

Hospitalité des maisons d'hôtes : analyse de contenu de présentations sur le Web

Yves CINOTTI
Doctorant en sciences du tourisme
Enseignant département CÉTIA

Résumé

L'hospitalité est un concept vaste étudié par des disciplines nombreuses et diverses. Si l'on définit l'hospitalité comme « le partage du “chez soi” », le tourisme est bien l'occasion de gestes d'hospitalité. Trois cadres de l'hospitalité touristique peuvent être distingués : le territoire, la résidence et l'organisation commerciale.

Les maisons d'hôtes, dont le nombre est en croissance forte depuis vingt ans, proposent une hospitalité touristique à la fois domestique et commerciale. Une analyse du contenu automatisée de 699 courts textes de présentation de maison d'hôtes rédigés par des propriétaires de maison d'hôtes a été menée. Elle révèle qu'une bonne partie de ceux-ci ne fait guère preuve d'hospitalité ou du moins, ne la met pas en avant.

Mots-clés : hospitalité touristique, maisons d'hôtes, analyse de contenu automatisé

Abstract

Hospitality is a vast concept that has been studied by various disciplines. If hospitality is defined as “the sharing of one’s own home”, tourism is the occasion of gestures of hospitality. Three frameworks of tourism hospitality are identified: territory, residence and commercial organization.

During the last twenty years, there has been a strong growth in the number of B&B houses, which offer at the same time domestic and commercial tourism hospitality. An automatic content analysis of 699 short texts of presentation of B&B house, written by the owners, was carried out. It reveals that all the proprietors of B&B house are not hospitable or, at least, do not put ahead their hospitableness.

Key Words : tourism hospitality, B&B houses, automatic content analysis

INTRODUCTION

Les premières chambres d'hôtes sont nées dans les pays anglo-saxons : d'abord dans les îles britanniques, à la suite de la fermeture des monastères au XVI^e siècle, et aux États-Unis, dès le XVII^e siècle, où elles représentaient un refuge sûr pour les voyageurs. Dans ce pays, après la crise de 1929, des habitants proposèrent l'hospitalité à des personnes sans domicile, afin de dégager quelques revenus. Si bien que les chambres d'hôtes ont été assimilées à un hébergement pour pauvres [Barèges, 2010, p. 17-18].

En France, la première chambre d'hôtes apparaît en 1969, fruit d'une collaboration entre la profession agricole et la Fédération nationale des Gîtes de France [Giraud, 2007]. Le nombre de chambres d'hôtes a augmenté de 75 % entre 1998 et 2009. Durant cette même période, le nombre de chambres d'hôtel est resté pratiquement stable (+ 4 %) et le nombre de lits en résidence de tourisme a connu une explosion (+236 %), en particulier pour des raisons fiscales (cf. Annexe 1). Le même développement de l'offre de chambres d'hôtes a été constaté aux États-Unis à partir des années 1980 [Warnick et Klar, 1991 ; Kaufman, Weaver et Poynter 1996].

Ce mode d'hébergement connaît un engouement certain depuis une vingtaine d'années au point de pousser les hôteliers à s'interroger et à réclamer que les maisons d'hôtes soient soumises aux mêmes règles que les hôtels. On peut donc se demander pourquoi de plus en plus de touristes fréquentent les maisons d'hôtes. La différence entre un hôtel et une maison d'hôtes, ne serait-ce pas l'hospitalité ? Stringer [1981] a mené des entretiens auprès de touristes australiens ayant séjourné en B&B au Royaume-Uni. Ceux-ci ont reconnu avoir choisi ce mode d'hébergement pour son coût relativement faible, mais aussi parce qu'ils considèrent que c'est un moyen de faire des rencontres et de bénéficier d'un accueil personnalisé et d'une atmosphère chaleureuse. Certains, qui avaient séjourné plusieurs nuits, ont même été surpris par la simplicité et l'intimité des relations nouées avec le propriétaire.

Au plan académique, le concept d'hospitalité intéresse depuis la fin du siècle dernier les chercheurs français dans les champs de la sociologie, de la philosophie, de l'histoire et de la littérature. Mais les chercheurs français ne se sont guère intéressés à l'hospitalité dans le tourisme. À partir des années soixante-dix, lorsque les professionnels américains de l'hôtellerie-restauration ont commencé à désigner leur secteur sous le vocable *hospitality industry*, toute une littérature en langue anglaise s'est développée autour du concept d'hospitalité. Mais les chercheurs anglophones ne parviennent pas à se départir de l'idée que l'hospitalité implique la fourniture d'un repas et/ou d'une boisson et/ou d'un hébergement.

Pour certains chercheurs français, l'hospitalité est nécessairement gratuite. La problématique de cette communication est donc la suivante : **peut-on parler d'hospitalité dans le cadre des maisons d'hôtes ?** Pour l'étudier, une analyse automatisée du contenu de 699 présentations de maison d'hôtes, mises en lignes par des propriétaires, a été réalisée.

Cette communication présente un intérêt aux plans conceptuel et managérial. Elle permet d'éprouver le cadre théorique développé par les chercheurs qui, dans des disciplines très diverses, ont abordé la question de l'hospitalité afin de préciser les cadres de l'hospitalité touristique. Au plan managérial, des préconisations pour améliorer l'« hospitalité » de la présentation sur le Web d'une maison d'hôtes sont avancées.

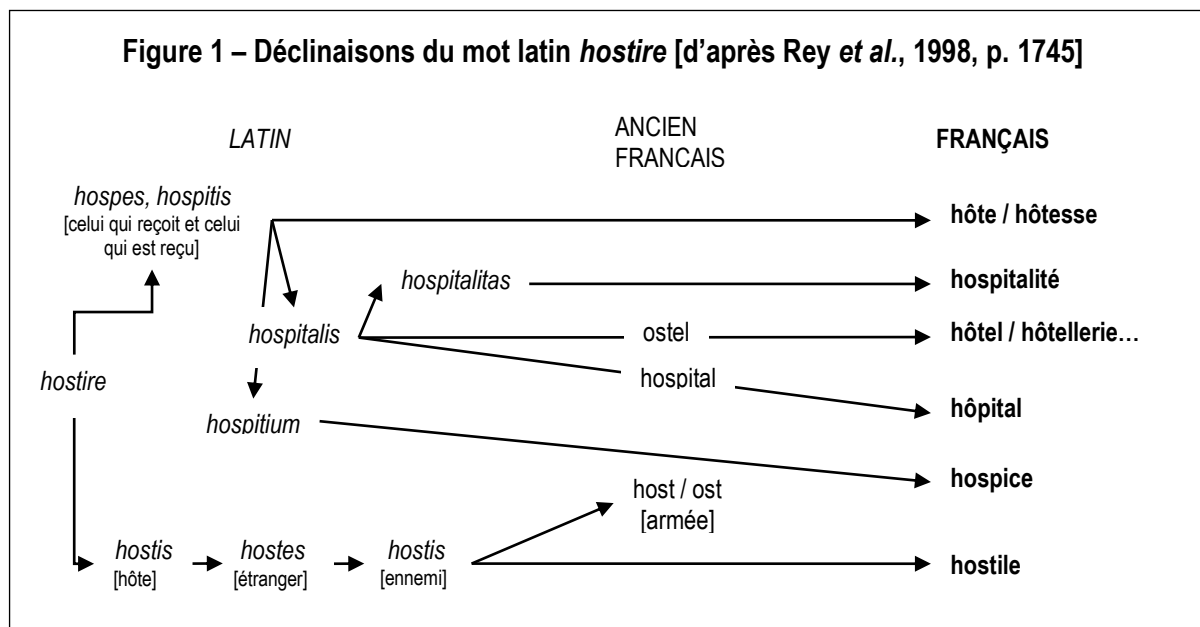
Cette communication commence par une revue de littérature concernant les cadres de l'hospitalité touristique. Puis la méthode d'étude utilisée et les résultats sont présentés.

LES CADRES DE L'HOSPITALITÉ TOURISTIQUE

La revue de littérature qui suit tente de montrer la richesse du concept d'hospitalité en s'appuyant sur les apports des chercheurs. La première section précise la définition de l'hospitalité retenue. Les trois sections suivantes traitent (1) de l'hospitalité territoriale, c'est-à-dire de celle pratiquée par tous les résidants d'une destination touristique, (2) de l'hospitalité domestique offerte par un hôte au sein même de sa résidence, et enfin (3) de l'hospitalité commerciale fournie dans le cadre d'une structure d'hébergement et/ou de restauration.

L'HOSPITALITÉ, PARTAGE DU CHEZ-SOI

À l'origine des mots *hospitalité* et *hôte/hôtesse*, mais aussi *hôpital*, *hôtel* et même *hostile* et *otage*, les étymologistes relèvent un verbe latin : *hostire* (cf. Figure 1). Celui-ci a trois significations : (1) mettre à niveau, égaliser, (2) user de représailles, rendre la pareille, (3) frapper [Freund, 1865]. Ainsi l'hospitalité est un geste de mise à égalité, mais comporte aussi une face de violence [Grassi, 2004a].



En latin, selon les époques, deux mots ont désigné l'hôte : d'abord *hostis* puis *hospes*. Selon Benveniste [1969, p. 92], *hostis* répond à *gasts* en gothique qui a donné *guest* en anglais. Ce serait avec la naissance de la nation romaine, que l'*hostis* est devenu « hostile » et a pris le sens d'« ennemi » [ibid., p. 95]. En grec, *xénos* a d'abord signifié « hôte », chez Homère par exemple, puis « étranger », mais n'est pas allé jusqu'au sens d'« ennemi » [ibid., p. 95-96]. *Hospes* serait composé de deux éléments distincts, *hosti* et *pet-s* (du sanskrit *pátih*, « maître » et « époux »), et signifierait donc « maître de l'hôte » [ibid., p. 88]. Pour Kleberg [1957, p. 11-12], *hospes* a surtout le sens d'« ami-hôte ». L'*hospitium* est la chambre de l'hôte et, dans la langue populaire, l'auberge.

« *Le concept d'hospitalité a des applications variées et il est utilisé par des groupes divers et de différentes manières* » [Hepple, Kipps et Thomson, 1990]. Et Schérer [1993, p. 26] d'ajouter : « *Ce qu'est l'hospitalité ne se laisse pas aisément dire lorsqu'on se risque à la dégager du faisceau de ses images.* » Plutôt que de nous lancer dans un traitement définitionnel qui, selon Brotherton et Wood [2000], a déjà été fait et bien fait, nous avons décidé, après avoir pris en compte et comparé de nombreuses définitions de l'hospitalité [Cinotti, 2011, p. 22 s.], de considérer, à l'instar de deux philosophes, Ricœur [1998] et Telfer [2000], que « **l'hospitalité, c'est le partage du "chez soi"** ». Cette définition, en apparence simple, est suffisamment malléable pour s'adapter à des cadres variés. Elle évite de lier absolument l'hospitalité à la fourniture d'un toit et/ou d'une boisson et/ou d'une nourriture comme dans la définition de Brotherton [1999]. Ce dernier a pourtant peut-être été le chercheur anglo-saxon qui a poussé le plus avant la réflexion sur le concept d'hospitalité, sans parvenir à renoncer au dogme de la « Sainte Trinité » de l'hospitalité [Bell, 2009].

Il convient maintenant de développer chacun des termes de la définition adoptée : le partage et le chez-soi.

L'hospitalité implique de la générosité de la part de celui qui la pratique [King, 1995 ; Hemmington, 2007]. Pour Gotman [2001, p. 483], l'hospitalité, en tant qu'obligation librement consentie, appartient à la sphère du don. Il ne s'agit pas seulement du don d'un refuge ou de nourriture, mais d'abord du don de soi [Mauss, 1923, p. 264 ; Godbout, 1977 ; Montandon, 2004b ; Gotman, 2004]. Pour Béthune [2007], l'hospitalité n'est pas une théorie, « *elle exige toujours la pratique, l'action, et en définitive l'amour* » [p. 11] et « *il faut y consacrer du temps et, plus encore, y engager son attention cordiale et généreuse* » [p. 134]. Schérer [1993, p. 48] compare l'hospitalité et l'amour : « *celui qui aime ou celui qui reçoit passe son âme à l'autre et reçoit la sienne de lui* ».

L'hospitalité est-elle toujours donnée gratuitement ? La définition courante de l'hospitalité que propose *Le grand Robert de la langue française* [Robert, Rey et Morvan, 2001] est la suivante : « *Le fait de recevoir quelqu'un chez soi en le logeant éventuellement, en le nourrissant gratuitement.* » Rousseau [1782, p. 112] remarquait « *qu'il n'y a que l'Europe seule où l'on vende l'hospitalité* ». De nombreux chercheurs français soutiennent l'idée que l'hospitalité est nécessairement gratuite. Schérer [1993, p. 127] écrit : « *L'hospitalité n'est gouvernée par aucune recherche de profit, mais par l'esprit de gratuité et de dépense.* » Pour Montandon [2001a] « *il semble bien être de l'essence du concept d'hospitalité, à l'origine, que celle-ci soit gratuite, qu'elle soit au-delà de la réciprocité* ». Pour Gotman [2001, p. 489], elle est une forme de don sans contrepartie exigible. Milon [2001] est encore plus catégorique : « *[...] si l'hospitalité est un véritable don, elle doit être anéconomique. L'hospitalité interdit toute sorte de calcul et l'on ne devrait pouvoir la monétariser, sinon elle se transforme en service et se rémunère.* » Hepple, Kipps et Thompson [1990] estiment qu'en cas d'échange monétaire, le client en vient à se poser les questions de la qualité et du service.

Mauss [1923], étudiant le don dans les sociétés primitives et archaïques (*sic*), évoque aussi l'hospitalité. Pour lui, les gestes d'hospitalité ne sont pas réellement libres et désintéressés. Ce sont des prestations totales « *faites [...] en vue non seulement de payer des services et des choses, mais aussi de maintenir une alliance profitable et qui ne peut même pas être refusée* » [*ibid.*, p. 268]. Et Mauss de se demander si « *cette morale et cette économie ne fonctionnent pas encore dans nos sociétés de façon constante et pour ainsi dire sous-jacente* » [*ibid.*, p. 148] et si la distinction entre, d'une part, l'obligation et la prestation non gratuite et, d'autre part, le don n'est pas récente [*ibid.*, p. 229]. C'est aussi la position de Cova et Giannelloni [2008] pour qui « *l'opposition hospitalité*

traditionnelle/hospitalité marchande est plus fantasmée que réelle ». S'appuyant sur les études sociologiques concernant le don, Cova [1995, p. 103] montre qu'entre l'échange marchand pur (un achat via le Web, par exemple) et le don pur, il existe des paliers.

