

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**  
**MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR**  
**ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**  
**UNIVERSITE -SALAH BOUBNIDER- CONSTANTINE 3**



**FACULTE D'ARCHITECTURE ET D'URBANISME**  
**DEPARTEMENT D'ARCHITECTURE**

N° d'ordre : ... ..

Série : ... ..

MÉMOIRE DE MASTER

Filière : Architecture

Spécialité : Architecture, Environnement et technologie

**Thème: L'hospitalité de la ville et sa promotion économique**



**Projet : Hôtel d'affaires**

Membres du jury:

Présenté par :

**Président du jury: Mr. Saouli**

**MELIT Ghada**

**Examineur: Mr. Medour**

**Encadreur:Mr. MEROUANI Malek**

Année Universitaire 2019/2020.

Session : juin

---

## **Résumé:**

Aujourd'hui, les clients des hôtel d'affaires sont à la recherche d'un lieu d'échange, de partage et d'ouverture sur le monde. Ils ne veulent plus être considérés comme des clients de passage, mais comme de véritables convives. C'est ce que nous appelons l'hospitalité, cette notion qui pourra être un outil de conception de nouveaux hôtels d'affaires qui vont offrir une expérience globale a ses clients.

Ce travail de recherche répondre a une problématique sur le thème de les hôtels d'affaires dont le titre est : **L'hospitalité de la ville et sa promotion économique**

La recherche a pour but de trouver des outils et des solutions architecturales, technologiques et environnementales pour répondre à une problématique au sujet de la notion de l'hospitalité aux hôtels d'affaires et comment transformer ces derniers d'un simple espace de travail et d'hébergement a une expérience globale et un aire de convivialité et de mixité sociale.

**Mots clés :** hôtel d'affaires, hospitalité, expérience, ville, convivialité, environnement, technologie.

## **Abstract:**

Today, business hotel customers are looking for a place to exchange ideas, share and open up to the world. They no longer want to be seen as passing customers, but as real guests. This is what we call hospitality, this notion that can be a tool for designing new business hotels that will offer a global experience to its customers. This research work responds to a problematic on the theme of business hotels, the title of which is: The hospitality of the city and its economic promotion The research has for but to find tools and architectural, technological and environmental solutions to answer a problematic concerning the concept of hospitality in business hotels and how to transform them from a simple workspace and from accommodation a global experience and an area of conviviality and social diversity.

---

---

**Keywords:** business hotel, hospitality, experience, city, friendliness, environment, technology.

## ملخص:

يبحث عملاء الفنادق التجارية اليوم عن مكان لتبادل الأفكار والمشاركة والانفتاح على العالم. لم يعودوا يريدون أن يُنظر إليهم على أنهم عملاء عابرون ، ولكن كضيوف حقيقيين. هذا ما نسميه الضيافة ، هذه الفكرة التي يمكن أن تكون أداة لتصميم فنادق أعمال جديدة تقدم تجربة عالمية لعملائها.

يستجيب هذا العمل البحثي لإشكالية تتعلق بموضوع الفنادق التجارية ، وعنوانها: ضيافة المدينة وتعزيزها اقتصاديًا. البحث لديه فقط لإيجاد أدوات وحلول معمارية وتكنولوجية وبيئية للإجابة على مشكلة تتعلق بمفهوم الضيافة في الفنادق التجارية وكيفية تحويلها من مساحة عمل بسيطة ومن إقامة تجربة عالمية ومنطقة للعيش المشترك والتنوع الاجتماعي.

