

L'hospitalité touristique au service des destinations

AUTEUR

Yves Cinotti

BIOGRAPHIE

Yves Cinotti est professeur agrégé d'économie et gestion et directeur adjoint du Centre d'étude du tourisme, de l'hôtellerie et des industries de l'alimentation à l'université Toulouse II.

COORDONNÉES DE L'AUTEUR

yvcinotti@free.fr

RÉSUMÉ

Parmi les antécédents de la satisfaction liée à la fréquentation d'une destination, l'hospitalité touristique est amenée à prendre de plus en plus d'importance dans un contexte de concurrence accrue entre les territoires. Ce texte identifie trois dimensions de l'hospitalité touristique perçue par les touristes d'une destination touristique à partir d'une revue de la littérature concernant l'hospitalité et d'entretiens semi-directifs avec des personnes ayant fréquenté une destination étrangère.

MOTS CLÉS : hospitalité – satisfaction – destination

Tourism Hospitality at destinations service

ABSTRACT

Hospitality, an antecedent of the tourists' satisfaction, will be more and more important in the future situation of rivalry between tourism destinations. This paper identify three dimensions of the tourism hospitality of a destination on the basis of an examination of literature on the hospitality concept and the analysis of unstructured interviews of tourists who stayed in a foreign destination.

KEYWORDS: *Hospitality – Satisfaction – Destination*

Une destination touristique est un produit complexe, ne serait-ce que parce que les motifs de voyage sont divers (Weaver et al., 2007). La satisfaction des touristes est une variable très complexe (Pizam et al., 1978 : 315 ; Dann, 1979). De nombreux antécédents de la satisfaction liée à une destination précise ont été découverts pour des destinations variées. Mais ces recherches s'apparentent davantage à des études de marché et il semble impossible de construire une échelle adaptée à toutes les destinations.

La présente étude ne se concentre que sur l'un des antécédents de la satisfaction liée à la fréquentation d'une destination : l'hospitalité touristique. Celle-ci est amenée à prendre de plus en plus d'importance dans un contexte de concurrence accrue entre les territoires. L'hospitalité intéresse depuis la fin du siècle dernier les chercheurs dans le domaine de la sociologie, de la philosophie, de l'histoire, de la littérature et même de la théologie. Pour Alain Montandon (2001a : 24), la réflexion sur l'hospitalité, de la part des professionnels du tourisme, devrait être approfondie alors qu'elle leur semble parfois une chose évidente. Il convient de se poser la question de l'impact de l'hospitalité d'une destination sur la satisfaction des touristes.

Cette recherche vise à explorer les dimensions de l'hospitalité touristique afin d'aider les organisations impliquées dans l'amélioration de la fréquentation d'une destination touristique à la rendre plus « désirable » (Viard, 2000 : 128).

C'est pourquoi, après avoir étudié la complexité des antécédents de la satisfaction des touristes vis-à-vis d'une destination, le concept d'hospitalité touristique sera précisé. L'analyse du contenu d'entretiens semi-directifs menés auprès de personnes ayant fréquenté des destinations variées permettra de confronter la littérature concernant l'hospitalité et la perception de touristes.

DE L'HOSPITALITÉ À L'HOSPITALITÉ TOURISTIQUE

La fin des années 1990 marque le début d'une intense activité scientifique autour de la question de l'hospitalité. Les contributions sont souvent le fait d'intellectuels engagés qui apportent leur pierre au débat touchant les sans-papiers et le statut de réfugié (Michaud, 2004 : 36). Le Centre de recherches sur les littératures modernes et contemporaines (CRLMC) entame par ailleurs un programme de recherches sur l'hospitalité. Plusieurs manifestations concernant divers aspects de l'hospitalité déboucheront sur des publications scientifiques (Heidenreich et Moro, 2005) et l'édition du *Livre de l'hospitalité* (Montandon, 2004a). La richesse de ces recherches en philosophie, sociologie et anthropologie peut être exploitée pour tenter de comprendre les pratiques touristiques même si celles-ci ne sont presque jamais évoquées.

Visions de l'hospitalité

De nombreuses définitions de l'hospitalité peuvent être relevées, notamment du fait que des disciplines diverses s'y sont intéressées.