D'ailleurs, l'hospitalité ne donnant pas lieu à un échange monétaire a-t-elle toujours été désintéressée ? Dans les sociétés primitives, le fait d'inviter l'étranger pouvait permettre de neutraliser ses pouvoirs maléfiques [Pérol, 2004]. Dans l'Antiquité, accueillir l'étranger, c'était soit recevoir, peut-être, à son insu, un dieu ou un ange – on le voit chez Homère ou dans la Bible –, soit obéir aux dieux ou à Dieu [Grassi, 2001]. Au Japon les habitants de la ville sainte d'Ise, offraient l'hospitalité aux pèlerins pour s'attirer la protection des déesses d'Ise [Kouamé, 2004]. Parfois l'hôte est aussi un partenaire économique potentiel, une source d'information ou un moyen d'améliorer encore la réputation de sa maison [Raffestin, 1977 ; Gotman, 2001, p. 54 ; Pérol, 2004].

Alors pourquoi le contre-don du geste d'hospitalité ne serait-il pas parfois l'argent ? Pour clore le débat, il faut remarquer avec Telfer [2000] que considérer qu'un hôte ne peut pas être hospitalier simplement parce qu'il est rémunéré revient à dire que « *les médecins ne peuvent pas être dits compatissants avec leurs malades du fait qu'ils sont rétribués pour soigner ceux-ci* ». Et pour rester dans le domaine médical, l'hôpital, en France ou au Royaume-Uni, est-il « hospitalier » parce qu'il est presque gratuit pour le patient, alors qu'il ne peut pas l'être aux États-Unis où il est payant [Hepple, Kipps et Thomson, 1990] ?

Quant à imaginer des gestes d'hospitalité en direction des touristes, certains n'y parviennent pas. Montandon [2001a] affirme que, avec le tourisme, « *on assiste à une instrumentalisation de l'hospitalité par l'argent* ». Pour Michel [2003, p. 53], les règles du marché touristique interdisent toute possibilité de relation humaine authentique. Les formes modernes de tourisme privilégieraient l'échange monétaire au détriment des relations d'hospitalité et il ne faudrait plus parler d'hôtes invitants (*host*) et d'hôtes invités (*guest*), mais de prestataires de services et de clients [Aramberri, 2001]. Gotman [2001, p. 83] estime que l'hospitalité n'appartient ni à l'État ni au marché « *auquel cas elle s'appelle autrement : aide sociale, hôtellerie* ». Néanmoins cette communication cherche à démontrer qu'une maison d'hôtes peut-être un lieu d'hospitalité touristique.

Godbout [1977] insiste sur le lieu de l'hospitalité : « *L'hospitalité, c'est recevoir chez soi et être reçu par quelqu'un chez lui, dans son espace.* » Cova et Giannelloni [2010] ont interrogé le concept de « chez-soi » et noté qu'il a fait l'objet de nombreux travaux en sociologie, anthropologie, psychologie, géographie humaine, histoire, architecture et philosophie. Ils estiment qu'il « *existe une géographie instable du "chez soi" dont l'espace ne coïncide pas nécessairement avec celui de l'habitation personnelle* » et que l'« *on se sent "chez soi" dans une ville, une région, un pays qui ne sont pas nécessairement celui ou celle de résidence ou même de naissance.* » Dans cette optique, nous estimons que l'hospitalité touristique peut se déployer dans divers lieux : une résidence et un territoire.

Lécrivain [1877] distinguent, dans l'Antiquité gréco-romaine, hospitalité publique et hospitalité privée. Alors que King [1995] ne repère que deux types d'hospitalité (privée et commerciale), Lashley [2000] estime que l'on peut analyser les pratiques d'hospitalité dans les domaines social, privé ou commercial. L'angle de vue social permettrait d'approfondir la question de l'étranger et de son statut. La question de l'hôte et de ses besoins serait traitée en étudiant l'hospitalité dans le domaine privé. Quant à l'étude de l'hospitalité dans le domaine commercial, elle permettrait d'aborder l'activité économique de fourniture de l'hospitalité. Même si cette approche est véhémentement rejetée par Slattery [2002] qui souhaite privilégier une vision managériale de

l'hospitalité, nous reprendrons une approche tripartite pour distinguer les formes d'hospitalité touristique en fonction des cadres de cette hospitalité. Nous estimons que, dans les activités touristiques, il faut différencier l'**hospitalité territoriale**, qui recouvre les gestes hospitaliers des résidents (professionnels ou non) d'une destination vis-à-vis des touristes étrangers, et l'**hospitalité domestique** qui consiste à recevoir dans sa demeure un touriste. Le troisième type d'hospitalité qui sera étudié est l'**hospitalité commerciale**, c'est-à-dire celle qui est pratiquée pour des touristes dans une organisation commerciale.

HOSPITALITÉ TOURISTIQUE TERRITORIALE

Selon Bell [2009], si l'on considère traditionnellement que l'hospitalité est offerte dans la résidence de l'hôte invitant, il faut élargir la notion de maison au village, à la ville, à la région et au pays. Ce sont donc tous les membres de la communauté hôte, *i. e.* tous les résidents, qui pratiquent l'hospitalité vis-à-vis des touristes. On pourrait parler de « méta-hospitalité ».

Dans l'Antiquité, à côté de l'hospitalité privée, c'est-à-dire la réception d'un étranger dans sa maison, existait une hospitalité publique qui prenait des formes diverses [Lécrivain, 1877]. Certaines villes, comme Mégare, en Crète, Delphes ou Sparte, recevaient les étrangers, à leurs frais, en particulier lors des fêtes religieuses, et les hébergeaient sous des tentes ou dans des locaux provisoires, voire permanents [*ibid.* ; Michel et Fournier, 1851, p. 27]. D'autre part, des traités comportaient des clauses d'*hospitium publicum* pour que les envoyés officiels et les commerçants des deux villes ou États contractants soient protégés ainsi que leurs biens. Des citoyens très fortunés, les proxènes en Grèce et les patrons à Rome, étaient choisis par les autorités pour recevoir les hôtes chez eux ou faire office de consul et défendre leurs intérêts [Lécrivain, 1877 ; Gouirand, 1987, p. 124-127]. Les autorités ont aussi parfois fait construire, à l'extérieur des villes, des bâtiments pour héberger les marchands [Pérol, 2004].

Dans la Bible, le devoir d'hospitalité découle de la nécessité de prendre en compte la situation de l'étranger en souvenir des épreuves vécues par le peuple juif : « *Tu ne molesteras pas l'étranger ni ne l'opprimeras, car vous-mêmes avez été étrangers dans le pays d'Égypte.* » (Ex 22,20). Il est vrai que les Hébreux ont connu de nombreuses périodes d'errance et d'exil : séjour en Égypte, errance de quarante ans dans le désert, déportation à Babylone.

Dans la religion judaïque, l'hospitalité est un devoir religieux (*mitsvah*) légitimé par le texte biblique qui autorise même de déroger à la loi du Shabbat. Les hôtes (accueillant et accueilli) sont tenus de respecter des recommandations précisées dans la littérature rabbinique. Néanmoins, le mot *hospitalité* est intraduisible en hébreu biblique ; les auteurs usent de la périphrase « *accueil des voyageurs* » [Bornet, 2004].

L'Ancien comme le Nouveau Testament présente de nombreux gestes hospitaliers [Janzen, 1994, p. 44 ; Koenig, 2001, p. 85-123 ; Bretherton, 2004]. Mais Hobbs [2001] fait remarquer que, dans la Bible, il n'y a pas d'exemple d'hospitalité vis-à-vis d'un étranger non-membre de la communauté hébraïque ou chrétienne. Lorsque Paul invite les Romains à être « *avides de donner l'hospitalité* » [Rm 12,13] ou quand Pierre [1 P 4,9] incite à pratiquer « *l'hospitalité les uns envers les autres sans murmurer* », ils ne songent qu'à renforcer les liens entre les chrétiens dont les premières communautés sont en butte aux agressions des païens et des juifs.

En Italie et dans l'Orient Chrétien, à partir du concile de Nicée (325), l'hospitalité était fournie aux pèlerins, aux pauvres et aux infirmes dans des institutions appelées *xenodochia* ou *diaconia*, annexées soit à un monastère, soit à la maison de l'évêque [Lazard, 2001]. Au Moyen Âge, s'est développé un réseau d'institutions et d'ordres religieux pratiquant l'hospitalité : l'hospice, l'Hôtel-Dieu et l'hostellerie des monastères sont une expression concrète de la pratique de la charité [Roy, 2001]. Cette tradition d'hospitalité chrétienne ne s'est jamais éteinte, à l'exemple du village huguenot du Chambon-sur-Lignon (Haute-Loire) dont les habitants, sous l'impulsion du pasteur André Trocmé et de sa femme Magda, accueillirent, dans leur maison, durant la dernière guerre mondiale, des juifs menacés par le régime de Vichy [Bretherton, 2004].

Emmanuel Kant [1795] considère l'hospitalité comme un droit naturel. Son projet de paix perpétuelle envisage l'institution d'un droit des étrangers à entrer sur le sol des autres États sans y être traités en ennemis « *en vertu du droit de commune possession de la surface de la terre. [...] Il faut donc [que les hommes] se supportent les uns à côté des autres, personne n'ayant originellement le droit de se trouver à un endroit de la terre plutôt qu'à un autre* » [ibid., p. 55]. Sa vision constitue un horizon, un but jamais atteint. Jacques Derrida [1997a ; 1997b] a encore plus élargi la notion d'hospitalité. Il conçoit une hospitalité absolue et inconditionnelle, une loi se portant au-delà de toute distinction entre privé et public comme de toute distinction entre l'animal et l'homme [Michaud, 2004]. Mais on peut se demander si Derrida et d'autres intellectuels ne militent pas plus pour le cosmopolitisme que pour l'hospitalité [Schérer, 1977], pour un monde sans frontières dont les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis ont brutalement éloigné l'avènement.

Bataillou [2007, p. 43-44] affirme que le touriste a l'occasion « *de faire l'expérience de l'hospitalité. Hospitalité qui va dépendre de la pression exercée par le tourisme sur la population d'accueil, du degré de cohésion de cette dernière et de son état de proxénie.* » Il repère trois niveaux d'hospitalité : (1) l'hospitalité *a minima* (hostilité, méfiance élevée), (2) l'hospitalité passive (échanges factices) et (3) l'hospitalité active (échange interculturel).

En effet, les résidents d'une destination *nolens volens* n'ouvrent-ils pas la porte de leur territoire aux touristes ? Ne partagent-ils pas leur territoire avec des touristes qui leur procurent, bien sûr, des emplois directs et indirects, mais aussi une évasion par rapport à une routine quotidienne, un enrichissement et des stimulations [Hahn, 2001] ? On peut reprendre ce que dit Mauss [1923, p. 151] du don : « *Ce qu'ils échangent, ce n'est pas exclusivement des biens et des richesses [...]. Ce sont avant tout des politesses, des festins, des rites, [...] des danses, des fêtes.* »

Ritchie et Crouch [2005, p. 63] ont étudié la compétitivité des destinations touristiques. Ils distinguent les ressources centrales (climat, culture, histoire, activités, événements...) et les facteurs facilitants (infrastructures, moyens d'accès, volonté politique, etc.) dont l'hospitalité. Mais s'ils reconnaissent l'importance de l'hospitalité pour une destination, ils relativisent son impact sur la satisfaction de touristes [ibid., p. 139]. Il est vrai que les contacts entre les résidents et les touristes varient en quantité et en qualité suivant le type de touriste et de voyage. Ainsi, lors d'un voyage en groupe, les rencontres sont bien moins nombreuses [Pizam, Uriely et Reichel, 2000].

Ritchie et Crouch [2005, p. 139] citent différents acteurs de l'hospitalité : les résidents, les personnels en contact des organisations touristiques mais aussi ceux des organisations non touristiques (chauffeurs de taxi, employés des services publics et des commerces). Viard [2000, p. 121] reconnaît que « *c'est finalement la société locale qui accueille au moins autant que les professionnels* ». Une étude pour la Direction du tourisme [2007, p. 273] a montré que, en dehors

des personnels en charge des activités touristiques et sportives, de l'hébergement et de la restauration, de nombreux professionnels étaient susceptibles d'être plus en moins en contact avec les touristes étrangers.

Pour de nombreux auteurs, l'hospitalité ne s'exerce qu'à l'égard de l'étranger [Laplante, 1991 ; Eades et Létoublon, 1999 ; Hahn, 2001]. Godbout [1977] la définit même comme « *le lieu où se vit l'épreuve de l'étranger. On ne parle d'hospitalité qu'à propos d'altérité. C'est le lieu du don vif, l'épreuve du social entre le nous communautaire et l'étranger inconnu.* » Et Manzi et Toudoire-Surlapierre [2004] conçoivent difficilement une *autre hospitalité que celle donnée à un étranger*. C'était déjà la position des encyclopédistes qui, dans l'article qu'ils ont consacré à l'hospitalité, écrivent qu'il faut que celui qui demande l'hospitalité « *soit hors de sa patrie, pour quelque raison valable, ou du moins innocente* » [Diderot et Alembert, 1751]. En effet, un Parisien en vacances sur la Côte d'Azur n'est pas « dépaycé », au sens propre du terme. Il vivra des situations d'accueil, mais pas d'expérience d'hospitalité touristique territoriale, c'est-à-dire de prise en compte de son « étrangèreté ». Au contraire, un touriste chinois monolingue arrivant à Paris, même s'il organise son voyage pour éviter d'avoir à communiquer avec les résidants – en voyageant en groupe, par exemple –, aura besoin que l'on tienne compte de son altérité lors des rencontres de service. Bien sûr, il va souvent se faire aider d'un *tour leader*. Mais il portera de toute façon un regard sur l'hospitalité de tous les résidants (professionnels et population locale) à travers leur langage non verbal et les supports de service. Cinotti [2009b] a montré que les dimensions de l'hospitalité touristique territoriale sont l'absence d'hostilité, l'effort vis-à-vis des étrangers et l'effort linguistique.

Bien sûr la notion d'étranger peut paraître relative. Qui est l'étranger dans un restaurant parisien où un client anglais francophone, qui vient toutes les semaines pour affaires à Paris, est servi par un chef de rang polonais, récemment arrivé en France et qui maîtrise mal le français ?

Un exemple moderne d'hospitalité territoriale est fourni par les réseaux de *greeters*. Il s'agit de bénévoles qui proposent à des touristes, mais aussi à de nouveaux résidents (expatriés, étudiants), de partager leur « *passion pour leur ville de manière enthousiaste et hospitalière* »¹. Les activités sont diverses : découverte d'un quartier, shopping, apéritif, pique-nique, concours de pétanque, etc.² En France, Paris, Lyon, Marseille, Nantes et le Pas-de-Calais disposent d'un réseau affilié au réseau global des *greeters*. Les contacts se nouent uniquement via le Web. À Paris, les hôtes accueillants seraient des quadragénaires et des retraités. Origet du Cluzeau [2009] compare l'hospitalité des *greeters* à celles des bénévoles des premiers syndicats d'initiative.

