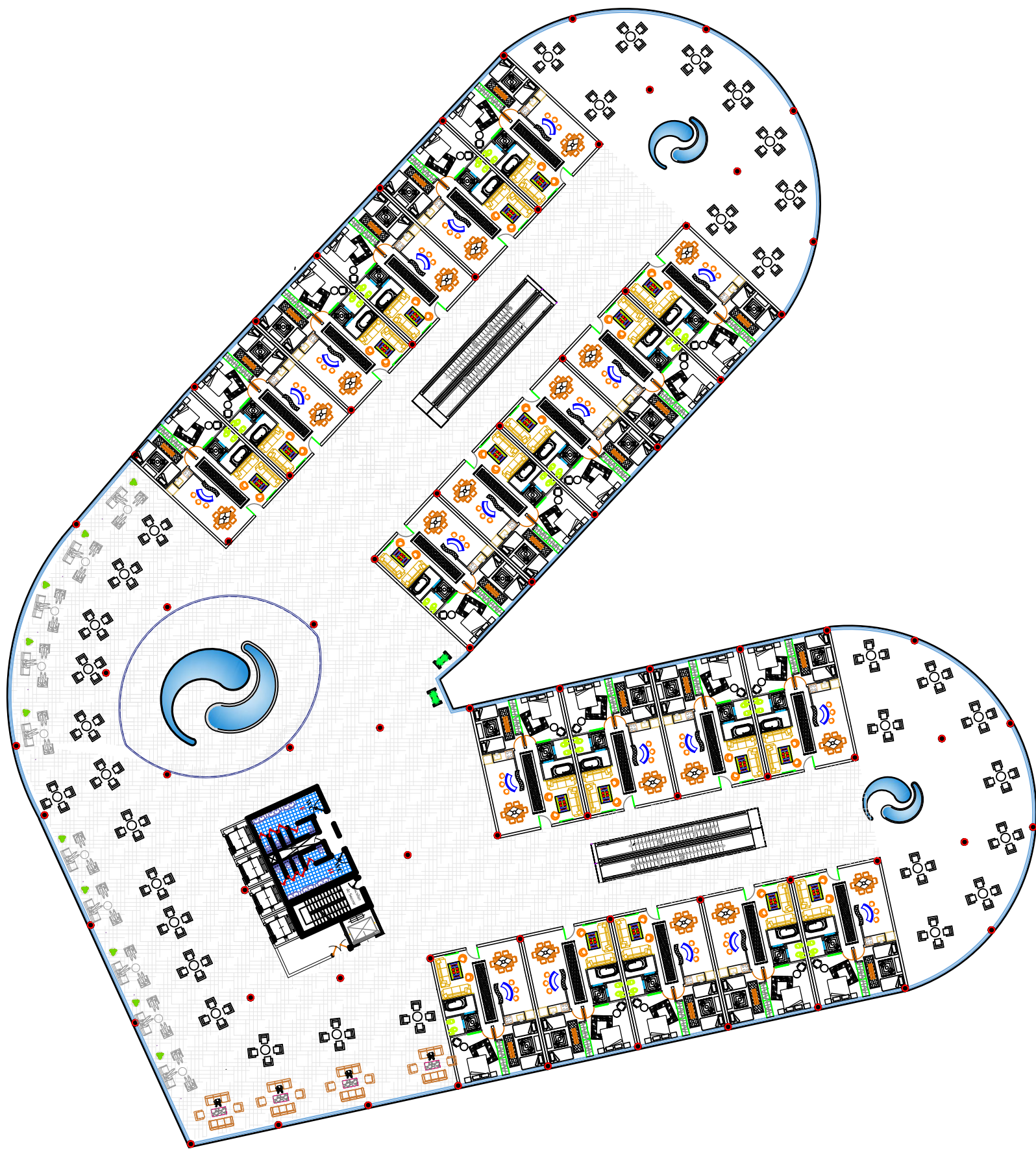
Annexe N°4: plan 2ème étage



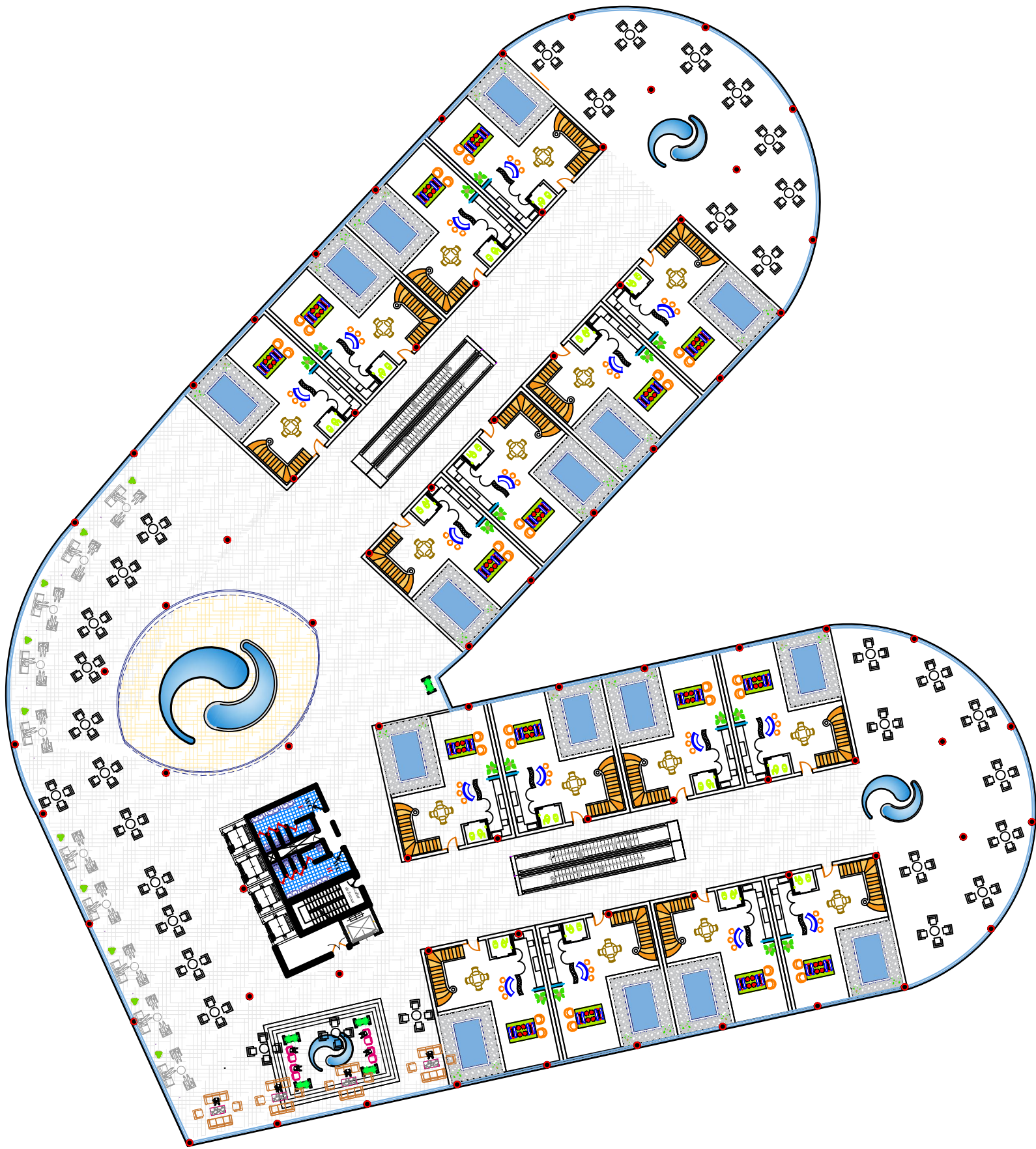
Annexe N°5: plan R+4



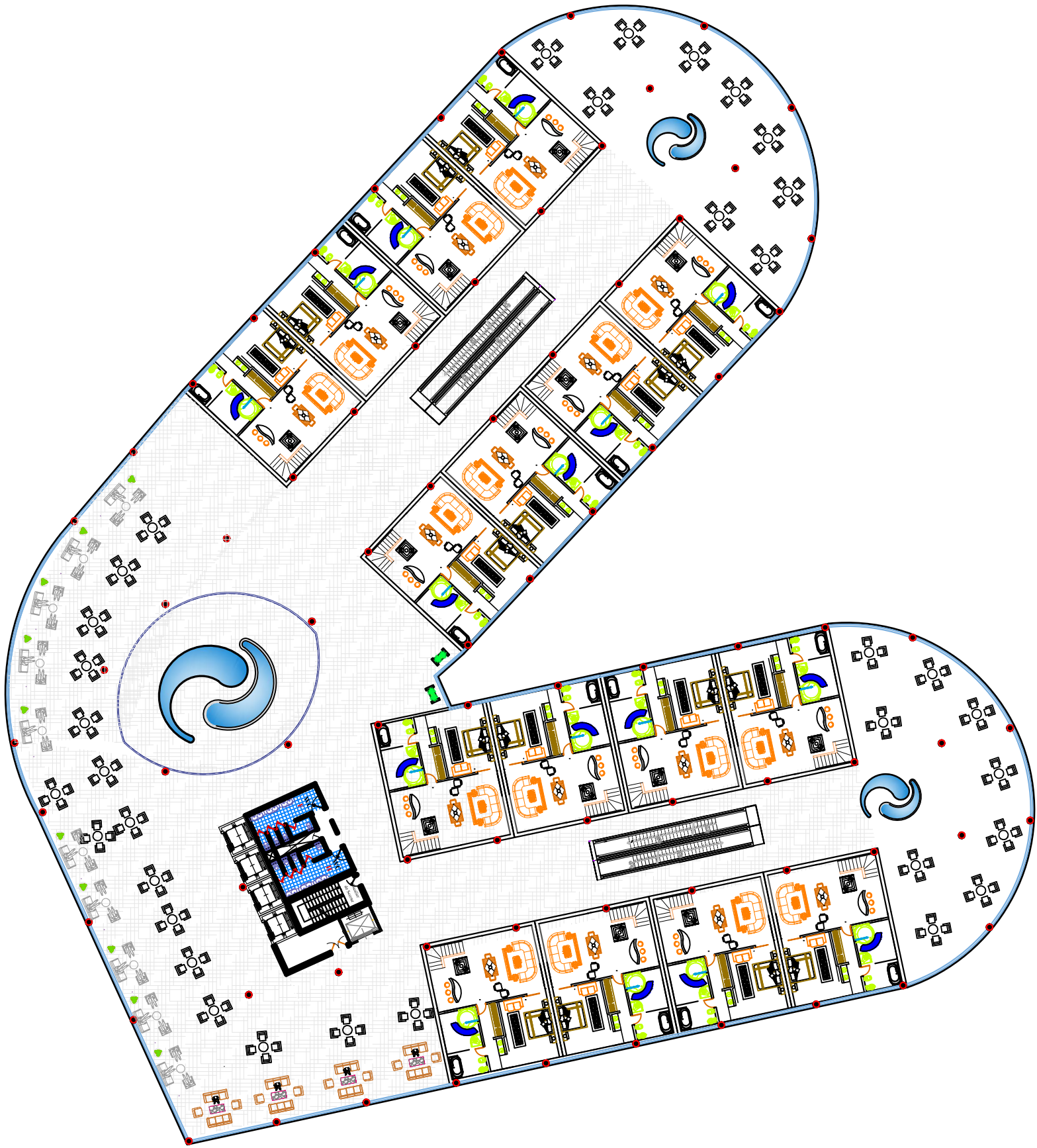