Les philosophes ont longtemps considéré l'hospitalité comme la vertu d'une grande âme, voire comme un devoir (Shaftesbury-Cooper, 1715 ; Diderot et d'Alembert, 1751). Emmanuel Kant (1795) propose une vision radicale de l'hospitalité. Son projet de paix perpétuelle envisage l'institution d'un droit des étrangers à entrer sur le sol des autres États : « Hospitalité signifie donc ici le droit qu'à l'étranger, à son arrivée dans le territoire d'autrui, de ne pas y être traité en ennemi. » (p. 55). Michel Roy (2001 , pour sa part, voit l'hospitalité comme une valeur « que nous retrouvons essentiellement dans la civilisation judéo-chrétienne et musulmane ».

Si les sociologues se sont également intéressés à l'hospitalité c'est parce qu'ils la voient comme un fait social, produit par une société, à un moment donné, pour répondre à une situation précise, un rite de passage, un rituel de franchissement d'un espace géographique, psychique, spirituel (Van Gennep, 1909 ; Grassi, 2004). Marcel Mauss (1923) a affirmé que le caractère apparemment libre et gratuit du don comme de l'hospitalité est néanmoins contraint et intéressé. Alors qu'Anne Gotman (2001 : 3-4) considère que l'hospitalité peut constituer une épreuve puisqu'il s'agit de transformer l'ennemi en hôte, Jean Viard (2000 : 103) y voit un moment où les habitants les plus divers se côtoient.

Adoptant une vision davantage anthropologique, Alain Montandon (2004a : 6) conçoit l'hospitalité comme « une forme propre de l'hominisation ou tout au moins une des formes les plus essentielles de la socialisation ». Quant à Marie-Claire Grassi (2004 : 21), elle relève surtout les gestes de compensation, de mise à égalité, de protection, dans un monde où l'étranger n'a originellement pas de place.

Hospitalité et tourisme

Il faut bien reconnaître que, dans la littérature concernant l'hospitalité, la question touristique n'est pratiquement jamais évoquée : le mot « tourisme » n'apparaît que six fois dans *Le livre de l'hospitalité* (Montandon, 2004d). Alors peut-on parler d'hospitalité en matière de tourisme ?

Certains considèrent que l'hospitalité est un véritable don (Mauss, 1923) et ne doit pas donner lieu à une rémunération : « Dès l'instant où l'hospitalité n'est plus l'expression d'un bénévolat, elle devient un simple service » (Milon, 2001 : 48). Pour Alain Montandon

(2001a : 22), on assisterait dans le tourisme à une instrumentalisation de l'hospitalité par l'argent.

Mais si l'hospitalité est une forme de don, le touriste n'espère-t-il pas aussi de la générosité de la part du personnel en contact et même de la part de tous les résidents ? Car « c'est finalement la société locale qui accueille au moins autant que les professionnels » (Viard, 2000 : 121). D'ailleurs certaines destinations touristiques n'hésitent pas promouvoir la qualité des relations : « Partout vous serez accueilli comme on sait accueillir en Finlande, avec gentillesse et simplicité. Ce sera une autre vie¹. »

HOSPITALITÉ TOURISTIQUE ET MARKETING

L'hospitalité n'est pas absente de la littérature marketing. La confrontation du concept d'hospitalité touristique d'une destination aux recherches marketing permettra de préciser le concept avant d'en proposer une définition.

L'hospitalité, un service ?

L'hospitalité d'une destination peut-elle être considérée simplement comme un service ? Pour représenter les services, Christopher L. Lovelock (1992) a proposé une fleur des services comportant un cœur, le service de base et des pétales parmi lesquels l'hospitalité : « Les services liés à l'hospitalité devraient, idéalement, refléter le plaisir de rencontrer de nouveaux clients et/ou de retrouver des anciens [...] L'hospitalité trouve son expression la plus complète dans les rencontres en tête-à-tête. » Même si une destination ne propose pas un seul service global (Eiglier et Langeard, 1987 : 84) mais plusieurs, produits par plusieurs organisations, il est intéressant de noter la notion de « plaisir de rencontrer de nouveaux clients » qui conforte l'idée que l'hospitalité est du domaine du don. Selon Alain Montandon (2004b : 18), offrir l'hospitalité c'est donner quelque chose à quelqu'un, c'est présenter et offrir quelque chose de soi. L'hospitalité se situe donc au-delà du service.