L'hospitalité touristique territoriale ne se déploie pas uniquement à l'occasion des rencontres des résidants avec les touristes étrangers. Le fait de proposer des supports (signalétique, brochures, menus, etc.) aisément compréhensibles par les touristes est aussi une manière de prendre en compte l'« étrangèreté » des touristes internationaux. L'utilisation de pictogramme et la traduction dans diverses langues des supports sont aussi une manière d'aider le touriste étranger et donc d'améliorer l'hospitalité touristique territoriale.

L'hospitalité touristique territoriale est donc, vue du côté des résidants (professionnels ou non), le partage du territoire avec les touristes étrangers, la prise en compte de leur « étrangèreté » lors des échanges, mais aussi dans les supports. Du point de vue des touristes étrangers, l'hospitalité

¹ cf. The Global Greeter Network [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.globalgreeternetwork.info/>>. (Consulté le 24-9-2010).

² CHARTIER Claire, BARDECHE Guillaume. Bienvenue chez les Frenchies. *L'Express*, 27 août 2009.

territoriale est un jugement concernant les rencontres dans une destination où ils se considèrent comme étrangers [Cinotti, 2009b].

HOSPITALITÉ TOURISTIQUE DOMESTIQUE

L'hospitalité touristique domestique est l'hospitalité accordée dans sa résidence à une personne en déplacement touristique. Il s'agit d'une pratique très ancienne et l'on peut encore repérer aujourd'hui des formes d'hospitalité domestique, certaines étant assez récentes, comme le *couchsurfing*.

Dans la Grèce et la Rome antiques, l'hospitalité privée était une vertu et un devoir pour les citoyens riches. Le lien d'hospitalité entre un hôte étranger et un Romain était considéré comme plus sacré que les liens du sang ou amicaux [Smith, 1875, p. 621]. L'hôte est considéré comme un bien pour la maison. La mythologie rapporte des exemples d'hommes qui donnent l'hospitalité à des dieux : Philémon et Baucis reçurent Zeus et Hermès ; Thétis hébergea Dionysos.

Le citoyen romain avait l'obligation de recevoir chez lui l'étranger de même rang en voyage et de le protéger [Smith, 1875, p. 621 ; Grassi, 2001]. Il s'agissait d'une prescription à la foi civile et religieuse. La violation de la loi d'hospitalité était considérée comme un crime et une impiété [Lécrivain, 1877]. En Grèce, on pensait que Zeus Xenios et Athéna Xenia, veillaient au respect de la loi d'hospitalité (*themis xeinion*) et à Rome, c'était Jupiter Hospitalis qui était considéré comme le gardien de la *jus hospitii* [Smith, 1875, p. 621].

Au Moyen Âge, l'*hospitium privatum* se perpétue pour les représentants et envoyés du roi, les seigneurs féodaux et les dignitaires ecclésiastiques. Ils peuvent demander voire exiger l'hospitalité aux églises, aux monastères, aux vassaux, aux paysans libres et aux serfs [Lesur, 2005, p. 24]. Les marchands trouvent dans les grandes places marchandes des confrères qui leur offrent logement et boisson (mais rarement la nourriture) ainsi que des entrepôts pour les marchandises, moyennant une commission ou *hostalagium* [Pérol, 2004]. Les pèlerins trouvent plutôt l'hébergement dans les hôtelleries des monastères. À Rome, des quartiers se spécialisent dans l'hospitalité de pèlerins de telle ou telle origine. Ainsi, les Français se retrouvent autour de l'église et de l'hôpital de Saint-Louis [Lazard, 2001].

Heal [1990] montre qu'en Angleterre, entre 1400 à 1700, l'hospitalité privée s'adressa de plus en plus exclusivement aux connaissances et la charité aux mendiants, malades et faibles : aux uns, l'hôtel particulier ; aux autres, les auberges et hospices. Faut-il encore parler d'hospitalité ? Le partage de son chez-soi avec ses proches ou ses amis constitue-t-il une forme d'hospitalité ? Ne s'agit-il pas plutôt d'une « réception » qui est l'occasion de « *faire montre parfois de luxe et d'appartenance sociale ?* » [Grassi, 2004a]. Ces réceptions sont plus une « *dépense sinon noble, du moins bourgeoise destinée à entretenir parenté, amitié et relations sociales [...] et contribuent à l'entretien du capital social.* » [Gotman, 1977].

Grassi [2001] pose la question : « *Qui prend aujourd'hui le risque d'ouvrir sa porte à un inconnu, à un étranger ?* » Pour Gourand [1991] l'hôtellerie est le gardien de la tradition antique de l'hospitalité privée et les particuliers se sont déchargés sur les hôtels de toutes leurs obligations. Mais, nous discernons des gestes d'hospitalité destinés aux touristes dans des cadres privés, par exemple dans le cas des chambres chez l'habitant et du couchsurfing.

Les chambres chez l'habitant sont une pratique d'hospitalité domestique ancienne. Au Moyen Âge, dans les grandes villes comme Paris, Londres ou Prague, les voyageurs, suivant leur rang, pouvaient bénéficier, moyennant paiement, d'une chambre dans une maison bourgeoise ou chez un habitant plus modeste [Pérol, 2004]. Il faut peut-être distinguer la chambre d'hôtes de la chambre chez l'habitant. La première est un cas particulier de la seconde. Et il existe des maisons d'hôtes qui sont plus proches de l'hôtel que de la chambre chez l'habitant du fait de la séparation très nette entre les locaux réservés au propriétaire et à ses proches d'une part et aux clients-hôtes, d'autre part. On est alors à la frontière entre l'hospitalité domestique et l'hospitalité commerciale. Mais quand on songe aux chambres louées, dans les îles Britanniques, à de jeunes Européens en séjour linguistique, même si l'hôte invitant est rémunéré, on ne peut pas parler d'hospitalité commerciale, mais plutôt d'hospitalité domestique. Hepple, Kipps et Thomson [1990] suggèrent que la manière dont se fait le paiement a une influence forte sur l'expérience d'hospitalité : le jeune ne rétribue pas directement la personne qui le reçoit et ce sont même ses parents, en fait, qui paient l'organisateur du séjour.

Le *couchsurfing* est aussi une pratique d'hospitalité domestique. L'idée n'est pas nouvelle puisque le réseau *Servas*³ existe depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale. Il a été créé par un mouvement pacifiste et permet « *des rencontres directes entre personnes de différents pays et diverses cultures* ». L'Internet a facilité le développement de ce type de réseau. Schéou [2009] en recense deux principaux : *Hospitality Club* créé en Allemagne en 2000 et *Couchsurfing*, né en 2004 aux États-Unis. Les *couchsurfers* n'hésitent pas à ouvrir leur porte à l'étranger et donc à partager leur « chez-soi ». À leur tour, en surfant sur un site Internet communautaire de *couchsurfers*, ils pourront trouver un canapé (*couch* en anglais) lors de leurs déplacements touristiques : je t'héberge, tu m'héberges. Cependant, dans certains réseaux comme *Servas*, les membres peuvent être hôtes, voyageurs ou hôtes et voyageurs. Schéou [*ibid.*] a montré que les motivations des uns et des autres sont asymétriques et multiples : certains sélectionnent les gens qu'ils vont recevoir ou chez qui ils vont aller et d'autres non ; certains aiment recevoir pour se divertir et d'autres pour communiquer et tisser des liens avec des étrangers ; certains voyageurs instrumentalisent la pratique puisqu'ils cherchent d'abord à diminuer leurs frais de séjour tandis que d'autres espèrent avoir plus de contacts avec la population locale. Pour Schéou, en dehors des raisons pécuniaires, les motivations des *couchsurfers* « *procèdent plus ou moins de la même logique : il s'agit d'une certaine manière de lutter contre un manque (quantitatif ou qualitatif) de relations sociales* ». Il évoque des pratiques dévoyées : certains membres sollicités orientent vers des hébergements clandestins payants ou font payer à partir de la deuxième nuit.

L'hospitalité touristique domestique prend donc des formes diverses : chambre chez l'habitant, maison d'hôtes, *couchsurfing*. On pourrait ajouter encore l'hospitalité monastique et l'accueil de vacances d'enfants de milieu défavorisé [Cinotti, 2011, p. 52 s.].

HOSPITALITÉ TOURISTIQUE COMMERCIALE

Pour de nombreux chercheurs anglo-saxons dans le champ des *tourism studies*, il n'y a aucun doute : les cafés, hôtels et restaurants sont des entreprises d'hospitalité commerciale. Ainsi, selon Sandoval-Strausz [2007, p. 143], l'hôtel constitue simplement un nouveau paradigme pour l'hospitalité, par rapport à l'auberge familiale. Mais Lockwood et Jones [2000], qui opposent

³ Une autre idée du voyage. *Servas France* [en ligne]. Disponible sur : <http://www.servas-france.org/index.php?option=com_content&task=view&id=243&Itemid=35>. (Consulté le 27-9-2010).

hospitalité « sociale » et hospitalité commerciale, reconnaissent que, lorsqu'elle est commercialisée, l'hospitalité diminue et devient moins authentique ; le client peut donc être un peu déçu. La générosité qu'implique l'hospitalité et la recherche de la rentabilité semblent antinomiques [Heal, 1990, p. 1 ; Lashley, 2000 ; Telfer, 2000 ; Hemmington, 2007].

La question est donc de savoir si, lorsqu'une organisation commerciale reçoit des clients pour les héberger, les sustenter ou les abreuver, il s'agit d'accueil, de service ou d'hospitalité ? Cette section commencera posera la question de l'hospitalité dans les hôtels et restaurants.

L'hôtellerie, activité hospitalière ?

Selon Lockwood et Jones [2000], l'hôtellerie ou la restauration sont des activités économiques nées de la pratique de l'hospitalité domestique. Mais l'hôtellerie a connu un phénomène d'industrialisation comme bien d'autres industries de services. Levitt [1972 ; 1976] a répertorié les éléments de l'industrialisation dans le domaine des services : l'augmentation de la taille des organisations, d'où des économies d'échelle ; la mobilisation de capitaux plus importants ; un accroissement de la productivité par la rationalisation du travail ; le recours accru à des outils technologiques ; la division du travail et la spécialisation des personnels ; le renforcement des contrôles pour obtenir une qualité suivie et finalement un autre état d'esprit que celui de l'artisanat. Du fait de cette industrialisation, il n'est plus possible de parler d'hospitalité dans l'hôtellerie. Le réceptionniste d'un hôtel Ibis partage-t-il son chez-soi ? Non, car il n'est pas « *chez lui* », mais « *au travail* », dans un établissement faisant partie d'un groupe gérant près de 4 000 hôtels dans le monde. Il donne accès à des chambres dans l'une desquelles il n'a souvent jamais dormi et qu'il ne voit que rarement du fait qu'il n'accompagne pas le client à sa chambre et de la division du travail. Il fournit un service et il accueille, mais il n'est pas hospitalier, sauf vis-à-vis des clients d'origine étrangère, en tant que résident. Il pratique l'hospitalité touristique territoriale, mais pas l'hospitalité commerciale.

Girard [2010], s'appuyant sur la réflexion d'Augé [1992], désigne des non lieux touristiques : hôtels de chaîne, clubs de vacances, parcs d'attractions, aéroport, etc. « *Il s'agit de tout espace utilisé socialement mais qui ne peut permettre d'asseoir une mémoire et une identité sociale, tout espace non symbolisé, qui ne fait pas territoire culturel.* » Alors que les « *lieux anthropologiques créent du social organique, les non-lieux produisent de la contractualité solitaire, où chacun, également étranger au lieu, se repère à partir d'un mode d'emploi codifié. Un non lieu est un espace abstrait de toute structure de significations susceptibles d'ancrer l'individu dans une histoire, une mémoire, une identité sociale. [...] Ce type d'espace ne crée ni relation ni identité singulière mais solitude et similitude dans l'anonymat.* » Pour Aubert-Gamet [1997], dans l'hôtellerie moderne, « *l'individu ne trouve ni les repères de son identité sociale, ni les conditions d'un échange ou d'un dialogue avec les autres.* » Dans les non-lieux, personne n'est chez-soi [Cova, 1995, p. 68]. Et Godbout [1977] estime que, dans le tourisme, « *les voyageurs sont reçus dans un espace comportant le moins de lien social possible* ». D'où peut-être le goût des touristes pour les maisons d'hôtes qui sont des lieux « habités », où l'hospitalité touristique peut se déployer. Encore que tous les voyageurs ne sont pas à la recherche de l'hospitalité et peuvent apprécier l'anonymat des grands hôtels [*ibid.* ; Lashley, 2000 ; Cova, 1995, p. 66].

Ce n'est pas parce que les personnels des hôtels travaillent dans une entreprise qui cherche à générer des profits qu'ils ne sont pas hospitaliers. Ils pratiquent l'accueil et le service [Cinotti,

2009a], mais ils ne peuvent pas être hospitaliers du fait de l'organisation des hôtels. Hemmington [2007] pose la question « *Comment l'hospitalité commerciale peut-elle être plus hospitalière ?* » et propose aux hôteliers-restaurateurs d'offrir une expérience à leurs clients. Mais le « *partage du "chez soi"* » est tout simplement impossible dans les hôtels « industriels » sauf, peut être, dans des hôtels de capacité réduite. En effet, dans les établissements de petite taille, dans lesquels le gérant ou le couple de gérants est très impliqué auprès des clients et loge sur place et lorsque la clientèle reste un certain temps, il pourrait exister un « *partage du "chez soi"* ». L'hôtelier, du fait de son implication dans le service et parfois la décoration des lieux, fait preuve d'hospitalité commerciale.

Si l'hospitalité est le « *partage du "chez soi"* », les hôteliers ne sont donc pas hospitaliers, sauf à de rares exceptions. Les personnels des hôtels Mercure ne sont pas des « *professionnels de l'hospitalité passionnés et attentifs* » comme cela est affirmé sur la page Web de présentation de la marque⁴. Cela ne signifie pas que les hôtels n'ont pas d'atouts. Ils répondent à d'autres besoins. Tous les touristes n'ont pas envie de vivre un voyage par surinsertion [Aubert-Gamet, 1997]. C'est sans doute le cas, en particulier, des touristes d'affaires qui constituent, en France, 43 % de la clientèle des hôtels de tourisme⁵. Les hôteliers doivent porter leurs efforts non pas sur une impossible hospitalité, mais sur l'accueil et la qualité de service.

