

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

Ministere de l'enseignement superieur et de la recherche scientifique

Université De Constantine (03)
Faculté d'Architecture et d'Urbanisme

جامعة قسنطينة (03)
كلية الهندسة المعمارية والتعمير



قسم إدارة المشاريع

DEPARTEMENT MANAGEMENT DE PROJETS

N° d'Ordre :

N° de Série :

MEMOIRE DE MASTER

INTITULE

L'Evaluation du management des impacts d'un
projet politique sur l'environnement et sur l'image
de la ville.

Cas d'étude : « Hôtel MARRIOTT Constantine »

Présenté par :

Mr KIHAL Mohamed Tahar

Jury de soutenance :

1 / Pr SASSI Soud

Encadreur

2 / Mlle KADRI Salima Rayene

Encadreur

3 / Mme GHENOUCHE Rana

Encadreur

4 / Mme SIFI Gamra

Membre

5 / Mlle SAIGHI Ouafa

Membre

Sommaire

Chapitre introductif

Introduction	1
Problématique	3
Hypothèse	4
Objectif de recherche	4
Méthodologie de recherche	5
Définition des impacts	7

Partie I : Cadre théorique de référence

Introduction de la première partie	12
---	----

Chapitre I : Approche Thématique

Introduction	13
I-Définition du tourisme	13
I-1-Définition selon l'approche statistique.....	13
I-2-Définition selon l'approche systémique.....	15
II-Le rôle du tourisme	18
III-Les différents types du tourisme	19
IV-L' aménagement touristique	20
V -Les différentes infrastructures touristiques	20
V-1-L'hôtellerie.....	21
V-1-1-Définition de l'hôtellerie.....	21
V-1-2-Définition de l'hôtel.....	21
V-1-3-Classification des hôtels.....	22
V-1-4-Critaire de sélection d'un hôtel.....	23
V-1-5-Les types d'hôtels.....	23
V-1-6-Historique	25
VI-Aperçu historique du tourisme	26

VI-1-Les prémices	26
VI-2-La naissance	27
VI-3-Le développement	28
VI-4-Évolution récente de l'industrie touristique.....	29
VI-4-1-Contexte socio-économique international.....	29
VI-4-2-Le tourisme à l'échelle internationale.....	31
VI-4-3-Le tourisme à l'échelle nationale (l'Algérie).....	34
VI-4-3-A-Histoire de la planification du tourisme en Algérie.....	35
VI-4-3-B-Les potentialités touristiques.....	40
VI-4-3-C-Le rôle du tourisme en Algérie.....	42
VI-4-3-D-Les actions touristiques en Algérie.....	42
VI-4-3-E-La demande du produit touristique.....	43
VI-4-3-F-Les instruments de la planification touristique.....	44
VI-4-4-Le tourisme à la ville de Constantine.....	53
VI-4-4-A-La présentation de la ville de Constantine.....	53
VI-4-4-B-Les potentialités touristiques naturelles.....	57
VI-4-4-C-Les Potentialités culturelles, Historiques et Archéologique	61
Conclusion	66
Chapitre II : Approche Managériale	
Introduction.....	67
I-Définition des concepts.....	68
I-1-Le projet.....	68
I-2-Le Management.....	69
I-3-Le Management de projet.....	69
II-Les phase du management de projet.....	69
II-1-le vocabulaire du projet.....	69
III-Le cycle de vie du projet.....	71
IV-Les domaines de connaissance de management de projet.....	73
IV-1- Le management de l'intégration du projet	73