Annexe N°6: plan R+4



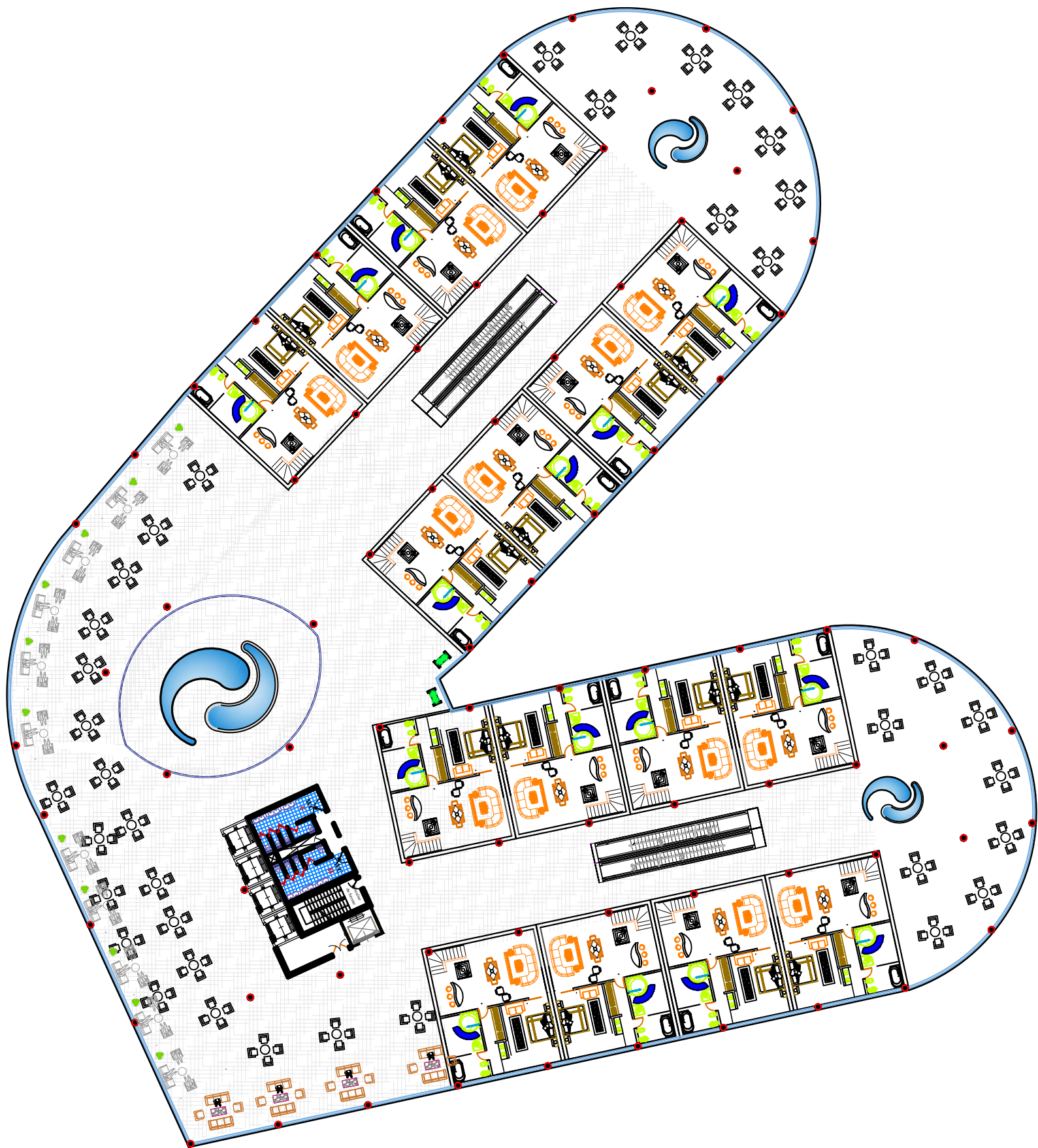
Annexe N°7: plan R+5



Annexe N°8: plan R+6



Annexe N°9: plan R+7