Restauration : l'impossible hospitalité

Selon Selwyn [2000], la nourriture est un des principaux ingrédients de l'hospitalité. Pour les chercheurs anglo-saxons, il ne fait aucun doute que les restaurants d'aujourd'hui sont des lieux d'hospitalité. Pourtant, si l'on s'en tient à l'idée que l'hospitalité est le « *partage du "chez soi"* », pour qu'un restaurant soit hospitalier, il faudrait que l'on y mange en compagnie de l'exploitant, comme c'était le cas dans les pensions de famille, telle la maison Vauquer, pension bourgeoise fréquentée par le Père Goriot dans le roman éponyme de Balzac [1835], où le déjeuner avait « *l'aspect d'un repas de famille* » [*ibid.*, p. 10]. D'ailleurs, pour Kiefer [2002], les pensions de famille sont une des origines des restaurants modernes.

Qu'est-ce qu'un restaurant aujourd'hui ? Du point de vue du client, le restaurant est un lieu où l'on peut manger à une table individuelle et choisir ses plats et boissons moyennant paiement. Les premiers restaurants ne sont pas apparus en Europe à la fin du XVIII^e siècle puisqu'il existait déjà en Chine, à Hangzhou, cinq siècles plus tôt, de nombreux restaurants et cabarets [Gernet, 1957, p. 53-55]. Il s'agissait bien de restaurants, et non pas de tables d'hôte, qui proposaient des mets variés, suggérés au moyen d'une carte sur laquelle le client cochaient les plats désirés. Certains étaient spécialisés dans un type de nourriture ou dans la cuisine d'une région de Chine [*ibid.*, p. 144-149]. La restauration à thème n'est donc pas une invention récente. La restauration non plus, s'il s'agit du fait de restaurer un chaland.

Dès l'Antiquité, dans les villes et le long des routes, on restaurait déjà, dans les *cauponae* et *tabernae*, des personnes ne pouvant pas profiter de l'*hospitium privatum* ou *publicum* [Saglio, 1877]. On y mangeait et l'on buvait assis et non pas couché. Il semble que, comme dans les auberges et les tavernes au Moyen Âge, le client pouvait commander à boire ce qu'il voulait, mais

⁴ À la rencontre des Mercure [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.accorhotels.com/fr/brands/hotels-mercure.shtml>>. (Consulté le 22-9-2010).

⁵ MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DE L'EMPLOI – DGCIS. *L'hôtellerie de tourisme en France métropolitaine en 2009* [en ligne]. Disponible sur : <http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/tableaux/doc-bleu_hotel-2009_tourisme.xls>. (Consulté le 21-9-2010).

qu'il mangeait à une table d'hôte, sans choix de plats, à heure fixe [Kiefer, 2002]. Ces établissements, moyennant une somme forfaitaire modeste, proposaient une forme d'hospitalité commerciale lorsque l'exploitant était présent à table [Saglio, 1877]. Mais ils étaient sales et les aubergistes et taverniers avaient la réputation d'être proxénète et voleur [*ibid.*].

La table d'hôte n'était peut-être pas toujours obligatoire car, à la fin du XVI^e siècle, un voyageur britannique écrivait : « [...] dès qu'un visiteur pénètre dans une auberge, les serviteurs s'empressent autour de lui [...]. Un autre mène l'hôte à sa chambre et y attise le feu ; un troisième lui enlève ses bottes et les lui nettoie. Alors l'aubergiste ou sa femme viennent lui rendre visite, et s'il veut manger avec eux, ou à la table commune avec d'autres, son repas lui coûtera six pence ; toutefois cet usage n'est pas pratiqué par les gentilshommes. S'il veut manger dans sa chambre, il commande ce qui lui plaît, et il peut même aller à la cuisine pour commander la préparation qu'il préfère... »⁶ L'individualisme alimentaire était donc possible.

Étonnamment, Revel [1979, p. 207] affirme que l'habitude de la table d'hôte date de la fin du XVIII^e siècle. Il définit la table d'hôte comme un établissement où « le patron traiteur laissait le client s'asseoir à sa propre table à lui pour déguster, s'il le désirait, certains plats cuisinés, au lieu de les emporter ».

En Europe, les premiers restaurants, sans table d'hôte, où les clients mangeaient à une table individuelle des mets qu'ils avaient choisis, sont apparus à Paris, à la fin du XVIII^e siècle [Spang, 2001 ; Poulain et Neirinck, 2004]. Après la Révolution, d'anciens cuisiniers de la noblesse partie en exil, à la recherche d'un emploi, ouvrirent des restaurants qui se distinguaient des auberges par leur propreté, leur calme, la qualité de la cuisine et le luxe du décor [Revel, 1979, p. 208-209]. Une nouvelle forme de restauration était née, mais il n'y était plus question d'hospitalité puisque l'on ne partageait pas le repas du maître de maison. L'individualisme alimentaire [Kaufmann, 2005, cité par Latreille et Ouellette, 2008, p. 26] – déjà pratiqué dans les tavernes depuis longtemps et dans les cafés qui s'étaient beaucoup développés au XVIII^e siècle – s'est propagé.

Les tables d'hôte n'ont pas disparu à partir du moment où les restaurants se sont multipliés. Selon Lesur [2005, p. 146], au XIX^e siècle, elles sont une institution, une coutume française qui permet aux clients d'un hôtel de lier connaissance. Elles représentent près de la moitié des repas servis au Grand Hôtel (Paris) dont la salle à manger comporte six tables d'hôte de cinquante couverts où chacun s'assied comme il veut [*ibid.*, p. 147]. Mais le restaurateur n'y est plus présent. Comment pourrait-il, dès lors, se montrer hospitalier avec ses clients ?

L'engouement pour les tables d'hôte est progressivement passé à la fin du XIX^e siècle, car les convives aiment de moins en moins partager leur repas avec des inconnus [Lesur, 2005, p. 148]. Les tables individuelles sont jugées plus raffinées.

Existe-t-il encore des formules de restauration hospitalière ? En Grande-Bretagne, on utilise toujours l'expression française *table d'hôte* pour désigner un menu à prix fixe dans un restaurant [Simpson et Weiner, 1989]. Depuis quelque temps, on voit se multiplier à Londres les *underground restaurants* : il s'agit de repas servis à environ une vingtaine de convives, par des particuliers, dans leur appartement. Le menu est fixe, on mange à côté de personnes qu'on ne connaît pas et les prix sont un peu en dessous de ceux des restaurants⁷. Mais les *underground restaurants* concerne-t-il les

⁶ Cité par Sigaux [1965, p. 35-36] qui ne cite pas le nom du voyageur.

⁷ Le blog « The London Foodie » de Luiz Hara relate plusieurs expériences dans des *underground restaurants* (<http://www.thelondonfoodie.co.uk/>).

touristes ? Sans doute pas. Ils semblent attirer plutôt les résidents. Ce type de restauration à domicile est impossible en France. Il n'existe pas de définition légale de la table d'hôte, mais cette activité est très encadrée pour bien la différencier de celle des restaurants. Il s'agit de servir, dans la salle à manger familiale – et non pas à des tables séparées – un menu sans choix à base de produits régionaux issus, autant que faire se peut, de produits soit de l'exploitation agricole, soit du terroir. Cette activité ne peut venir qu'en complément d'une activité d'hébergement et la capacité d'accueil à la table d'hôte ne peut être supérieure à celle des chambres. Si le propriétaire d'une maison d'hôtes mange à la table d'hôte, on est donc dans le contexte d'une hospitalité touristique à la fois domestique et commerciale. Il partage son chez-soi, en l'occurrence sa maison d'hôtes et son repas.

Il existe également quelques rares tentatives d'introduction de tables d'hôte dans la restauration française. Alain Llorca, dans son restaurant à La Colle-sur-Loup (Alpes Maritimes) propose, en plus de son restaurant de 130 couverts, une table d'hôte placée dans sa cuisine⁸. À Chambéry, dans son restaurant *l'Atelier*, Gilles Hérard a créé une table d'hôte et il vient s'asseoir à table avec les clients pour les conseiller sur leurs choix⁹. Il rapporte que les clients sont d'abord surpris. On peut considérer qu'il s'agit d'un vrai geste d'hospitalité commerciale. De même, au restaurant *Ô Bistrô* à Pessac (Gironde), dans une salle de 90 couverts, une table d'hôte a été installée : « *Tout est mis sur la table, soupe, entrée, plat dessert, vin et café.* »¹⁰ On retrouve là le concept de la table d'hôte. Mais si le propriétaire n'y est pas présent, où est l'hospitalité ?

Nous affirmons donc que la restauration hors foyer est très rarement l'occasion, pour les clients, de vivre une expérience d'hospitalité commerciale.

Finalement, un réceptionniste parisien recevant un client américain arrivant dans son hôtel lui fournit un **service** (pour qu'il accède à sa chambre), met en œuvre des techniques d'**accueil** et doit faire preuve d'**hospitalité touristique territoriale** pour prendre en compte l'« étrangèreté » de son client. Mais on ne peut pas parler d'hospitalité touristique commerciale, du fait que le réceptionniste n'est pas « chez lui ». On comprend donc que la meilleure traduction de *hospitality industry* est celle proposée par Balfet [1991] : *industrie de l'accueil*.

Si l'on définit l'hospitalité touristique commerciale comme le **partage du « chez soi », dans le cadre d'une entreprise commerciale**, il faut bien reconnaître qu'elle est rare. Du fait de l'industrialisation, elle n'existe plus dans les hôtels, sauf peut-être dans les petites structures où le gérant se comporte en maître de maison. Y a-t-il d'autres entreprises commerciales d'hébergement dans lesquelles on peut envisager des gestes d'hospitalité ? D'ores et déjà, de par leur organisation industrielle, on peut éliminer toutes les grosses structures d'hébergement touristiques comme les résidences hôtelières, les auberges de jeunesse, les parcs résidentiels de loisirs et les villages de vacances.

⁸ SALLÉ Anne. La cuisine méditerranéenne contemporaine d'Alain Llorca. *L'Hôtellerie Restauration*, 21-7-2010 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/restauration/2010-07/La-cuisine-mediterraneenne-contemporaine-d-Alain-Llorca.htm>>. (Consulté le 9-11-2010).

⁹ TARI Fleur. L'Atelier de Gilles Hérard, quand le chef se met à la table. *L'Hôtellerie Restauration*, 9-6-2010 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/restauration/2010-05/L-Atelier-de-Gilles-Herard-quand-le-chef-se-met-a-la-table.htm>>. (Consulté le 9-11-2010).

¹⁰ DUCASSE Brigitte. Ô Bistrô : un restaurant 100 % pessac-léognan. *L'Hôtellerie Restauration*, 4-1-2010 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/restauration/2010-01/o-Bistro-un-restaurant-100-pessac-leognan.htm>>. (Consulté le 9-11-2010).

L'hospitalité des maisons d'hôtes sera étudiée dans la seconde partie. On peut cependant dire que l'on est à la frontière de l'hospitalité domestique et de l'hospitalité commerciale [Giraud, 2007]. Gotman [2001, p. 5] affirme que l'hospitalité marchande libère le client de tout échange personnel, mais que, s'il recherche cet échange, il le trouvera en fréquentant une maison d'hôtes.

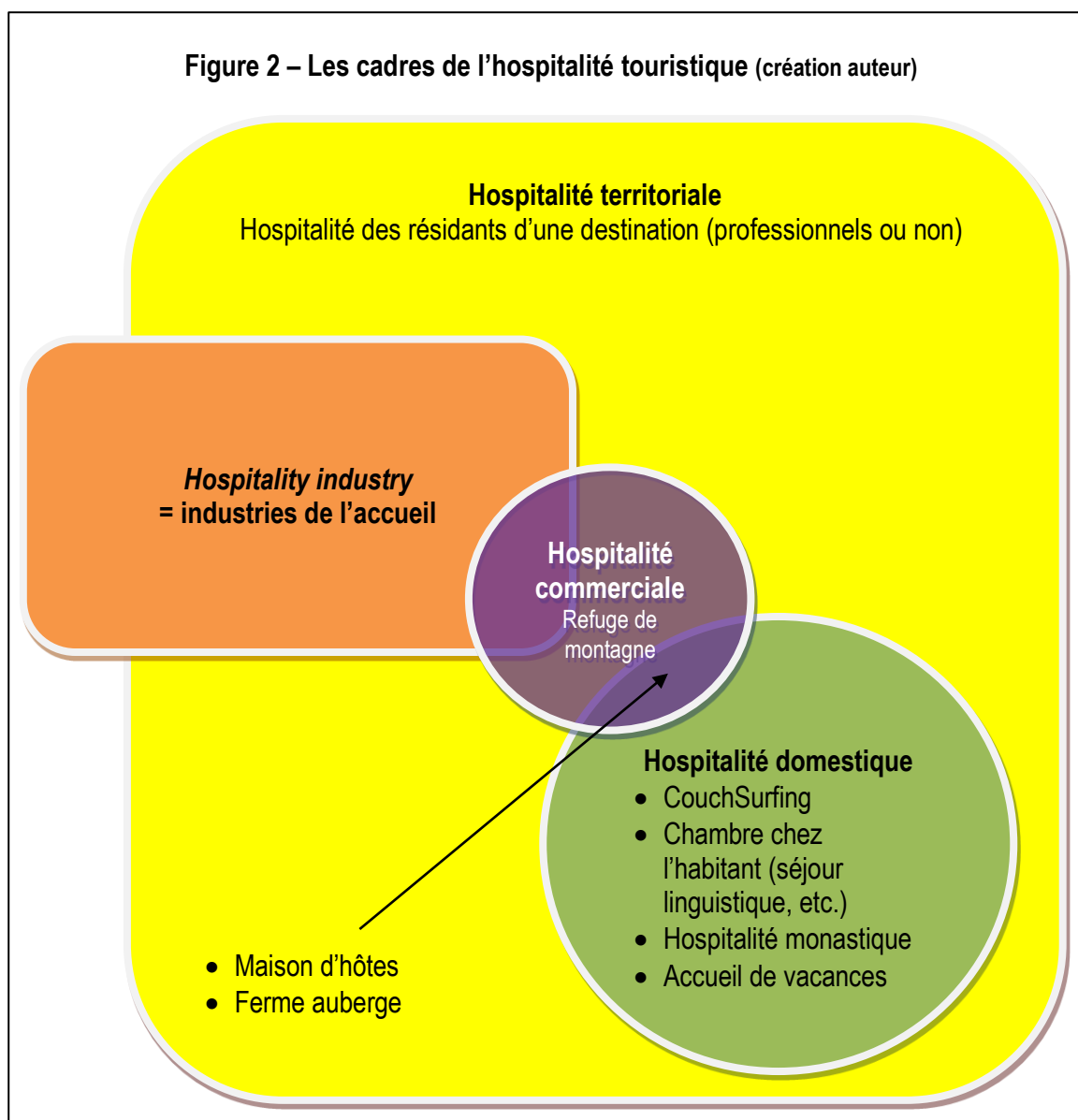
Finalement, c'est dans une forme d'hébergement marginale que l'on est sûr de trouver l'hospitalité touristique commerciale : les refuges de montagne gardés. Le gardien, même s'il n'en est pas propriétaire, est « chez lui ». Il réside sur place durant la période d'ouverture. Le repas prend parfois la forme d'une table d'hôte. « *Il est cuisinier, serveur, hôtelier, comptable, responsable du ravitaillement, initiateur du milieu montagnard, assistant des secours.* »¹¹ Il se comporte comme un maître de maison. Il serait intéressant de mener une étude plus approfondie sur l'hospitalité dans les refuges de montagne.

