

Aurélie PRIEM
Sophie GAITCH
Laura CARPINTEIRO

1

STUDIO DECO

Salon Equip'Hotel

Novembre 2014

SOMMAIRE

2

INTRODUCTION

I – Concept

- A. Hotel Gallery: concept du studio
- B. Architectes
 - 1. Elizabeth Leriche
 - 2. Guillaume Terver et Christophe Delcourt

II- Espaces et produits hoteliers

- A. Définition des différents espaces
- B. Caractère design du studio
- C. Redéfinition des sens
- D. Caractère innovant

CONCLUSION

INTRODUCTION

3



Un hôtel doit se distinguer des autres par :

- la qualité de ses services
- la diversité de ses services
- le caractère innovant ou original de ses espaces

I - CONCEPT

4

A. Hotel gallery : concept du studio

Le concept de ce studio Deco:

- se centrer sur les espaces hors chambre

Objectif:

- Démontrer que chaque pièce peut être un lieu de vie, de partage et de rencontre
- Révolutionner les manières d'aménager les espaces communs afin de favoriser les échanges

I - CONCEPT

5

B. Architectes

1. Elizabeth Leriche

- 18 ans dans le domaine du textile, de la mode, du design, de l'industrie et de l'habitat

- 6 pôles essentiels:
 - recherche des tendances
 - conception de collections
 - développement de produits
 - scénographie d'expositions
 - conception de stands
 - décoration de restaurants



I - CONCEPT

6

B. Architectes

2. Guillaume Terver & Christophe Delcourt

- création de l'agence Le LAD en 2010
- association de Guillaume Terver, architecte d'intérieur & de Christophe Delcourt, designer

Objectifs :

- distribution de l'espace
- circulation de la lumière et des couleurs
- qualité des matières
- travail sur mesure

Guillaume Terver &
Christophe Delcourt



I - CONCEPT

7

Références :

- 2007: Le Méridien, Nice
- 2008: W Hotel, Miami
W Hotel, Guangzhou
The Hazelton Hotel, Toronto



The Edition Hotel, Istanbul

The Hazelton Hotel, Toronto



- 2010: Citizen Hotel, Paris
Costa Navarino Dune, Messine
Grand Hotel Nord Pinus, Arles
Edition Hotel, Istanbul

II - ESPACES ET PRODUITS HOTELIERS

8

A. Définition des espaces

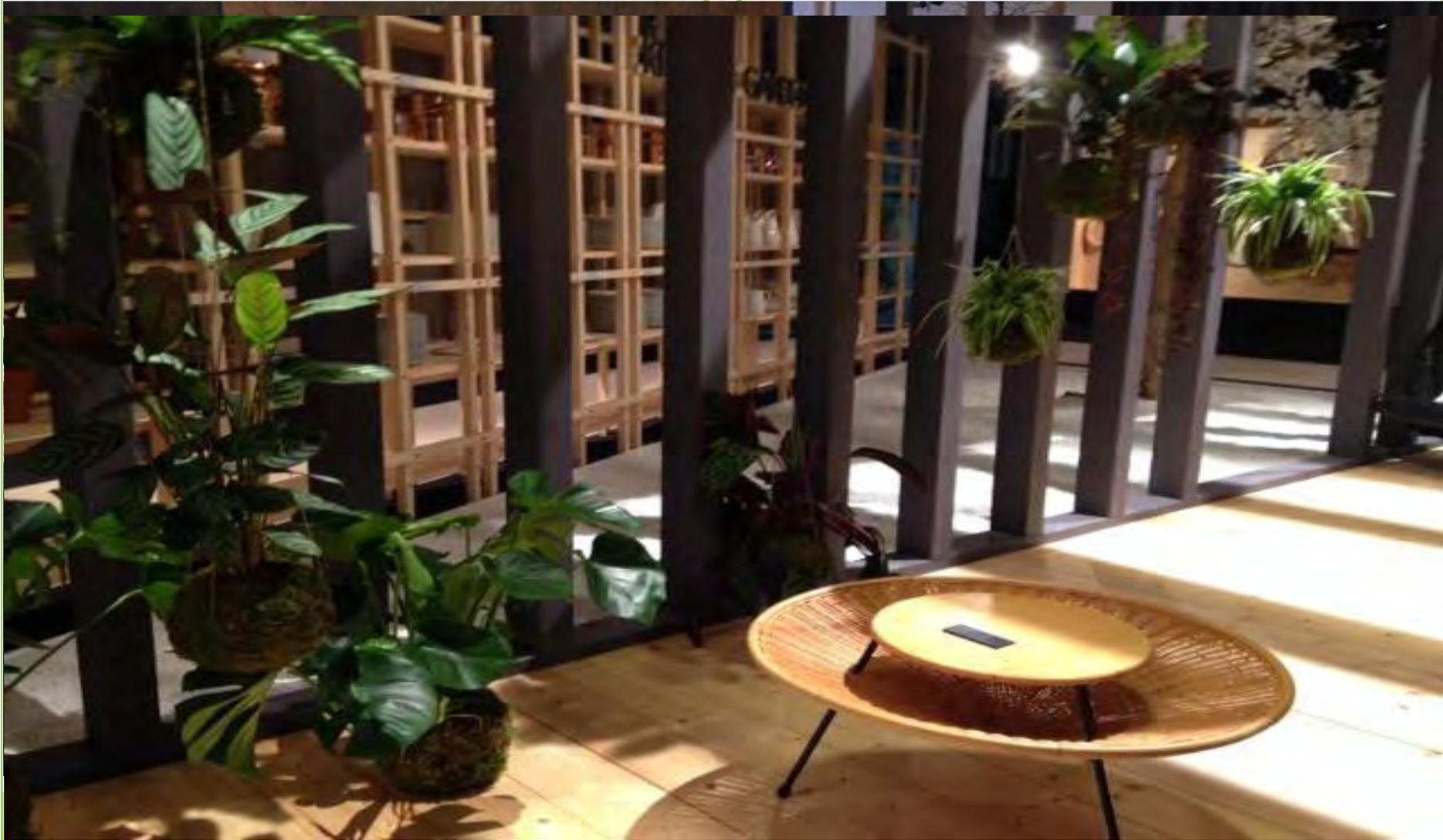
Le studio Déco est composé de différentes parties réperables dans un établissement hôtelier, à savoir:

- Lobby
- Aroma Bar
- Wellness Centre
- Espace Lounge
- Salon d'hiver
- Studio Art
- Kitchen Garden
- Concept Store
- Art Gallery



II - ESPACES ET PRODUITS HOTELIERS

9



II - ESPACES ET PRODUITS HOTELIERS

10



II – ESPACES ET PRODUITS HOTELIERS

11

D. Caractère innovant

Choix de nouvelle tendance ➡ accueil innovant

Absence de réceptionnistes/desk ➡ tablettes électroniques

Studio Déco ➡ espace totalement ouvert

Objectif ➡ favoriser l'autonomie des clients et du personnel

II – ESPACES ET PRODUITS HOTELIERS

12



CONCLUSION

13

L'intérêt du studio Deco pour l'hôtelier :

- Considérer les évolutions des besoins
- Considérer les nouveaux besoins des clients
- S'intéresser aux innovations et nouvelles tendances
- Harmoniser les produits et services
- Se démarquer

Merci de votre attention !