Annexe N°10: plan R+8



ANNEXE N°10 : PLAN DES SUITES



ANNEXE N°11 : PLAN DES APPARTEMENTS RDC



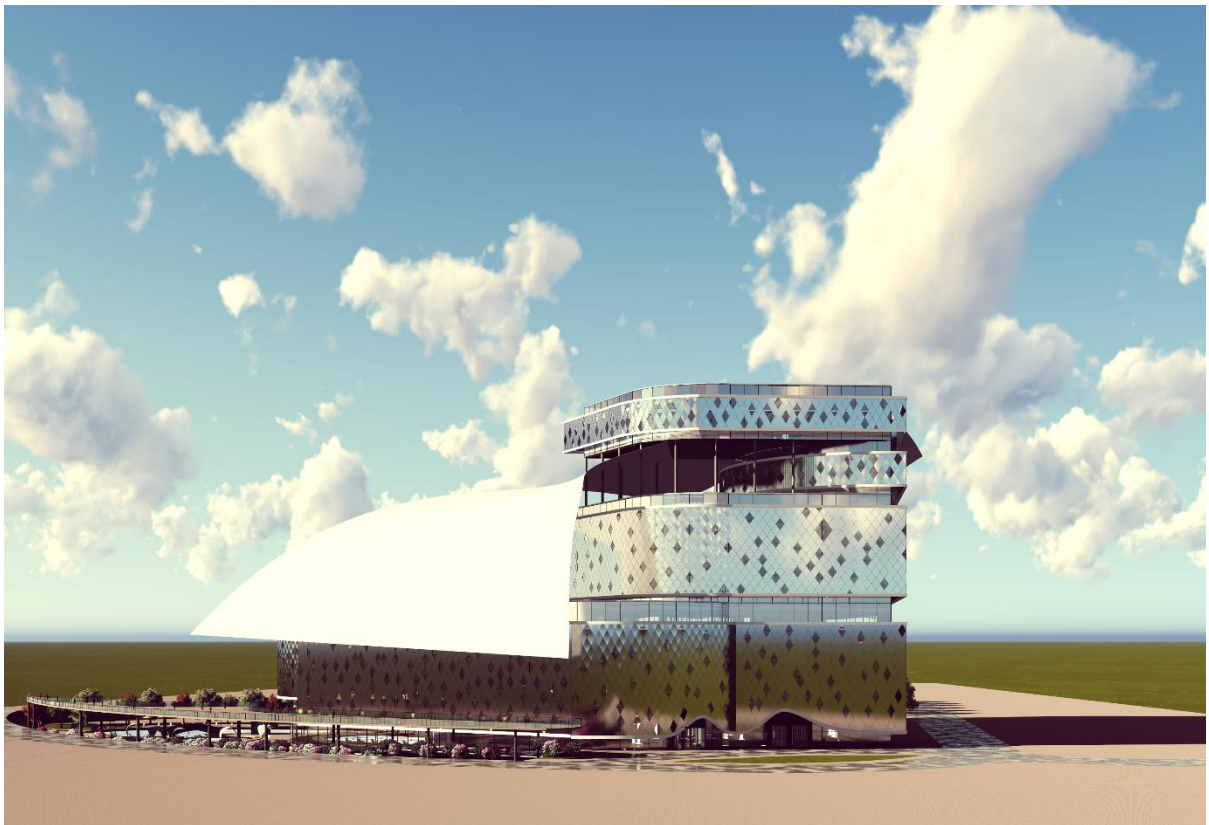
ANNEXE N°12 : PLAN DES APPARTEMENTS R+1