L'hospitalité touristique commerciale est donc rare. N'oublions pas cependant que, dans toutes les organisations commerciales, même en dehors du secteur touristique, dès lors qu'elles sont fréquentées par des touristes étrangers, l'exploitant et le personnel sont amenés *nolens volens* à pratiquer l'hospitalité touristique territoriale.

Cette revue de littérature a donc permis de cerner les cadres de l'hospitalité dans les activités touristiques. La Figure 2 présente une synthèse des cadres de l'hospitalité. On se rend compte que si l'hospitalité touristique territoriale – que l'on peut aussi qualifier de « méta-hospitalité » – concerne toute la population d'une destination, l'hospitalité domestique ne touche que quelques cas précis et que l'hospitalité, dans le cadre d'activités commerciales déclarées, est rare. Dans la Figure 2, une partie du cadre des cafés, hôtels et restaurants est représentée hors du cadre de l'hospitalité territoriale. Il s'agit d'établissements non touristiques, qui ne reçoivent pas de touristes étrangers [Demen-Meier, 2006].

¹¹ DIRECTION GÉNÉRALE DE LA COMPÉTITIVITÉ, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES. *Gardien de refuge*. 2010 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.tourisme.gouv.fr/profession/metiers/gardien_refuge.php>. (Consulté le 17-9-2010).

Figure 2 – Les cadres de l'hospitalité touristique (création auteur)



ÉTUDE DE L'« HOSPITALIÉRITÉ » DES PROPRIÉTAIRES DE MAISON D'HÔTES

A priori, une maison d'hôtes est un lieu où peuvent se déployer (1) l'hospitalité touristique territoriale, puisque des étrangers peuvent y être reçus, (2) l'hospitalité domestique, puisque le propriétaire reçoit vraiment dans sa maison et (3) l'hospitalité commerciale, puisqu'il s'agit d'une activité à but lucratif. Mais ce n'est pas une maison d'hôtes qui est hospitalière, mais son exploitant. Or, celui-ci est-il toujours hospitalier ?

Telfer [2000] distingue *hospitality* (hospitalité) et *hospitalableness* que nous traduirons par le néologisme « hospitaliérité ». Comme Brotherton et Wood [2000], elle affirme que l'« hospitaliérité » est le trait de caractère des personnes hospitalières et pose la question : qu'est-ce qu'un bon hôte invitant (*good host*) ? Sa réflexion part de la situation d'une invitation d'amis dans le cadre domestique. Pour Telfer [2000], un bon hôte n'est pas nécessairement hospitalier et, inversement, l'invitant peut être hospitalier, mais s'avérer un hôte médiocre. Ainsi, telle maîtresse de maison se révèle piètre cuisinière et ignore les bonnes manières de table, mais, parce qu'elle est attentive au bonheur de ses invités, elle est hospitalière. Certains hôtes sont indifférents au plaisir de

leurs invités parce que, ce qu'ils apprécient dans une réception, c'est, par exemple, de faire la cuisine. C'est donc en étudiant les arrière-pensées de l'invitant que l'on peut définir si celui-ci est hospitalier. L'hypothèse testée est donc la suivante : **tous les propriétaires de maison d'hôtes sont hospitaliers.**

MÉTHODE D'ÉTUDE

Il a été décidé d'utiliser le site *CHF Chambres d'hôtes en France*¹² qui présente, classées par département, des listes de maisons d'hôtes. Moyennant un prix allant de 25 à 50 euros par an, les possesseurs de maison d'hôtes peuvent ajouter des photographies et un court texte. C'est ce dernier qui a été analysé. Le nombre de textes recensés est de 699.

Le responsable du site a été interrogé pour savoir si les commentaires sur les maisons d'hôtes émanaient bien des propriétaires. Il a répondu par l'affirmative. En effet, on ne peut qu'être frappé, par la variété des discours. Certains sont écrits dans un français approximatif :

« Détente ; chaleureuse et conviviale avec un vue magnifique. Possible table d'hôte. Les chambres sont fraîchement rénovées ; jardin à bord de la Rivière Cère. Nous avons une piscine et le ping-pong. La ville médiévale d'Aurillac est 12 km passer de la magnifique haute Auvergne pour les randonnées et en hiver de skis alpin. Proches sont les Gorges du Lot; l'Aveyron; la Truyère et le Dordogne; aussi les réputées villes médiévales du Conques, Salers et la ville historique de caves de Padirac et aussi Rocamadour le 2ème site de France et en plus. Il y a toujours quelque chose a faire! » (sic)

Certaines présentations sont purement techniques :

« SIGEAN : chambre de 45 m², à l'étage, entrée indépendante, de style africain, lit de 160, salon télé. SYRAH : rez-de-chaussée, 45 m², décoration vigne, donnant sur cour arborée, lit 160, télé. COCO : décoration parfum en noir et blanc art déco, de 20 m², lit de 160, télé. MOZART : violon tendre couleur pour cette chambre de 25 m², lit de 140, télé. »

Au contraire, d'autres propriétaires semblent parler aux futurs hôtes :

*« Le Domaine d'Arouze, d'un peu plus d'un hectare, avec vignes et verger est accroché aux collines du parc régional du Luberon. Les chambres sont confortables et spacieuses. Une cuisine aménagée est **à la disposition des hôtes**. Vous y serez **accueillis** de Pâques à la Toussaint dans un climat de convivialité et de détente. **Viviane partagera avec vous son amour** pour les villages médiévaux des alentours. **Elle vous fera découvrir** les marchés locaux hauts en couleurs, les excursions et découvertes à faire pendant votre séjour. »*

Le ton est parfois très personnel :

*« Venez vivre au rythme de la nature dans **ma maison natale** entre Albi, Rodez et Millau. Située dans un petit hameau agricole, **je vous ferai partager ma passion** pour le potager, la bonne cuisine et les promenades dans nos campagnes. [...] »*

¹² Accessible à l'adresse <<http://www.chambresdhotesenfrance.fr/>>.

Certains propriétaires se laissent aller à la poésie :

« Elles sont trois, Marie-Camille, toute fleurie et la plus joyeuse, Clotilde vêtue de blanc, la plus sereine et Clara la dernière venue qui joue la carte de la tradition ou peut-être de la nostalgie. Toutes trois attendent les visiteurs curieux de découvrir ce pays méditerranéen et résolument ensoleillé. Elles vous offriront certes le confort attendu mais aussi ce petit brin de poésie et de parfum fleuri venus du sud. »

Le ridicule est parfois proche :

*« LES CÈDRES vous proposent quatre chambres d'hôtes de charme où le **décor conceptuel** joue le thème de la musique avec des variations d'ambiance personnalisées dans la chambre MOZART, la BARTOK, la MAHLER ou la VERDI. »*

Et l'on sent que certains textes ont été mûrement réfléchis :

« Le CHÂTEAU DES ESSARDS réunit toutes les conditions propices à un dépaysement et à un ressourcement immédiats. Adossé à un immense massif forestier traversé d'allées cavalières, il domine une riante vallée où serpente un ruisseau bordé d'antiques moulins. Où que se porte le regard, il ne rencontre que les frondaisons ondoyantes d'une nature préservée. Dans un écrin de verdure, vous trouverez 4 chambres d'hôtes dans le château, douillettes, confortables et raffinées. Claires et lumineuses toutes les pièces réservent sur l'extérieur des aperçus sur une nature dont on ne se lasse pas... »

Certains propos s'avèrent résolument publicitaires :

« Une demeure de charme entièrement rénovée idéalement située entre Saintes et Royan, des chambres spacieuses et confortables, des petits déjeuners copieux et gourmands, des trésors d'architecture romane, d'immenses plages de sable fin, des huîtres et des moules, du Pineau et du Cognac, des propriétaires sympathiques... n'hésitez plus, venez nous voir ! »

La variété des discours est une richesse. Mais les remarques qui précèdent, issues d'une lecture flottante [Bardin, 2009, p. 126] restent superficielles. Une analyse thématique permettrait de faire émerger les éléments mis en avant par les propriétaires pour présenter leur maison d'hôtes. Compte tenu de l'importance du corpus (47 104 mots), il n'était pas envisageable de mener une analyse manuelle du contenu. Selon Ganassali [2008], lorsque qu'il n'existe pas de grille de codification et que le corpus est volumineux, il faut se tourner vers l'analyse factorielle des co-occurrences. Pour cela, le logiciel Alceste version 2009 a été utilisé, dans une optique exploratoire.

L'analyse de données textuelles automatisée s'intéresse aussi bien au contenu manifeste d'un discours qu'au contenu latent afin de tenter de révéler le sens profond [Helme-Guizon et Gavard-Perret, 2004]. Par une lecture quantifiée des données, elle enrichit l'approche qualitative tout en respectant les spécificités de l'analyse en profondeur [Giannelloni et Vernet, 2001, p. 112]. L'analyse des co-occurrences cherche à dégager d'un corpus des relations entre les éléments du discours [Bardin, 2009, p. 269].

Le logiciel Alceste (Analyse des Lexèmes Co-occurents dans les Énoncés Simples d'un Texte) permet de « quantifier un texte pour en extraire les structures signifiantes les plus fortes, afin de

dégager l'information essentielle contenue dans les données textuelles »¹³. Il cherche à rendre compte de l'organisation interne d'un discours [Reinert, 1998]. La méthode utilisée par Alceste est la classification descendante hiérarchique qui procède par fractionnements successifs du texte. Elle repère les oppositions les plus fortes entre les mots du texte et extrait ensuite des classes d'énoncés représentatifs. En d'autres termes, dans le corpus, constitué ici de 699 présentations, Alceste repère des séquences de texte, qui ont des mots communs et forme des classes en fonction de ces mots communs [Delavigne, 2004].

Alceste distingue les UCI (unités de contexte initiales) et les UCE (unités de contexte élémentaires). Les UCI (unités de contexte initiales) dans le cas de cette étude sont les 699 textes recensés. Par exemple, le texte suivant est une UCI numérotée 381 :

« Cette ancienne bergerie du 17^e siècle, nichée au creux d'une colline du Languedoc, vous accueillera dans un environnement calme et authentique. Vous séjournerez dans un cadre chaleureux et confortable, profitant du charme des vieilles pierres et de la langue provençale. La qualité de l'accueil et du service de notre maison d'hôtes fera de votre séjour un vrai moment de détente. »

Après traitement, Alceste a considéré que le texte en gras de cette UCI constituait une UCE, numérotée 638, car elle avait une unité de sens. Alceste a décelé 1 597 UCE au total dans le corpus. Les UCE sont donc des séquences de texte qui donnent une « consistance » à une classe [Helme-Guizon et Gavard-Perret, 2004]. D'ailleurs, l'UCE 638 est la plus « typique » des UCE de la classe 1 ($\chi^2 = 29$) car son vocabulaire comporte des mots (soulignés dans l'UCI ci-dessus) très représentés dans la classe 1 (cf. Figure 3, p. 2).

Mais il faut garder à l'esprit que le logiciel met en œuvre des analyses statistiques indépendantes du sens du texte [Delavigne, 2004]. Le chercheur est indispensable pour interpréter les résultats obtenus.

Un important travail de préparation du corpus¹⁴ a été nécessaire avant de lancer l'analyse à l'aide d'Alceste puisque les textes mis en ligne ne sont pas du tout retravaillés par les responsables du site. Sans conteste, la faute d'orthographe la plus fréquente est la confusion entre les substantifs *ballade* et *balade*.

Chaque texte a donc été corrigé sur le plan de l'orthographe, de la ponctuation et de la typographie afin d'assurer une homogénéité et de faciliter le travail d'Alceste. Les abréviations ont été développées. Les transformations opérées sont précisées en Annexe 2.

Chaque texte a été précédé d'une « ligne étoilée », numérotée de 101 à 799, qui comporte deux « mots étoilés » pour préciser si la maison d'hôtes fait aussi table d'hôte et le nom abrégé de la propriété. La ligne étoilée de l'UCI 381 précédemment citée est donc : 381 *table_non *nom_fontbonne.

¹³ Logiciel Alceste. *Image* [en ligne]. Disponible sur : <http://www.image-zafar.com/index_alceste.htm>. (Consulté le 28-9-2010).