Les mots « hospitalité » et « accueil » sont parfois utilisés comme des synonymes. La plupart des auteurs soulignent en effet la dimension humaine de l'accueil. L'accueil fait partie de la mission du personnel en contact et s'adresse à tous les clients ou usagers d'une organisation, touristique ou non. Mais l'hospitalité va au-delà de l'accueil, au-delà de la rencontre de service. L'accueil est un outil nécessaire, mais non suffisant (Montandon, 2001a: 24-25). L'hospitalité n'est pas un service, mais un véritable don (Milon, 2001) qui ne concerne pas que les professionnels, mais toute la population d'une zone confrontée à des étrangers. » Pour Caroline Eades & Françoise Létoublon (1999 : 251), « l'hospitalité ne peut s'exercer qu'à l'égard de l'étranger », ce que confirme Aloïs Hahn (2001).

L'hospitalité, élément de l'atmosphère d'une destination ?

Si l'hospitalité touristique n'est pas un service, ne constituerait-elle pas un élément de l'atmosphère d'une destination ? La Direction du tourisme (2007 : 30) du gouvernement français reprend la définition de Kenneth Hudson : « L'accueil, c'est la création d'une atmosphère dans laquelle le visiteur se sent attendu et désiré. » Pour Julie Baker (1987, citée par Bonin, 2002), le personnel en contact constitue un des éléments de l'atmosphère d'un magasin. Même si une destination n'est pas un point de vente, le concept d'atmosphère ne manque pas d'intérêt pour éclairer celui d'hospitalité que l'on peut considérer comme participant à l'environnement social d'une destination.

Définition de l'hospitalité d'une destination touristique

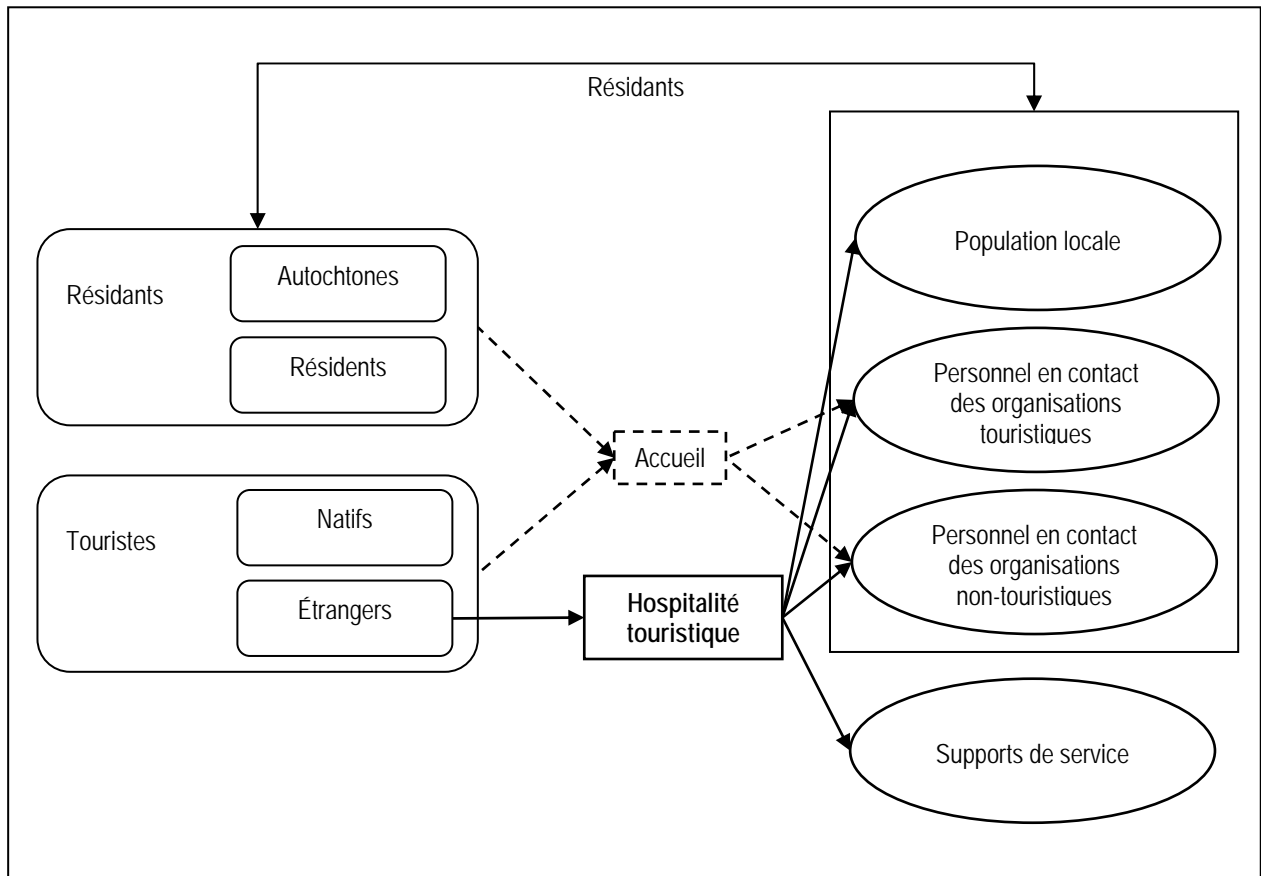
Finalement, on peut définir l'hospitalité touristique d'une destination comme le jugement des touristes concernant les rencontres dans une destination où ils se considèrent comme étrangers.