**الكلمات المفتاحية:** فندق أعمال ، ضيافة ، تجربة ، مدينة ، ود ، بيئة ، تكنولوجيا.

---

---

## Table des matières

Introduction générale:.....	1
I. Problématique:.....	7
II. Constats :.....	9
III. Questions.....	10
IV. Objectifs:.....	10
V. Methodologie de recherche:.....	11
VI. Structure du mémoire:.....	11
Partie 1 : Approche théorique.....	14
Introduction à la première partie.....	14
Chapitre I : Approche thématique : Définition des concepts en relation avec le thème.....	15
Introduction.....	16
I.1 Définition de l'hospitalité:.....	16
I.2 L'hospitalité dans l'islam.....	17
I.3 L'hospitalité dans le domaine hôtelier:.....	19
I.4 L'hospitalité : un vecteur de croissance économique.....	20
I.5 De l'hospitalité à l'expérience : perçue, vécue et conçue.....	21
I.5.1 Comment améliorer l'expérience client ? - le vécu.....	21
a) Enrichir les services proposés pendant le séjour hôtelier:.....	22
b) Transformer l'hôtel en zone de d'activités et d'événements:.....	23
c) Créer un espace de coworking:.....	23
d) Repenser son hôtel comme un lieu de vie:.....	24
e) Attirer les locaux dans les murs de l'hôtel :.....	24
f) Les hôtels qui s'ouvrent sur l'extérieur sont gagnants à plusieurs titres.....	24
I.5.2 Qu'est ce qu'on entend par la qualité perçue dans les hôtels? - le perçu.....	25
A. Les caractéristiques d un produit architectural:.....	25
B. Qualités formelles et spatiales :.....	27
I.5.3 La technologie pour plus d'hospitalité : Comment la technologie change la conception des hôtels ? - le conçu.....	28
I.5.4 Exemples des hôtels high-tech.....	30
I.5.4.a Le W Singapore a Sentosa Cove.....	30
I.5.4.b xL'Hôtel Silken Puerta América Madrid, Espagne.....	31
I.5.4.c Le Yotel à New York City.....	32
I.5.4.d Pengheng Space Capsules Hotel - Shenzhen, China.....	33
I.5.4.e City Hub - Amsterdam, The Netherlands.....	34
I.5.4.f Kameha Grand - Zurich, Switzerland.....	34
Conclusion:.....	35
Chapitre II : L'hôtel d'affaires: un équipement d'accueil.....	37
Introduction.....	38
II.1 Définition du tourisme:.....	38
II.2 L'objectif du tourisme :.....	39
II.3 Les types du tourisme :.....	39
II.3.1 Selon le type d'activité :.....	39
II.3.2 Selon le lieu :.....	39

---

---

II.3.3 Selon la durée :.....	40
II.3.4 Selon la taille de groupe:.....	40
II.3.5 Selon le budget :.....	41
II.4 Les établissements touristiques :.....	41
II.6 Le tourisme d'affaires :.....	42
II.7 Terminologie de l'hôtellerie.....	43
II.7.1 L'hôtellerie :.....	43
II.7.2 Hôtelier:.....	44
II.7.3 Hôtel:.....	44
II.7.4 Les différents types d'hôtels :.....	45
II.8 Définition d'un hôtel d'affaire :.....	45
II.9 Les avantages des hôtels d'affaires :.....	46
II.10 Classification des hôtels selon les normes internationaux.....	46
II.11 Les normes et les conditions de classement en catégories des hôtels.....	48
II.12 Actualité sur les nouvelles activités exercées dans un hôtel d'affaires.....	52
II.12.1 Le coworking dans les hôtels.....	53
II.12.2 Utilisateurs.....	55
II.12.3 Les motifs de création d'un espace de coworking.....	55
II.12.4 Avantages du coworking pour un hôtel:.....	56
II.12.5 L'intérêt du coworking à l'hôtel pour les clients ?.....	56
Chapitre III: Le tourisme d'affaires en Algérie.....	58
III.1 Le tourisme d'affaires en Algérie : réalités et perspective.....	59
III.2 Regards sur Le parc hôtelier dans la ville de Constantine.....	61
III.3 Le potentiel industriel et économique de la ville de Constantine.....	63
III.4 S'ouvrir sur l'environnement local.....	71
III.5 Une nouvelle image pour la nouvelle ville Ali Mendjeli,.....	71
Chapitre IV: Approche comparative: Étude d'exemples.....	73
Introduction.....	74
IV.1 Clarion Hotel.....	75
IV.2 Hôtel Enzo.....	82
IV.3 Hôtel diagonal a Barcelone.....	84
IV.4 Proposition Hôtel + Palais des Congrès / OOIO.....	88
IV.5 L'hôtel Hyatt Regency.....	90
Conclusion :.....	93
Conclusion de la première partie.....	94
Chapitre V: Approche programmatique.....	95
Introduction:.....	96
V.1 Présentation des composantes du projet.....	96
V.1.1 Composante d'accueil.....	96
V.1.2 Composante d'hébergement.....	99
V.1.3 Composante congrès.....	102
V.1.4 Composante consommation :.....	104
V.1.5 Agences:.....	107
V.1.6 locaux techniques :.....	108