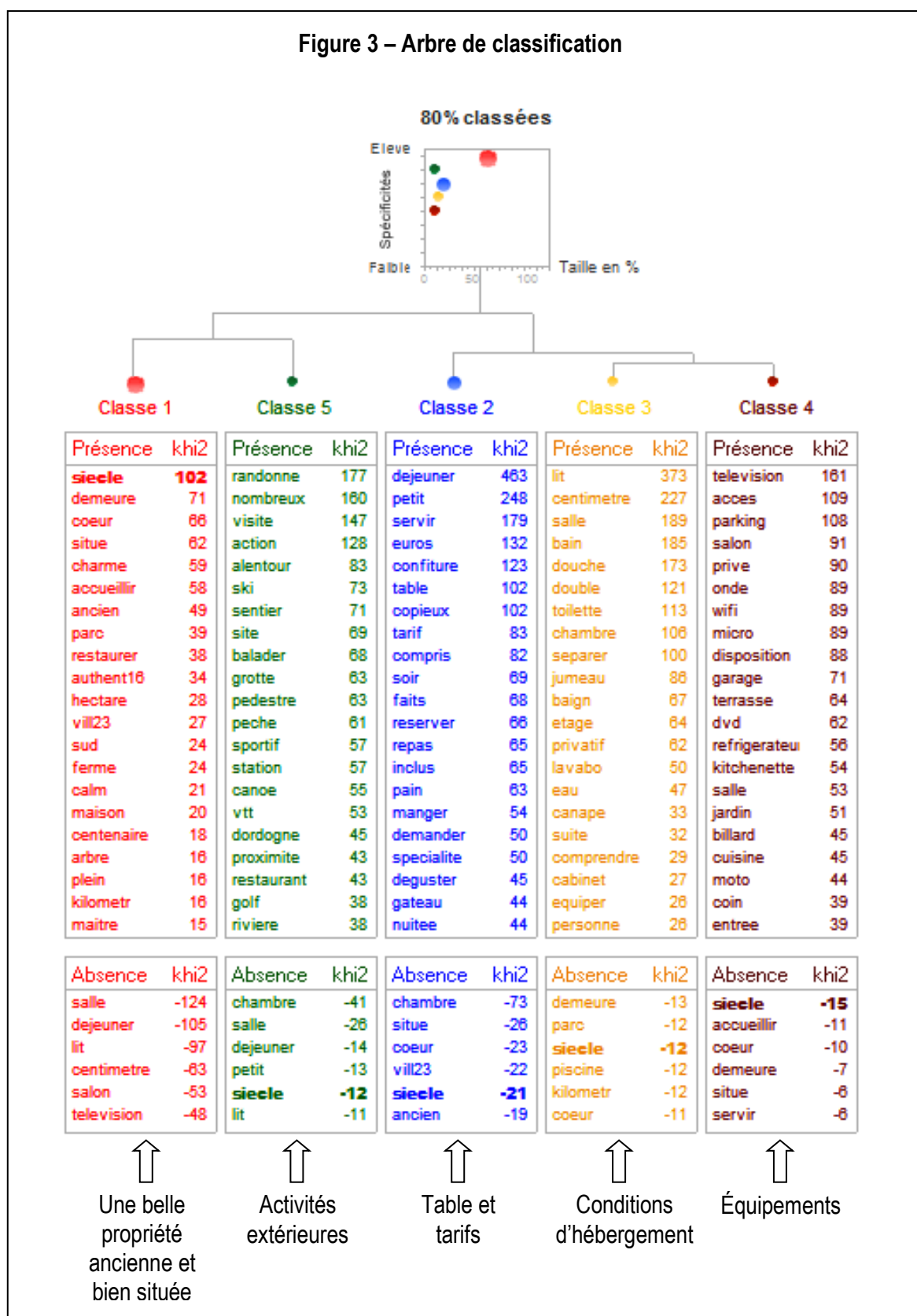
¹⁴ Afin d'éviter d'alourdir les annexes de cette communication, le corpus est disponible à l'adresse <http://yvcinotti.free.fr/Documents/corpus_CHF.pdf>.

RÉSULTATS

Alceste repère cinq classes (cf. Figure 3) qui regroupent les 1 281 UCE.

La classe 1 est celle qui regroupe le plus d'UCE (cf. Figure 4). On pourrait la nommer « Une belle propriété, ancienne et bien située ».

Liée à la classe 1, on trouve la classe 5 (cf. Figure 3). Elle regroupe 9,9 % des UCE. On peut la

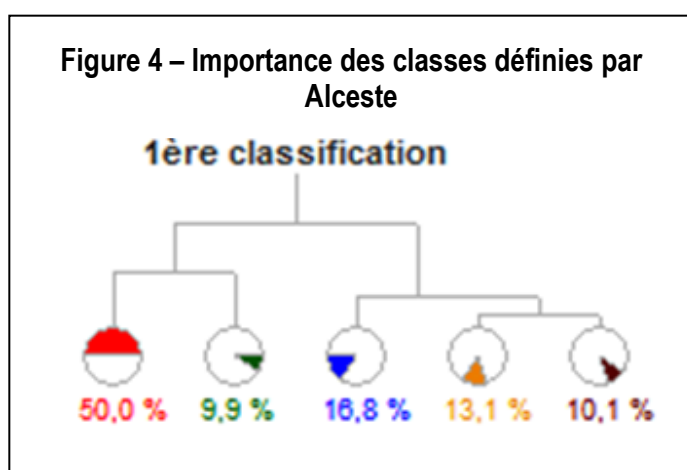


nommer : « Activités extérieures ». L'UCE la plus typique ($\chi^2 = 98$) de cette classe est :

« Nous sommes très bien situé entre le Périgord pourpre et le Périgord noir, en bordure de la Dordogne entre Bergerac et Sarlat. vous trouverez dans le Périgord noir de magnifiques grottes préhistoriques, des villages et châteaux médiévaux, vestiges du riche passé de la région. »

Alceste distingue d'une part les classes 1 et 5 et d'autre part les classe 2, 3 et 4 (cf. Figure 4). Les secondes concernent plutôt l'offre à l'intérieur de la maison. La classe 2 (16,8 % des UCE) peut être désignée sous le nom « Table et tarif ». L'UCE la plus caractéristique de cette classe ($\chi^2 = 77$) est :

« Table d'hôte, possibilité panier pique-nique, produits du terroir, repas sur demande, ouvert toute l'année, réservation à partir de : fin avril. Animaux interdits. »



La classe 3 abordent les « Conditions d'hébergement ». L'UCE la plus typique ($\chi^2 = 66$) de la classe 3 est :

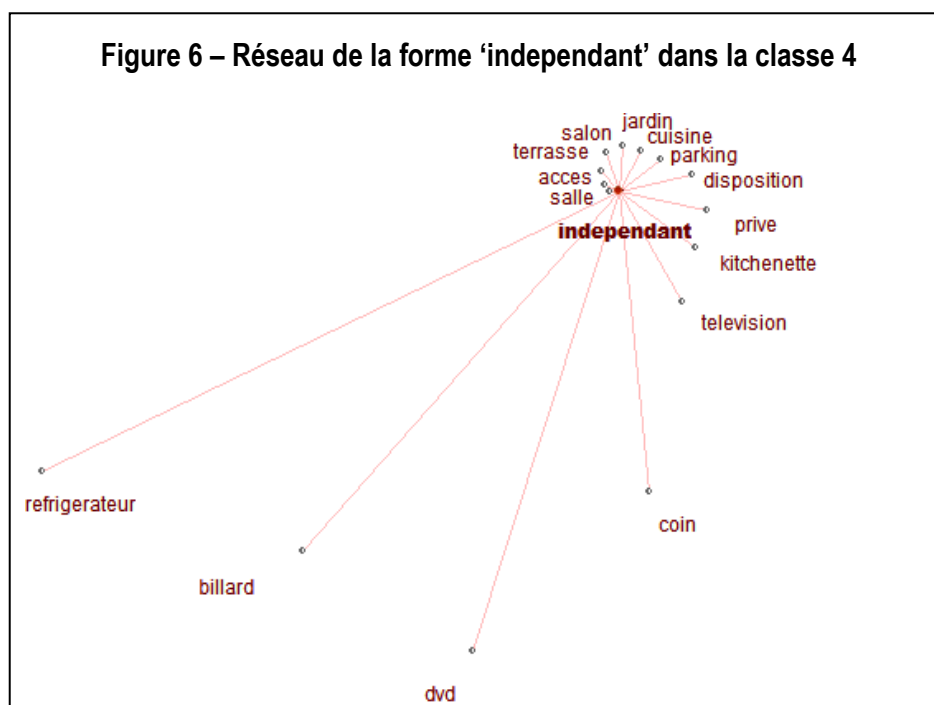
« W.C. privatif. Literie 160 × 200 centimètres avec lit d'appoint 120 × 190 centimètres ou 90 × 190 centimètres. 3 chambres possèdent une salle d'eau avec douche et 1 avec baignoire. »

Enfin, la classe 4 pourrait être nommée tout simplement « Équipements » compte tenu des mots qui y sont associés. L'UCE la plus caractéristique de cette classe ($\chi^2 = 48$) est :

« 3 chambres d'hôtes dont deux avec salle de bain indépendantes et la 3^e salle de bain dans la chambre mais W.C. indépendants, salle séjour et salon avec télévision DVD à disposition ainsi qu'un coin bibliothèque, terrasse et terrain privé à la location ainsi qu'une piscine hors sol. »

Dans l'analyse factorielle en coordonnées (cf. Figure 5), l'axe 2 apparaît comme étant celui qui oppose intérieur et extérieur de la maison d'hôtes. Par contre, l'axe 1 est beaucoup plus difficile à interpréter, d'autant plus que la classe 1, la plus importante, se situe exactement sur cet axe 1.

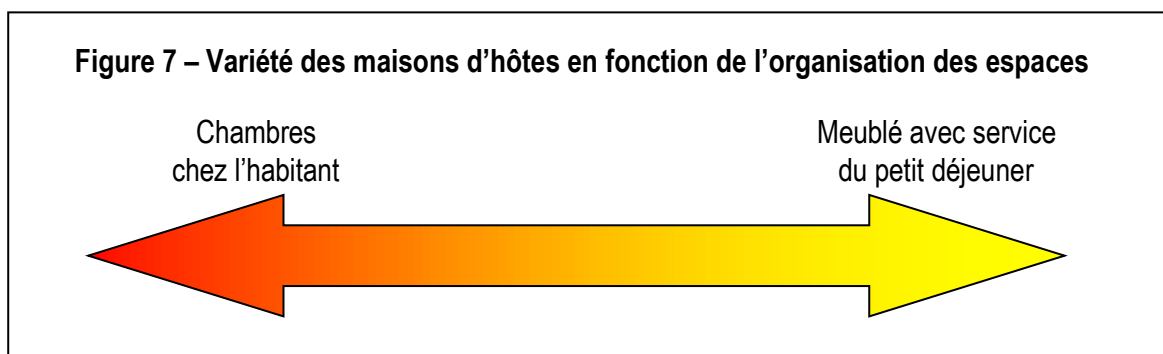
Figure 6 – Réseau de la forme 'independant' dans la classe 4



De même, Alceste repère 146 occurrences du mot *privé*, associé aux mots *parking*, *salle*, *salon*, *terrasse* et 89 occurrences du mot *privatif* associé à *chambre*, *bain*, *salle*.

Dans une maison d'hôtes qui permet au(x) visiteur(s) de vivre sans croiser l'accueillant, hormis lors du petit déjeuner, peut-on parler de « *partage du "chez soi"* » ? À l'instar de Lynch et MacWhannel [2000], on pourrait donc distinguer différents types de maison d'hôtes sur un continuum comportant d'un côté la chambre chez l'habitant (proche du B&B anglais) avec entrée unique et partage des sanitaires et, à l'autre bout, la location d'un meublé avec service du petit déjeuner (cf. Figure 7).

Figure 7 – Variété des maisons d'hôtes en fonction de l'organisation des espaces



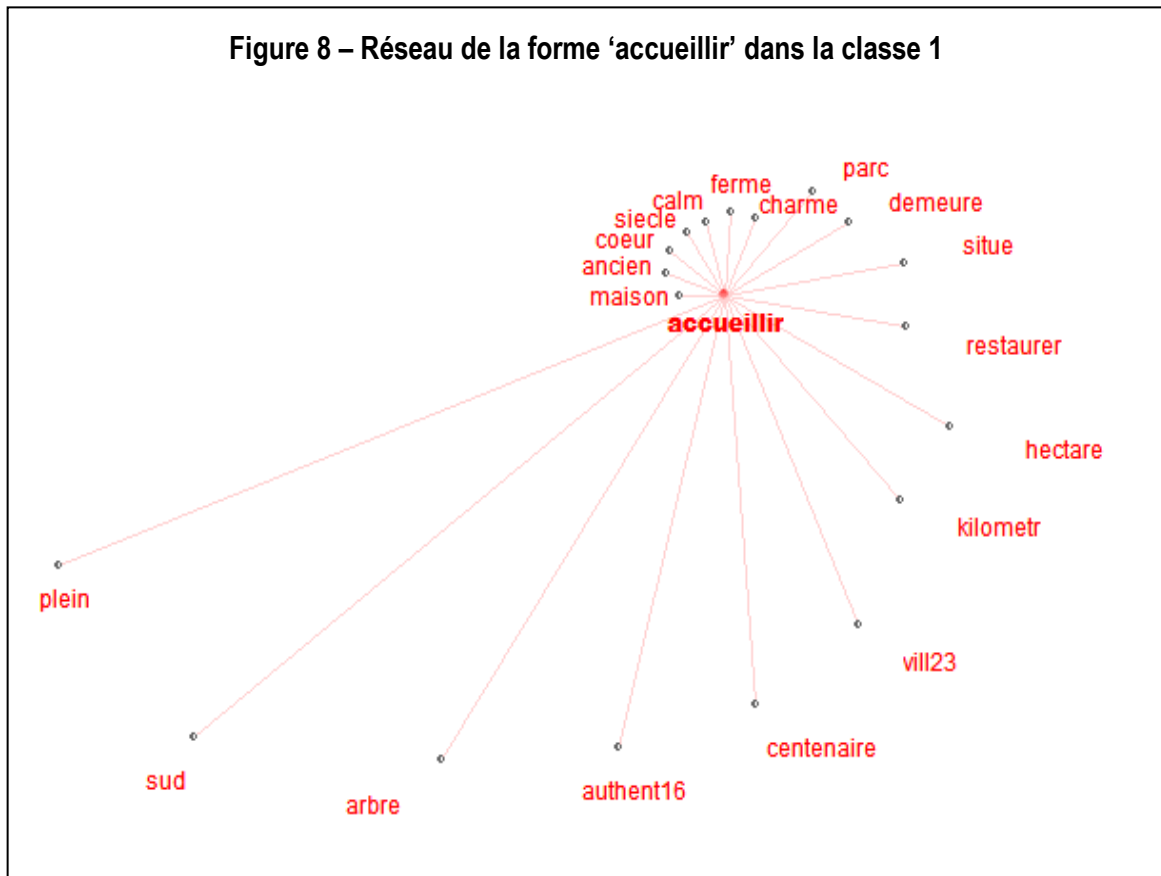
Mais les propriétaires ont peut-être raison de mettre en avant l'indépendance, car Stringer [1981], qui a interrogé des touristes ayant séjourné en chambre d'hôtes, a remarqué qu'un certain nombre d'entre eux se disent gênés d'occuper une chambre dans laquelle apparaissent des objets personnels du propriétaire ou de partager la même salle de bain que celui-ci.

Sur 699 présentations, seulement 89 (12,7 %) comportent les prénoms du couple de propriétaires et 41 (5,9 %) le prénom du ou de la propriétaire. Les pronoms personnels ne sont pas très fréquents : *nous*, 157 occurrences ; *je*, 7 occurrences. Le lemme *accueillir*, qui appartient à la classe 1 (« Une belle propriété ancienne et bien située »), est relié surtout à des mots caractérisant la maison (cf. Figure 8). On ne compte que 20 occurrences du lemme *partage*. Cela peut sembler logique puisque la présentation sur un site Internet s'adresse à des *prospects* qui ne connaissent pas

la maison d'hôtes et doivent d'abord se faire une idée de sa situation et des conditions de séjour. Mais le client en chambre d'hôtes ne vient-il pas chercher autre chose que des centimètres, des vieilles pierres et un petit déjeuner copieux ?