Le touriste étranger, quand il évalue l'hospitalité touristique d'une destination, porte un jugement non seulement sur les personnels en contact et les supports de service (brochures, menus, signalétique) des organisations de services (touristiques ou non), mais aussi sur les résidents.

Qui sont les résidents, ceux que Jean Viard (2000 : 90) nomme aussi l'*agora* ? Il existe une certaine confusion entre les substantifs « résident » et « résidant » (Dupré, 1972). Il est utile de reprendre la distinction proposée par l'Académie française (1935) et dans le *Lexis-Larousse Dictionnaire de la langue française* (1992) entre le résident, « personne qui réside dans un autre endroit que son pays d'origine », et le résidant (« se dit de quelqu'un qui habite dans un lieu quelconque »), synonyme d'habitant. Ainsi, parmi les résidants, les autochtones se différencient des résidents. De même, parmi les touristes fréquentant une destination, on peut distinguer le natif (un Français visitant une région française) et l'étranger. Pour simplifier, la langue française a prévu un seul mot pour tous ces acteurs : « hôtes » !

Figure 1

Acteurs et éléments de l'hospitalité touristique et de l'accueil



Après avoir défini le concept d'hospitalité touristique, il reste à en préciser les dimensions. C'est l'objet de la prochaine partie.

DIMENSIONS DE L'HOSPITALITÉ TOURISTIQUE

Afin de déterminer les dimensions de l'hospitalité touristique, cette partie s'appuie sur la littérature concernant l'hospitalité, mais aussi sur des entretiens semi-directifs menés auprès de seize touristes ayant fréquenté des destinations variées qui ont donné lieu à une analyse thématique du contenu.

Hospitalité et altérité

D'emblée Marie-Claire Grassi (2004) déclare : « Le geste d'hospitalité n'est ni aisé ni spontané. » Il recèle un danger et une menace qui peuvent la faire redouter (Montandon, 2001a : 14 ; Trincaz, 2001). L'hôte est un réservoir d'hostilité (Montandon, 2001a : 14) voire un ennemi potentiel (Schérer, 1993 : 102). Car l'arrivée des étrangers provoque un télescopage de cultures différentes. Ils sont inconnus, extérieurs, de passage, non

conformes, décalés, dérangeants, insolites et, en un mot, « étranges » ; par eux le scandale risque d'arriver. L'étranger devient un objet de répulsion car sa rencontre met symboliquement en danger une certaine vision du monde (Hahn, 2001). Selon Jean Viard (2000 : 77), le tourisme est un profond perturbateur des sociétés et la source de « turbulences systémiques » (Montandon, 2001b : 6), d'autant plus lorsque existent des déséquilibres économiques et culturels importants entre les résidants et les touristes (Viard, 2000 : 90) :