ANNEXE N°14 : PLAN DES APPARTEMENTS R+2



Annexe 14 : FAÇADE DU COTÉ NORD



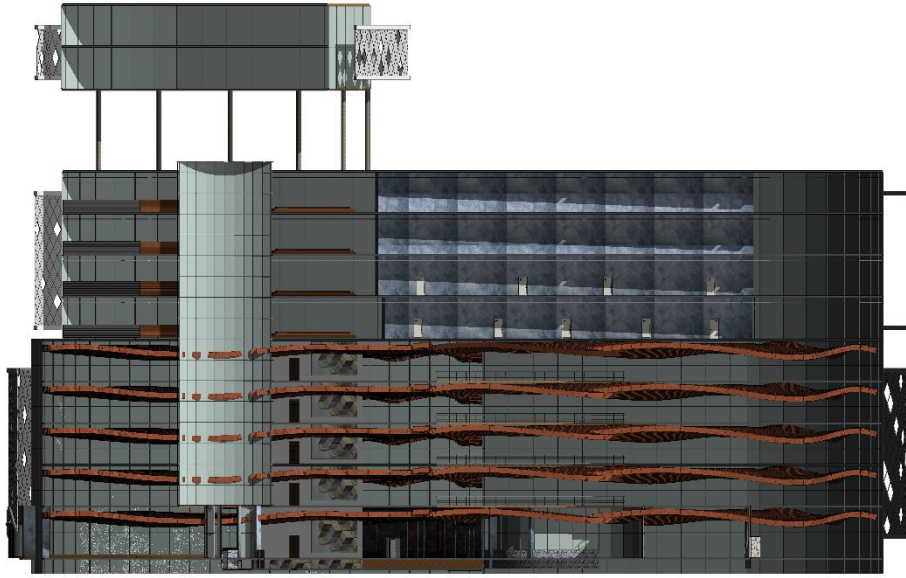
Annexe 15: FAÇADE DU COTÉ SUD