D'ailleurs, quelques propriétaires sont conscients d'une certaine dérive :

« Chez nous, une seule chambre familiale dans une maison d'hôtes authentique où vous serez reçus en amis, chez l'habitant comme si vous faisiez partie de la famille. »



Le mot *ami* n'est recensé qu'à treize reprises dans le corpus.

CONCLUSION

Cette étude exploratoire de discours de propriétaires de maison d'hôtes semble accréditer l'idée qu'une bonne partie de ceux-ci ne fait guère preuve d'hospitalité ou du moins, ne la met pas en avant. Elle ne permet donc pas de valider l'hypothèse selon laquelle tous les propriétaires de maison d'hôtes sont hospitaliers.

Néanmoins, dans une perspective managériale, il est possible d'avancer des propositions pour aider un propriétaire de maison d'hôtes à améliorer la perception de son « hospitalité » par les personnes qui cherchent des informations sur le Web. Il faut éviter de parler uniquement de son « chez-soi », *i. e.* des caractéristiques techniques de sa maison (situation, confort, équipement) et mettre en avant le partage, l'expérience d'hospitalité que le client-hôte peut vivre et qui fait la différence avec un hôtel. Le propriétaire doit faire comprendre qu'il reçoit dans une maison d'hôtes (avec un *s*), ouverte aux autres, et non pas une maison d'hôte (sans *s*), repliée sur son occupant. Les photographies de la maison d'hôtes ne doivent pas être seulement celles des locaux et de l'environnement, mais, dès la page d'accueil, le propriétaire doit s'afficher. Son prénom doit être mis en avant et des mots comme *accueil* et *partage* seraient les bienvenus. L'emploi du *vous*, même s'il peut sembler un peu publicitaire, permet d'impliquer le prospect. Ainsi, le commentaire suivant, trouvé sur le site CHF, nous paraît « hospitalier » :

« À 10 km de l'A20, au cœur de la CHAMPAGNE BERRICHONNE, Marie-Christine et Bertrand vous accueillent dans leur ferme. Vous pourrez vous détendre au milieu des bois qui entourent la propriété. Vous pourrez également partager un moment de convivialité autour de la table d'hôtes. Nous vous proposons 3 chambres classées 3 épis. Renseignements et réservation par téléphone ou par mail. »

Bien sûr, cette recherche présente des limites. Le discours des propriétaires est mûrement réfléchi et manque de spontanéité. Ensuite l'approche est globale. Il faudrait discriminer les propriétaires de maison d'hôtes, créer une typologie.

Il faudrait donc compléter cette étude, en réalisant une enquête quantitative auprès de propriétaires de maison d'hôtes afin de tester à nouveau l'hypothèse. En fait cela a été fait dans le cadre d'une thèse [Cinotti, 2011] dans laquelle une échelle de l'« hospitalité » a été construite afin de réaliser une typologie des propriétaires de maison d'hôtes.

BIBLIOGRAPHIE

- ARAMBERRI** Julio. The Host Should Get Lost: Paradigms in the Tourism Theory. *Annals of Tourism Research*, vol. 28, issue 3, **2001**, pp.738-761. ISSN : 0160-7383.
- AUBERT-GAMET** Véronique. Expériences touristiques de surinsertion. *Lettre de l'Observatoire National du Tourisme*, n° 37, juillet **1997**, p. 5.
- AUGÉ** Marc. *Non-Lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris : Seuil, coll. « La librairie du XX^e siècle », 1992. ISBN : 978-2-0201-2526-0.
- BALFET** Michel. La « communication clients » dans les industries de l'accueil. *Téoros*, juil. **1991**, vol. 10, n° 2, p. 14-19. ISSN : 0712-8657.
- BALZAC** Honoré de. *Le Père Goriot*, **1835** [en ligne]. Éditions du groupe « Ebooks libres et gratuits », 153 p. Disponible sur : <<http://www.livrespourtous.com/e-books/view/Le-pere-Goriot.html>>. (Consulté le 31-8-2010).
- BARDIN** Laurence. *L'analyse de contenu*. 2^e tirage. Paris : PUF, **2009**. ISBN : 978-2-1305-6027-2.
- BARÈGES** Isabelle. *Chambres d'hôtes en ville : les clés d'une création réussie*. Paris : Vuibert, **2010**. ISSN : 978-2-7117-6440-2.
- BELL** David. Tourism and Hospitality. *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. Sage Publications Ltd, **2009**. p. 19-34. ISBN : 978-1-4129-2397-2.
- BENVENISTE** Émile. *Le vocabulaire des institutions indo-européennes*. Paris : Éditions de Minuit, t. 1, **1969**. ISBN : 978- 2-7073-0050-0.
- BÉTHUNE** Pierre-François de. *L'hospitalité sacrée entre les religions*. Paris : éditions Albin Michel, **2007**. ISBN : 978-2-2261-7845-9.
- BORNET** Philippe. Judaïsme - Entre normes religieuses et impératifs éthiques. In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris : Bayard, **2004**, p. 144-164. ISBN : 978-2-2274-7207-5.
- BRETHERTON** Luke. Tolerance, Education and Hospitality: A Theological Proposal. *Studies in Christian Ethics*, **2004**, vol. 17, n° 1, p. 80-103. ISSN : 0953-9468.
- BROTHERTON** Bob. Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 11, **1999**, n° 4, p. 165-173. ISSN : 0959-6119.
- BROTHERTON** Bob, **WOOD** Roy C. Hospitality and hospitality management. In Lashley Conrad & Morrison Alison (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*. Oxford : Butterworth-Heinemann, **2000**, p. 77-99. ISSN : 978-0-7506-5431-9.
- CINOTTI** Yves. Accueil, atmosphère et hospitalité - Des concepts à ne pas confondre. *Espaces tourisme & loisirs - Accueil, hospitalité & tourisme*, déc. **2009a**, n° 276, p. 8-10. ISSN : 0336-1446.

- CINOTTI Yves.** L'hospitalité touristique au service des destinations. In LEMASSON J.-P. et VIOLIER Ph. (dir.), *Destinations et Territoires*, vol. 1, Québec : Éditions Téoros, Presse de l'Université de Québec, **2009b**, p. 92-100. ISBN : 978-2-76052-499-6.
- CINOTTI Yves.** *Hospitalité touristique : conceptualisation et études de l'hospitalité des destinations et des maisons d'hôtes*. Thèse pour le doctorat en sciences du tourisme. Perpignan : Université de Perpignan Via Domitia, **2011** [en ligne]. Disponible sur <http://yvcinotti.free.fr/Documents/THESE_Yves_CINOTTI.pdf>. (Consulté le 20-6-2011).
- COVA Bernard.** *Au-delà du marché : quand le lien importe plus que le bien*. Paris : L'Harmattan, **1995**. ISBN : 978-2-7384-3491-6.
- COVA Véronique, GIANNELLONI Jean-Luc.** Hospitalité et consommation touristique. *Actes des XIII^{es} journées de recherche en marketing de Bourgogne*, 13-14 novembre **2008** [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.u-bourgogne.fr/leg/CERMAB/z-outils/documents/actesJRMB/JRMB13-2008/Cova%20Giannelloni.pdf>>. (Consulté le 1-12-2008).
- COVA Véronique, GIANNELLONI Jean-Luc.** Vers une approche de l'hospitalité au travers d'une mesure du concept de « chez-soi » - Étapes préliminaires. *Actes des IX^e Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, 25-26 mars **2010**, Rouen [en ligne]. Disponible sur : <http://www.cirmap-fea.org/fichiers/Cova_Giannelloni_Chez-soi_JNRC2010%20OK.pdf>. (Consulté le 22-12-2010).
- DELAVIGNE Valérie.** Présentation d'Alceste, *Texto!*, **2004**, vol. IX, n°4. ISSN : 1773-0120 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.revue-texto.net/Corpus/Manufacture/pub/Alceste2.html>>. (Consulté le 1-7-2010)
- DEMEN-MEIER Chritine.** Proposition d'une typologie des entreprises de la restauration en Europe. In Callot Philippe. *Tourisme et PME*. Paris : Lavoisier. **2006**. ISBN : 978- 2-7462-1246-3.
- DERRIDA Jacques.** Question d'étranger : venue de l'étranger. In Derrida Jacques, Dufourmantelle Anne, *Anne Dufourmantelle invite Jacques Derrida à répondre - De l'hospitalité*. Paris : Calman-Lévy. **1997a**, p. 11-69. ISBN : 978-2-7021-2795-7.
- DERRIDA Jacques.** Pas d'hospitalité. In Derrida Jacques, Dufourmantelle Anne, *Anne Dufourmantelle invite Jacques Derrida à répondre - De l'hospitalité*. Paris : Calman-Lévy, **1997b**, p. 71-137. ISBN : 978-2-7021-2795-7.
- DIDEROT Denis, ALEMBERT Jean le Rond d'.** Hospitalité. *Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers* [1751-1780] [en ligne]. The University of Chicago, ARTFL project. Disponible sur : <portail.atilf.fr/encyclopedie>. (Consulté le 7-6-2007).
- DIRECTION DU TOURISME.** *L'art d'accueillir. Cultures & pratiques de l'accueil des touristes en France*, **2007** [en ligne]. Disponible sur : <http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/etudes/territoires/art_accueillir.pdf>. (Consulté le 11-9-2010).
- EADES Caroline, LÉTOUBLON Françoise.** Les Rituels d'hospitalité ou le Temps retrouvé d'Angelopoulos. In Montandon Alain (dir.), *Mythes et représentations de l'hospitalité*. Clermont-Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, **1999**, p. 251-265. ISBN : 978-2-8451-6104-7.
- FREUND Wilhem.** *Grand dictionnaire de la langue latine : sur un nouveau plan*. Traduction en français, revu sur les textes et considérablement augmenté par N. Theil. 3 volumes. Paris : F. Didot, **1865**.

- GANASSALI** Stéphane. Faire parler les mots : vers un cadre méthodologique pour l'analyse thématique des réponses aux questions ouvertes. *Décisions Marketing*, **2008**, n° 51, p. 55-67. ISSN : 0779-7389.
- GERNET** Jacques. *La vie quotidienne en Chine à la veille de l'invasion mongole : 1250-1276 [1957]*. Nouv. tirage. Paris : Hachette, 1990. ISBN : 978-2-0101-5336-7.
- GIANNELLONI** Jean-Luc, **VERNETTE** Éric. *Études de marché*. Paris : Librairie Vuibert, **2001**. ISBN : 978-2-7117-7696-2.
- GIRARD** Alain. Surmodernité et remarques impertinentes sur le tourisme durable. In Bataillou Christian, *Tourismes, Patrimoines, Identités, Territoires*. Perpignan : Presses Universitaires de Perpignan, coll. Études, **2010**, p. 37-47. ISBN : 978-2-3541-2059-7.
- GIRAUD** Christophe. Recevoir le touriste en ami. La mise en scène de l'accueil marchand en chambre d'hôtes. *Actes de la recherche en sciences sociales*, **2007/5**, n° 170, p. 14-31. ISSN : 0335-5311.
- GODBOUT** Jacques. Recevoir, c'est donner. *Communications (L'hospitalité)*, **1977**, n° 65, p. 35-48 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1997_num_65_1_1985>. (Consulté le 11-9-2010).
- GOTMAN** Anne. La question de l'hospitalité aujourd'hui. *Communications*, **1977**, n° 65, p. 5-19 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1997_num_65_1_1983?Prescripts_Search_isPortletOuvrage=false>. (Consulté le 11-9-2010).
- GOTMAN** Anne. *Le sens de l'hospitalité – Essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre*. Paris : Presses universitaires de France, **2001**. ISBN : 978-2-1305-1496-0.
- GOTMAN** Anne. France contemporaine. Un bricolage post-moderne. In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris : Bayard, **2004**, p. 97-109. ISBN : 978-2-2274-7207-5.
- GOUIRAND** Pierre. *Essai historique sur une théorie de l'accueil*. Thèse pour le doctorat d'histoire. Université de Nice, **1987**, 898 p. [en ligne]. Disponible sur : <http://yvcinotti.free.fr/Documents/Gouirand_1987.pdf>. (Consulté le 5-10-2010).
- GOUIRAND** Pierre. Origines et perspectives historiques de l'accueil. *Téoros*, juil. **1991**, vol. 10, n° 2, p. 3-9. ISSN : 0712-8657.
- GRASSI** Marie-Claire. Pour une histoire de l'hospitalité. In Montandon Alain. *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*. Clermont-Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, **2001**, p. 27-40. ISBN : 978-2- 8451-6171-9.
- GRASSI** Marie-Claire. Hospitalité. Passer le seuil. In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris : Bayard, **2004a**, p. 21-34. ISBN : 978-2-2274-7207-5.
- HAHN** Aloïs. L'hospitalité et l'étranger. In Montandon Alain (dir.), *L'hospitalité : signes et rites*. Clermont-Ferrand : CRLMC, **2001**. ISBN : 978-2-84516-177-8.
- HEAL** Felicity. *Hospitality in Early Modern England*, Cambridge (UK) : Cambridge University Press. **1990**. ISBN : 978-0-1982-1763-3.