Il y a eu des personnes qui ont eu des soucis de vol, de l'argent. Comme ils disent, il ne faut rien laisser. Il ne faut pas les tenter ces gens-là. Ils n'ont pas grand-chose. (Brigitte en Égypte)

Certains touristes sont conscients que leur présence peut provoquer l'hostilité :

Quand on est allé en Guadeloupe, on a vu qu'ils ne se sont pas remis de l'esclavage [...] Ils ont une haine qui se poursuit de siècle en siècle. (Solange)

On peut assister à des réactions de franche hostilité de la part des résidants. Pascal Duret et Muriel Augustini (2002) rapportent que, sur une plage réputée pour la pratique du surf, les règles de priorité sur l'eau entre surfeurs n'ont plus cours et que le respect est dû au surfeur autochtone au point qu'il « arrive que les crics sortent des coffres de voitures pour une 'Totoch' (bagarre) ».

Le tourisme peut même être un moyen pour certains de faire connaître leurs revendications ou de déstabiliser le pouvoir en place : attentats de Louxor, Taba, Charm el-Cheikh et Dahab en Égypte de 1997 à 2006 (près de deux cents touristes tués au total) ; prises d'otage en Éthiopie, au Yémen, en Algérie, au Mali, aux Philippines. Si bien qu'il faut assurer la sécurité des touristes et le leur faire sentir :

Il n'y a pas vraiment de problèmes de sécurité là-bas. Mais ils aiment bien mettre des gens avec des fusils à l'entrée des complexes touristiques. Enfin c'est sécurisé. (Jérôme en République dominicaine)

J'ai une amie qui était allée en République dominicaine, pas très loin d'Haïti. Elle n'a pas pu sortir de son hôtel [...] Il y avait beaucoup de militaires, beaucoup de gendarmes. (Solange)

L'agressivité, en particulier des mendiants et démarcheurs de toutes sortes, est déplorée par les touristes :

La population locale est très souriante quoique un peu pénible sur la plage. Ils essaient de vendre des choses. On est jamais tranquille plus de dix minutes. (Jérôme en République dominicaine)

L'indifférence également est déplorée :

Les musées, c'est variable : il y a des accueils du type fonctionnaire et il y a des accueils avec plus d'empathie. (Gérard en Pologne)

Les gens et particulièrement les professionnels du tourisme ne viennent pas assez spontanément vers les touristes. (Hélène en Guadeloupe)

A contrario, la gentillesse et la chaleur sont très appréciées, que ce soit de la part de la population locale ou des personnels en contact :

Je recherchais des petites églises byzantines [...] On était avec le *Guide du Routard* pour essayer de repérer où on était et il y a un gars qui nous a demandé s'il pouvait nous aider, qui nous a dit par où il fallait passer. (Françoise à Istanbul)

À Dublin, on s'était égaré et ils n'hésitent pas à venir faire un bout de chemin avec nous pour nous amener à notre destination. Moi, je trouve ça super. (Marie en Irlande)

Je me souviens d'une visite à l'office du tourisme de Cracovie où une hôtesse parlait parfaitement le français. Elle a eu une gentillesse extrême en faisant une démarche de confirmation du vol retour. (Gérard en Pologne)

Le touriste espère être traité honnêtement :

Tu arrives, tu débarques le premier jour, tu ne sais pas trop bien. On est tombé sur un chauffeur de taxi sympa. Il ne nous a pas roulés dans la farine. (Françoise à Istanbul)

La conduite automobile est un motif d'étonnement, voire de malaise :

La conduite des Italiens, ça c'est l'horreur par contre. Ils sont dangereux [...] C'est une question de culture et de règles. On ne s'arrête pas à un stop. Il faut le savoir [...] L'an dernier on est allé en Angleterre alors là ça n'est pas du tout la même chose. Les Anglais, au point de vue conduite, c'est extraordinaire. Tu

leur fais n'importe quoi, ils attendent. C'est le rêve. Tu les embêtes, tu te retrouves au milieu... c'est la courtoisie. (Véronique et Claude en Toscane)

Même si elle n'est perçue comme de l'agressivité, on peut considérer que la conduite automobile fait partie des critères de l'hospitalité touristique.