---

---

V.2 Programmation :.....	109
Partie 2 : Approche pratique.....	113
Chapitre VI: Analyse contextuelle.....	114
Introduction.....	115
VI.1 Présentation de la ville de Constantine.:.....	115
VI.1.1 Les limites.....	115
VI.2 Présentation de la ville nouvelle Ali Mendjli :.....	116
VI.3 Présentation du Terrain Choisi :.....	117
VI.3.1 Motivation de choix du terrain :.....	117
VI.3.2 Situation du site.....	117
VI.3.4 Système Routier :.....	119
VI.3.5 Morphologie du terrain:.....	119
VI.3.6 Topographie du terrain.....	119
VI.3.7 Approche climatique :.....	120
VI.3.8 Accessibilité.....	120
VI.3.9 Analyse de l'environnement du site :.....	121
Chapitre VII: Analyse conceptuelle.....	123
Introduction.....	124
VII.2 L'idée initiatrice de notre projet.....	125
VII.2.1 La démarche contextuelle.....	125
VII.2.2 La démarche connotative:.....	128
Conclusion.....	135
Chapitre VIII: Mise en forme du projet.....	136
Introduction.....	137
VIII.1 Schéma de principe :.....	137
Conclusion.....	139
Conclusion de la deuxième partie.....	139
CONCLUSION GENERALE.....	140
Bibliographie.....	141
Ouvrage :.....	141
Site internet :.....	141
Articles :.....	142
Les mémoires et thèses :.....	143

---

---

## TABLE DES FIGURES

Figure 1 : L'hospitalité dans l'islam.....	17
Figure 2 : Hospitalité.....	19
Figure 3 : la croissance économique.....	20
Figure 4 : hospitalité .....	21
Figure 5 : nouveaux services.....	22
Figure 6 : hotel BOB. ....	24
Figure 7 : chambre intelligente.....	28
Figure 8 : le service check in /check out.....	29
Figure 9 : mur numérique interactif .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
Figure 10: videoprojecteur tactile.....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
Figure 11 : Une suite de l'hôtel W Singapore.....	30
Figure 12 : La piscine de de l'hôtel W Singapore.....	30
Figure 13 : L'Hôtel Silken Puerta América.....	31
Figure 14 : Reception.....	31
Figure 15 : Sanitaires.....	31
Figure 16 : Sejour dans une suite.....	32
Figure 17 : Une chambre.....	32
Figure 18 : Une chambre.....	32
Figure 19 : Salon d'attente.....	32
Figure 20 : Lobby.....	32
Figure 21 : Chambre intelligente.....	33
Figure 22 : Le Yobot.....	33
Figure 23 : Hall.....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
Figure 24 : Robot.....	33
Figure 25 : Les chambres (capsules spatiales).....	33
Figure 26 : Couloir entre chambres.....	33
Figure 27 : Hal.....	33
Figure 28 : Bureau de réception.....	33
Figure 29 : Bracelet électronique.....	33

---