- HELME-GUIZON** Agnès, **GAVARD-PERRET** Marie-Laure. L'analyse automatisée de données textuelles en marketing : comparaison de trois logiciels. *Décisions Marketing*, **2004**, n° 36, p. 75-90. ISSN : 0779-7389.
- HEMMINGTON** Nigel. From Service to Experience: Understanding and Defining the Hospitality Business. *The Service Industries Journal*, Sept. **2007**, vol. 27, issue 6, p. 747-755. ISSN : 0264-2069.
- HEPPLE** Jill, **KIPPS** Michael, **THOMSON** James. The concept of hospitality and an evaluation of its applicability to the experience of hospital patients. *International Journal of Hospitality Management*, **1990**, vol. 9, issue 4, , p. 305-318. ISSN : 0278-4319.
- HOBBS** T. Raymond. Hospitality in the First Testament and the 'Teleological Fallacy'. *Journal for the Study of the Old Testament*, **2001**, vol. 26, n° 1, p. 3-30. ISSN : 0309-0892.
- JANZEN** Waldemar. *Old Testament Ethics: A Paradigmatic Approach*. Louisville (KY) : Westminster/John Knox Press, **1994**. ISBN : 978-0-6642-5410-1.
- KANT** Emmanuel. *Projet de paix perpétuelle Esquisse Philosophique [1795]*. Trad. Gibelin Jean. Paris : Librairie philosophique J. Vrin, 2002. ISBN : 978- 2-7116-1380-1.
- KAUFMAN** Tammie J., **WEAVER** Pamela A., **POYNTER** Julia. Success Attributes of B&B Operators. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, **1996**, vol. 37, p. 29 - 33. ISSN : 1938-9655.
- KAUFMANN** Jean-Claude. *Casseroles, amour et crises. Ce que cuisiner veut dire*. Paris : Armand Colin, **2005**. ISSN : 978-2-2002-6886-2.
- KIEFER** Nicholas M. Economics and the Origin of the Restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, August **2002**, p. 58-64. ISSN : 1938-9655.
- KING** Carol A. What is hospitality? *International Journal of Hospitality Management*, Sep.-Dec. **1995**, vol. 14, issues 3-4, p. 219-234. ISSN : 0278-4319.
- KLEBERG** Tönnes. *Restaurants et cabarets dans l'antiquité romaine*. Uppsalla : Almqvist & Wiksells Boktryckeri AB, **1957**.
- KOENIG** John. *New Testament Hospitality: Partnership with Strangers as Promise and Mission*. Eugene (OR) : Wipf & Stock Publishers, **2001**. ISBN : ISBN-13: 978-1-5791-0824-3.
- KOUAMÉ** Nathalie. Le Japon des Tokugawa : Tôkaidô, Ise, Shikoku (du XVII^e au XIX^e siècle). In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris : Bayard, **2004**, p. 347-372. ISBN : 978-2-2274-7207-5.
- LAPLANTE** Marc. L'accueil touristique vu comme comportement de communication. *Téoros*, juil. **1991**, vol. 10, n° 2, p. 20-23. ISSN : 0712-8657.
- LASHLEY** Conrad. Towards a Theoretical Understanding. In Lashley Conrad et Morrison Alison (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*. Oxford : Butterworth-Heinemann, **2000**, p. 1-17. ISBN : 978-0-7506-5431-9.

- LATREILLE** Martin, **OUELLETTE** Françoise-Romaine. *Le repas familial. Recension d'écrits*. Centre – Urbanisation Culture Société. Montréal : Institut national de la recherche scientifique. **2008**, 65 p. [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.ucs.inrs.ca/pdf/LeRepasFamilial.pdf>>. (Consulté le 25-10-2010).
- LAZARD** Sylviane. L'Ospedale di Santo Spirito à Rome : vers une spécialisation des lieux d'accueil ? In Montandon Alain, *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*. Clermont-Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, **2001**, p. 183-207. ISBN : 978-2- 8451-6171-9.
- LÉCRIVAIN** Charles. Hospitium. In Daremberg Charles, Saglio Edmond (dir.). *Dictionnaire des antiquités grecques et romaines d'après les textes et les monuments*. **1877-1919**. Tome 3. Volume 1. p. 294-304 [en ligne]. Disponible sur : <<http://dagr.univ-tlse2.fr/sdx/dagr/index.xsp>>. (Consulté le 13-8-2010).
- LESUR** Jean-Marc. *Les hôtels de Paris – De l'auberge au palace, XIX^e-XX^e siècles*. Neuchâtel (Suisse) : Éditions Alphil, **2005**. ISBN : 978-2-9402-3513-9.
- LEVITT** Theodore. Production-Line Approach to Service. *Harvard Business Review*, sept.-oct. **1972**, vol. 50, n° 5, p. 20-31. ISSN : 0017-8012.
- LEVITT** Theodore. The industrialization of service. *Harvard Business Review*, Sep/Oct **1976**, vol. 54, issue 5, p. 63-74. ISSN : 0017-8012.
- LOCKWOOD** Andrew, **JONES** Peter. Managing hospitality operations. In Lashley Conrad et Morrison Alison (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*. Oxford : Butterworth-Heinemann, **2000**, p. 157-176. ISBN : 978-0-7506-5431-9.
- LYNCH** Paul, **MACWHANNEL** Doreen. Home and commercialized hospitality. In Lashley Conrad et Morrison Alison (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*. Oxford : Butterworth-Heinemann, **2000**, p. 100-117. ISBN : 978-0-7506-5431-9.
- MANZI** Joachim, **TOUDOIRE-SURLAPIERRE** Frédérique. L'étranger. L'inconnu qui frappe à ma porte. In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris : Bayard, **2004**, p. 1108-1121. ISBN : 978-2-2274-7207-5.
- MAUSS** Marcel. Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques. *Sociologie et Anthropologie* [1923-1924]. Paris : PUF, 1995, p. 143-279. ISBN : 978-2-13-045288-4.
- MICHAUD** Ginette. Un acte d'hospitalité ne peut être que poétique. Seuils et délimitation de l'hospitalité derridienne. In Gauvin Lise, L'Hérault Pierre, Montandon Alain (dir.), *Le dire de l'hospitalité*. Clermont-Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, **2004**, p. 33-60. ISBN : 978-2-8451-6234-0.
- MICHEL** Francisque, **FOURNIER** Édouard. Histoire des hôtelleries, cabarets, hôtels garnis, restaurants et cafés et des hôteliers, marchands de vins, restaurateurs, Limonadiers, etc. Paris : Librairie historique, archéologique et scientifique de Seré, **1851**.
- MICHEL** Franck. *L'autre sens du voyage. Manifeste pour un nouveau départ*. Paris : Éditions Homnisphères, **2003**. ISBN : 978-2-9151-2903-7.

- MILON** Alain. L'étranger dans la figure de l'hospitalité : rôle et place d'une anthropologie pragmatique. In Montandon Alain, *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*. Clermont-Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, **2001**, p. 41-49. ISBN : 978-2- 8451-6171-9.
- MONTANDON** Alain. Lieux d'hospitalité. In Montandon Alain (dir.), *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*. Clermont-Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, **2001a**, p. 13-25. ISBN : 978-2- 8451-6171-9.
- MONTANDON** Alain. Introduction. In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris : Bayard, **2004b**, p. 16-20. ISBN : 978-2-2274-7207-5.
- ORIGET DU CLUZEAU** Claude. Les Greeters, une nouvelle forme d'accueil bénévole. *Espaces tourisme & loisirs - Accueil, hospitalité & tourisme*, déc. **2009**, n° 276, p. 27. ISSN : 0336-1446.
- PÉROL** Céline. Commerce – Au sanglier bleu. In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris : Bayard, **2004**, p. 1769-1778. ISBN : 978-2-2274-7207-5.
- PIZAM** Abraham, **URIELY** Natan, **REICHEL** Ariel. The intensity of tourist-host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: the case of working tourists in Israel. *Tourism Management*, **2000**, vol. 21, issue 4, p. 395-406. ISSN : 0261-5177.
- POULAIN** Jean-Pierre, **NEIRINCK** Edmond. *Histoire de la cuisine et des cuisiniers*. Paris : Éditions LT Jacques Lanore. **2004**. ISBN : 978-2-2060-3292-4.
- RAFFESTIN** Claude. Réinventer l'hospitalité. *Communications (L'hospitalité)*, **1977**, n° 65, p. 165-4177[en ligne]. Disponible sur : <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1997_num_65_1_1997>. (Consulté le 11-9-2010).
- REINERT** Max. Quel objet pour une analyse statistique du discours ? Quelques réflexions à propos de la réponse Alceste. *Actes de la journée d'analyse des données textuelles 1998* [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.cavi.univ-paris3.fr/lexicometrica/jadt/jadt1998/reinert.htm>>. (Consulté le 27-6-2010).
- REVEL** Jean-François. *Un festin en paroles*, Paris : Hachette/Pluriel, **1979**. ISBN : 978-2-0108-7707.
- REY** Alain, **TOMI** Marianne, **HORDÉ** Tristan *et al.* *Dictionnaire historique de la langue française*. 3 tomes. Paris : Dictionnaires Le Robert, **1998**. ISBN : 978-2-84902-236-8.
- RITCHIE** J. R. Brent, **CROUCH** Geoffrey. *The Competitive Destination – A Sustainable Tourism Perspective*, Wallingford : CABI Publishing, **2005**. ISBN : 978-1-8459-3010-3.
- RICŒUR** Paul. Étranger, moi-même. In *Semaines Sociales - L'immigration, défis et richesses*. Paris : Bayard Éditions, **1998**, p. 93-106. ISBN : 978-2-2273-1706-2.
- ROBERT** Paul, **REY** Alain, **MORVAN** Danièle. *Le grand Robert de la langue française*. Deuxième édition du dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française de Paul Robert. Paris : Dictionnaires Le Robert, **2001**. 6 vol.
- ROUSSEAU** Jean-Jacques. *Les rêveries du promeneur solitaire*. **1782** [en ligne]. Éditions du groupe « Ebooks libres et gratuits », 118 p. Disponible sur : <<http://www.livrespourtous.com/e-books/view/Les-reveries-du-promeneur-solitaire.html>>. (Consulté le 9-8-2010).

- ROY** Michel. Le faux semblant de l'hospitalité institutionnelle à vocation sociale. In Montandon Alain, *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*. Clermont-Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, **2001**, p. 371-382. ISBN : 978-2- 8451-6171-9.
- SAGLIO** Edmond. Caupona. In Daremberg Charles, Saglio Edmond (dir.). *Dictionnaire des antiquités grecques et romaines d'après les textes et les monuments*. **1877-1919**. Tome 1. Volume 2. p. 973-974 [en ligne]. Disponible sur : <<http://dagr.univ-tlse2.fr/sdx/dagr/index.xsp>>. (Consulté le 13-8-2010).
- SANDOVAL-STRAUSZ** A. K. *Hotel – An American History*. Yale University Press. **2007**. ISBN : 978-0-3001-0616-9
- SCHÉOU** Bernard. Les réseaux sociaux d'hospitalité, pratiques subversives ou expression de la post-modernité ?. *Actes du colloque 'Fins et Confins du Tourisme'*, Grenoble, **2009**, 32 p.
- SCHÉRER** René. Cosmopolitisme et hospitalité, *Communications (L'hospitalité)*, **1977**, n° 65, p. 59-68 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1997_num_65_1_1987?Prescripts_Search_isPortletOuvrage=false>. (Consulté le 11-9-2010).
- SCHÉRER** René. *Zeus hospitalier, Éloge de l'hospitalité*. Paris : A. Colin, **1993**. ISBN : 978-2710327707.
- SELWYN** Tom. An anthropology of hospitality. In Lashley Conrad et Morrison Alison (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*. Oxford : Butterworth-Heinemann, **2000**, p. 18-37. ISBN : 978-0-7506-5431-9.
- SIMPSON** John Andrew, **WEINER** Edmund S. C. *The Oxford English dictionary*. Oxford : Clarendon press. **1989**. 20 vol.
- SLATTERY** Paul. Finding the Hospitality Industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, **2002**, vol. 1, issue 1, p.19-28 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.brookes.ac.uk/ltsn/johlste/vol1no1/academic/0007.pdf>>. (Consulté le 17-8-2010).
- SMITH** William. *A Dictionary of Greek and Roman Antiquities*. London : John Murray, **1875** [en ligne]. Disponible sur : <http://penelope.uchicago.edu/Thayer/E/Roman/Texts/secondary/SMIGRA*/Hospitium.html>. (Consulté le 13-8-2010).
- SPANG** Rebecca L. The Invention of the Restaurant: Paris and Modern Gastronomic Culture – Paris and Modern Gastronomic Culture. Boston : Harvard University Press, **2001**. ISBN : 978-0-6740-0685-0.
- STRINGER** Peter F. Hosts and Guests – The Bed-And-Breakfast Phenomenon. *Annals of Tourism Research*, **1981**, vol. 8, issue 3, p. 357-376. ISSN : 0160-7383.
- TELFER** Elizabeth. The Philosophy of Hospitableness. In Lashley Conrad et Morrison Alison (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*. Oxford : Butterworth-Heinemann, **2000**, p. 38-55. ISBN : 978-0-7506-5431-9.
- VIARD** Jean. *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*, La Tour d'Aigues : Éditions de l'Aube, **2000**. ISBN : 978-2-8767-8560-9.

WARNICK Rodney B., **KLAR** Lawrence R. Jr. The Bed And Breakfast And Small Inn Industry Of The Commonwealth Of Massachusetts: An Exploratory Survey. *Journal of Travel Research*, January **1991**, vol. 29, n° 3, p. 17-25. ISSN : 0047-2875.

Annexe 1– Offre d'hébergement en France (résidences de tourisme, chambres d'hôtes, hôtels)

Nombre de chambres d'hôtels (Source : Le Garrec et Lévy, 2008, p. 97)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Chambres d'hôtels	586 116	586 944	583 578	589 174	600 492	603 619	603 279	604 235	613 798	612 400	614 550	612 100

Capacité d'hébergement en nombre de lits (Source : <http://www.guide-chambre-hote.com/mot-clef/gites-de-france/>)

Types	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Résidences de tourisme (1)	264 826	277 231	318 527	331 228	365 148	380 837	429 540	455 089	475 874	507 986	559 818	625 747
Chambres d'hôtes (2)	42 932	44 106	45 974	48 404	55 942	58 100	62 026	66 864	69 696	73 758	76 042	75 152

(1) et hébergements assimilés.

(2) nombre de lits estimé en prenant le double du nombre de chambres d'hôtes.

Il faut être très circonspect concernant les statistiques du nombre de lits en chambre d'hôtes, d'une part parce que, avant 2007, la déclaration de l'activité d'exploitation de chambres d'hôtes n'étaient pas obligatoires et, d'autre part, parce que considérer qu'une chambre d'hôtes ne comporte en moyenne que deux lits est curieux quand on sait que le maximum autorisé est de cinq chambres ou quinze personnes (donc trois lits par chambres).

Annexe 2 – Transformations opérées sur le corpus des présentations de maisons d'hôtes du site CHF

- Corrections de l'orthographe, de la ponctuation
- Transformation des siècle en chiffre arabe (XVIII^e ↦ 18^e)
- table d'hôtes ↦ table d'hôte
- chambre d'hôte ↦ chambre d'hôtes
- maison d'hôte ↦ maison d'hôtes
- Wi-fi ↦ Wifi
- TV ↦ télévision
- salle de bains ou sdb ↦ salle de bain
- & ↦ et
- € ↦ euros
- pers ou pers. ↦ personnes
- ch ou ch. ↦ chambre(s)
- rdc ↦ rez-de-chaussée
- 80, 90, 130, 140, 150, 160, 180, 200 (taille de lit) ↦ ajout « cm »
- min ou min. ↦ minutes
- cm ou cm. ↦ centimètres
- km ou km. ↦ kilomètres
- m. ↦ mètres
- ha ↦ hectares
- confitures maison, viennoiseries maison ↦ confitures faites maison, viennoiseries faites maison
- 15^e, 16^e, 17^e, 18^e, 19^e ↦ ajout de « siècle » après le nombre si absent