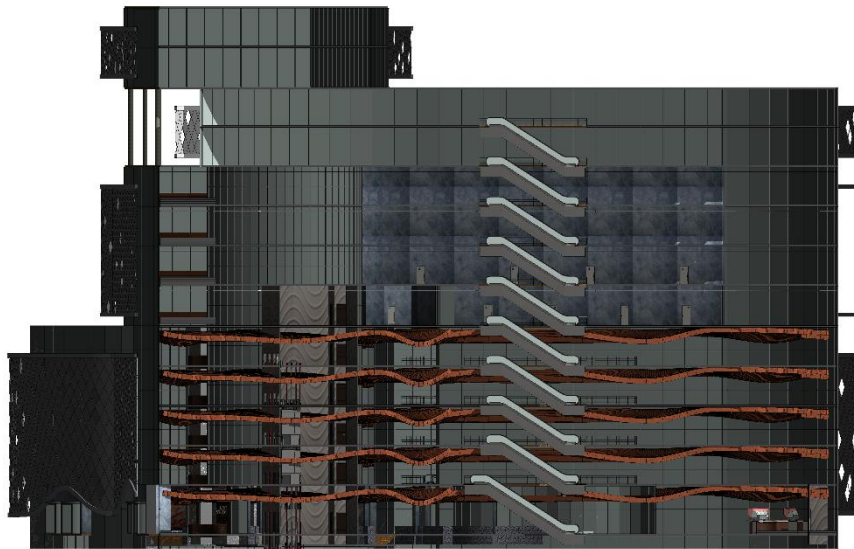
Annexe 16: FAÇADE DU COTÉ



Annexe 17 : FAÇADE DU COTÉ OUEST



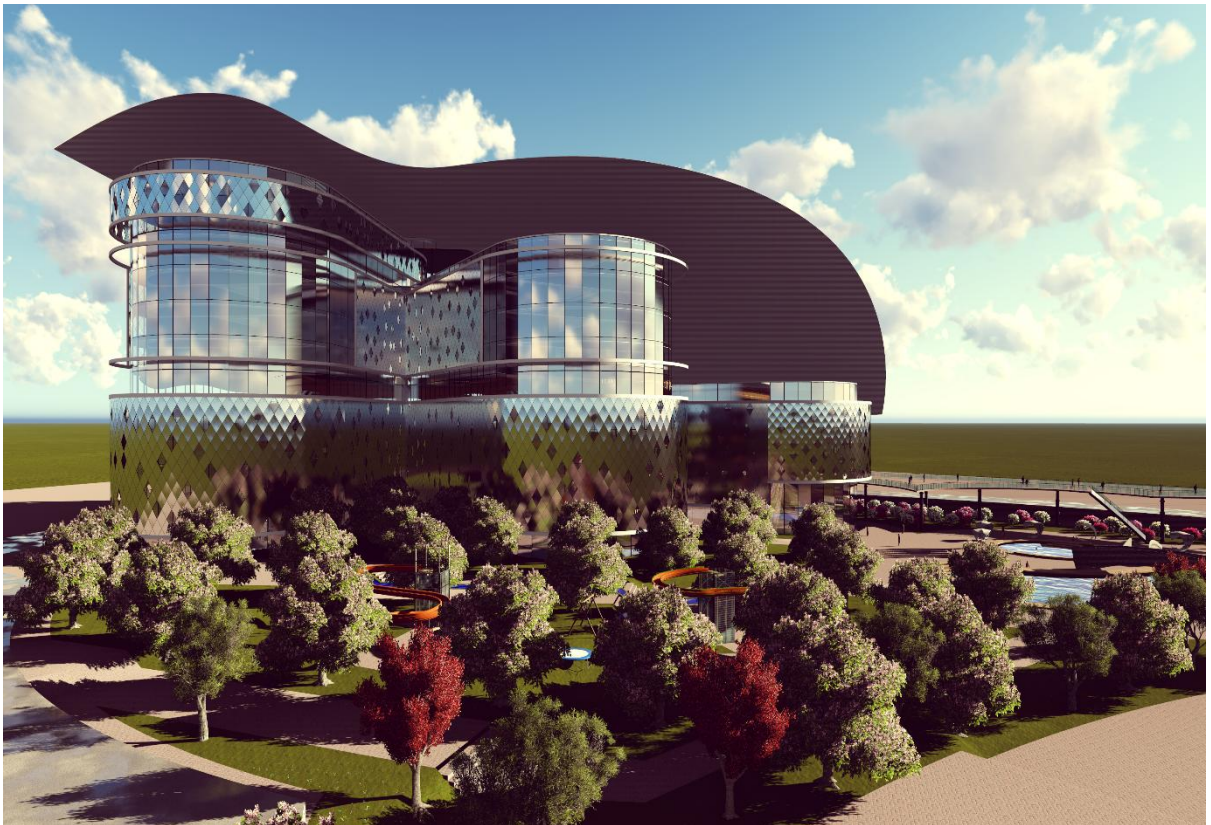