IV-2- Le management du contenu du projet.....	74
IV-3- Le management des délais du projet.....	75
IV-4- Le management du cout du projet.....	76
IV-5- Le management de la qualité.....	77
IV-6- Le management des ressources humaines.....	77
IV-7- Le management des communications.....	77
IV-8- le management des risques.....	78
IV-9- le management des approvisionnements.....	78
IV-10-Management des parties prenantes du projet	79
Conclusion	80
 Chapitre III : Le Management environnemental 	
Introduction.....	81
I-Qu'est-ce que le management environnemental ?.....	81
I-1-Une Définition.....	81
I-2-L'outil de gestion du management environnemental : le SME.....	82
II-Enjeux et intérêts d'un système de management environnemental	82
II-1-Avantages économiques.....	82
II-2-Avantages au niveau organisationnel.....	83
II-3-Avantages administratifs.....	83
II-4-Un gain en termes d'image.....	83
II-5-Synergies locales.....	84
II-6-En vrac.....	84
II-7-Avantages potentiels d'un SME : synthèse.....	84
III-Les normes de référence / la certification	85
III-1La Norme ISO 14001.....	85
III-2-Le Système européen EMAS (Environnemental Management and Audit System).....	85
III-3-Certification, validation et reconnaissance.....	86
III-4-Qualité, sécurité, environnement : les démarches intégrées.....	86
IV-La méthode, les étapes.....	87
IV-1-Définition d'une politique environnementale.....	87
IV-2-Analyse environnementale du site.....	88
IV-3-Etablissement d'un programme.....	88

IV-4-Mise en place d'un Système de Management Environnemental.....	88
IV-5-Mise en œuvre des actions planifiées.....	88
IV-6-Contrôle du système et correction des écarts.....	88
IV-7-Validation et rédaction d'un rapport environnemental.....	89
V-les champs de l'intervention environnementale	90
Conclusion	91
Chapitre IV : Le Management de l'image de marque de la ville	
Introduction.....	93
I - De l'image d'une marque à l'image d'une ville	93
I-1-Le concept d'image de marque	93
I-2-Les spécificités de l'image d'une ville	96
II - la construction d'une échelle de mesure	98
II-1-Méthodologie	99
Conclusion.....	100
Conclusion de la première partie.....	101
Partie II : Analyse de cas d'étude	
Introduction de la première partie.....	102
Chapitre I : Identification du projet	
Introduction.....	103
I-Présentation du projet.....	103
II-Genèse du projet.....	105
III-Tableau synoptique.....	106
IV-Analyse urbaine.....	111
IV-1-Identification du site	111
IV-1-1-Situation	111
A-La Situation du projet par rapport à la ville.....	111
B-La Situation du projet par rapport à l'environnement immédiat.....	112
C-La Situation du projet par rapport aux moyens de déplacement.....	113
D-La Situation du projet par rapport aux potentialités touristiques.....	114
IV-1-2-La position dans le cadre physique.....	115
A-La topographie.....	115
B-Le micro climat.....	116

IV-1-3-Les limites de terrain.....	117
IV-1-4-La forme du terrain.....	118
IV-1-5-L'Accessibilité.....	119
IV-1-6-Les accès.....	120
V-Analyse architecturale.....	121
V-1-Forme du projet	121
V-2-Composition du projet.....	122
V-3-L'ensoleillement et les vents	123
V-4-Aspect extérieur de l'ensemble.....	124
V-4-1-La volumétrie.....	125
V-4-2-Les façades.....	126
V-5-Cadre bâti et non bâti.....	127
V-6-Organisation des blocs.....	128
V-6-1-Organisation spatiale.....	128
V-6-2-Organisation fonctionnelle.....	128
Conclusion.....	130
Conclusion de la deuxième partie.....	131
Partie III : interprétation et résultats	
Introduction de la troisième partie.....	132
Chapitre I : Management des impacts de l'hôtel MARRIOTT sur l'environnement	
Introduction.....	133
I-Clés pour la lecture de la matrice d'impacts.....	133
II-1-Portée de l'impact.....	134
II-2-Durée de l'impact.....	134
II-3-Type d'impact.....	135
II-4-Qualité de l'impact.....	135
I-Tableau des impacts.....	136
III-Description et mesures d'atténuation des impacts.....	137
Conclusion.....	141

Chapitre II : Management des impacts de l'hôtel MARRIOTT sur l'image de la ville

Introduction	142
I-Lecture du paysage urbain : un hôtel intégré dans son environnement urbain ?	142
I-1-La lecture du paysage urbain et perception visuelle.....	143
I-1-A-Lecture perceptuelle de l'hôtel dans le paysage urbain	143
I-1-B-Analyse des vues sur le paysage urbain.....	144
I-2-Lecture architecturale.....	145
Conclusion	148
Conclusion de la troisième partie	149
Conclusion générale	150
Annexes	
Bibliographie	
Résumés	