Annexe 18 : COUPE AA



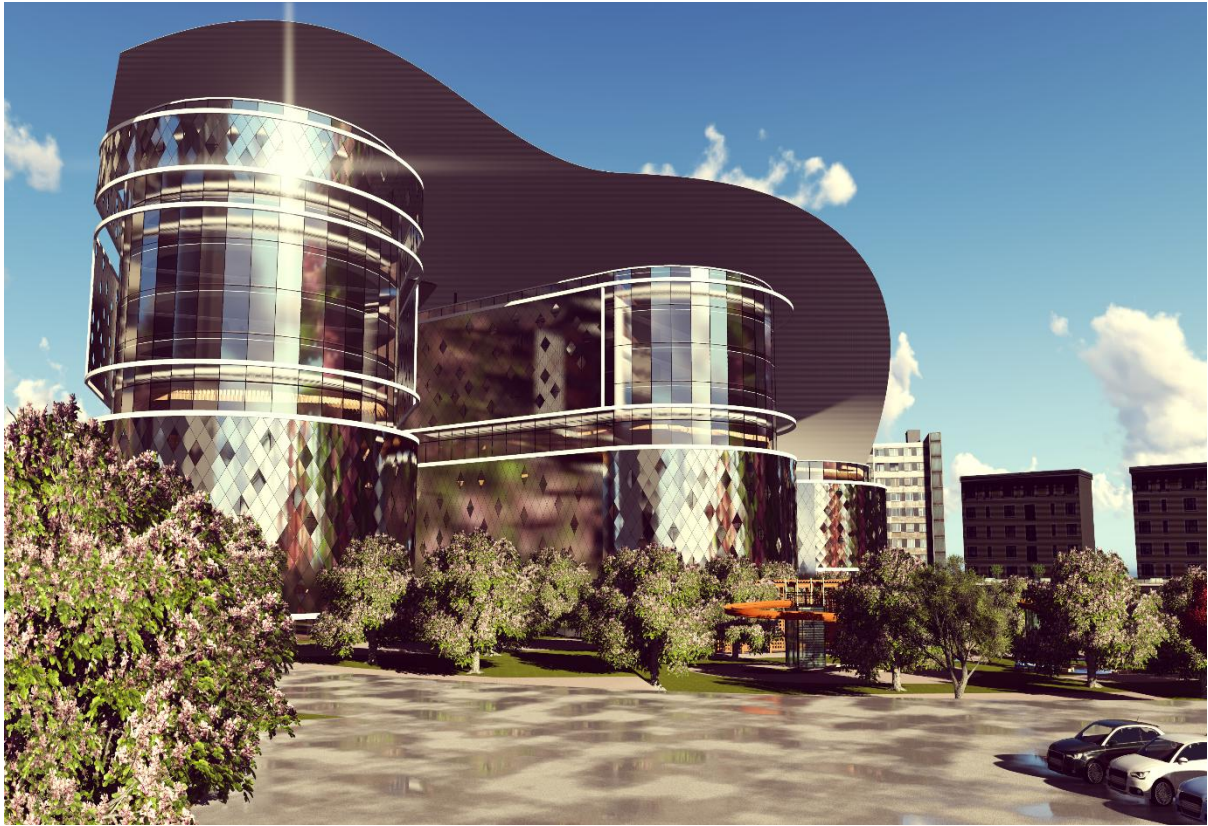
Annexe 19: COUPE BB



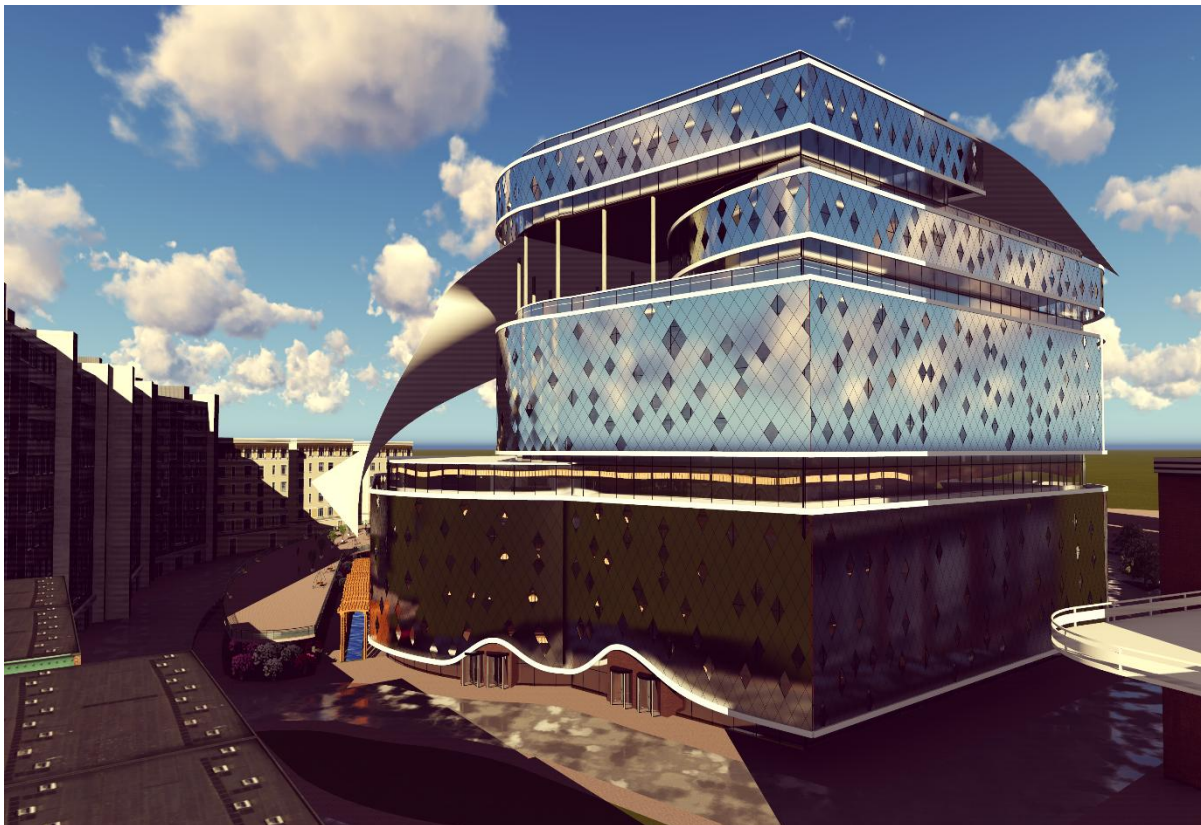
Annexe 20 : VUE DE L'EXTERIEUR N°01



Annexe 21 : VUE DE L'EXTERIEUR N°02



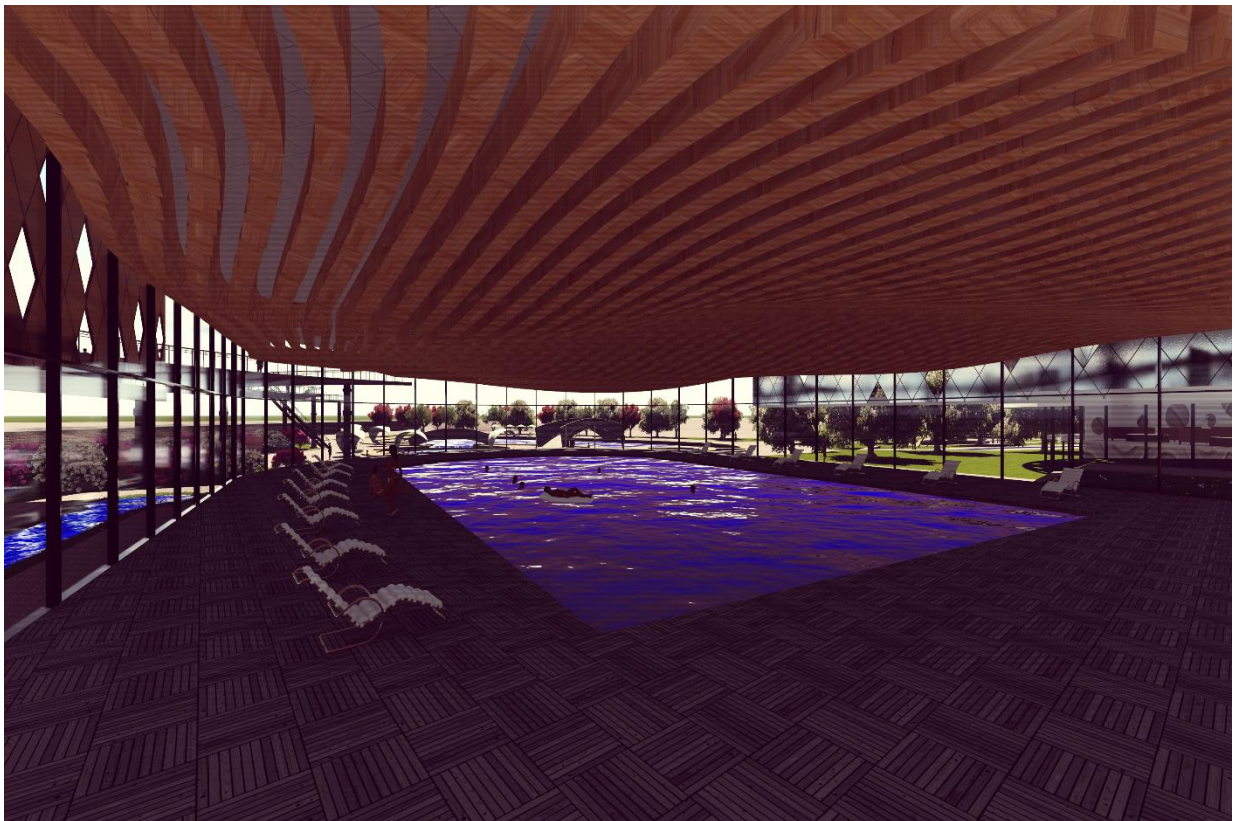
Annexe 22: VUE DE L'EXTERIEUR N°03



Annexe 23: VUE DE L'EXTERIEUR N°04



Annexe 24 : VUE SUR LA PSCINE



Annexe 25: VUE SUR LA PISCINE COUVERTE



Annexe 26: VUE de l'intérieur des suites



Annexe 27: vue de l'intérieur de l'appartement