Relation hôte-hôte

Mais la relation hôte-hôte demeure asymétrique (Montandon, 2001a : 18). L'hospitalité implique une dépendance de l'accueilli envers des règles extérieures, comme le temps des repas, parfois fermement imposées mais pas toujours formulées, instables et peu sûres (Montandon, 2001a : 16 ; Montandon, 2004c). Les organisations touristiques sont parfois amenées à rappeler des règles qui se heurtent à l'incompréhension de touristes pour qui les périodes de vacances sont synonymes de liberté, voire de transgression.

L'invité, bien sûr, n'est pas chez lui. D'où, dans cette situation inconfortable, une certaine gêne. Celle-ci est réciproque. Si bien que les hôtes font assaut de politesses et de prévenances mutuelles (Montandon, 2004a : 9).

Laura, elle s'est promenée en petit short. Elle n'avait apporté que des petits shorts. J'ai dit à Laura : « Tu ne te balades pas dans Istanbul avec ces petits shorts. Je ne veux pas. » (Françoise à Istanbul)

L'hôte peut se révéler envahissant :

Les propriétaires venaient tous les jours... pour arroser... pour nettoyer la piscine. Mais les jeunes les ont trouvés un peu envahissants pour tout te dire. Ils auraient bien aimé être tranquilles. (Claude & Véronique en Toscane)

Langue de l'hospitalité

Jacques Derrida a beaucoup étudié la question de la langue. L'étranger malhabile à parler la langue risque toujours d'être sans défense. Imposer sa langue est une forme de violence (Derrida et Dufourmantelle, 1997 : 21) : « S'il parlait déjà notre langue, avec tout ce que cela implique, si nous partagions déjà tout ce qui se partage avec une langue, l'étranger serait-il encore étranger et pourrait-on parler à son sujet d'asile ou d'hospitalité ? »

La question de la langue a également été soulevée lors des entretiens :

La langue est un peu une barrière. Surtout que je ne pratique pas énormément l'anglais [...Alors] je ne peux pas prétendre avoir découvert la population locale. (Gérard en Pologne)

La bonne volonté du personnel est aussi appréciée.

Au point de vue de la langue, oui, ils parlent un petit peu anglais, [...] suffisamment pour te faire comprendre. Jamais ça ne m'a gêné. Évidemment ça ne permet pas la communication, une fois que tu as dit [quelques mots]... » (Françoise à Istanbul)

Et à l'inverse le peu d'effort est noté :

À l'hôtel Hilton d'Atlanta, j'ai eu contact avec le personnel de l'hôtel, de la réception. J'ai été très surprise parce qu'ils ne parlaient pas d'autres langues que l'anglais. (Natalia)

C'est vrai qu'ils ne parlent pas énormément anglais, j'ai trouvé. Ça m'a surpris. (Claude et Véronique en Toscane)

[Lors de la visite d'une grotte], le guide était un peu gêné [...] Il parlait quelques mots de français ou d'anglais. Mais c'était limité. L'explication en italien a peut-être duré dix minutes au début. L'explication en anglais, elle, a duré trente secondes. (Cécile et Gérard en Sardaigne)

Le manque de supports traduits est aussi relevé :

Dans les musées de villes moyennes, comme à Sienne, tu n'as pas un dépliant en français, même des petites choses. (Claude et Véronique en Toscane)

On peut finalement repérer trois grandes dimensions de l'hospitalité touristique. Le tableau 1 précise les dimensions et les attributs associés à ces dimensions.

Tableau 1
Dimensions et attributs de l'hospitalité touristique

Dimension	Attributs
Absence d'hostilité	<ul style="list-style-type: none">• Absence d'agressivité vis-à-vis des étrangers• Absence de sollicitation de la part des mendiants et des vendeurs• Conduite automobile courtoise• Honnêteté vis-à-vis des étrangers• Sentiment de sécurité au milieu de la population

Dimension	Attributs
Effort vis-à-vis des étrangers	<ul style="list-style-type: none"> • Gentillesse • Rencontres chaleureuses • Effort pour aider les étrangers • Discrétion
Effort linguistique	<ul style="list-style-type: none"> • Capacité à s'exprimer dans la langue du touriste • Capacité à s'exprimer en anglais • Efforts pour combler le fossé linguistique • Traduction des supports dans la langue du touriste • Traduction des supports en anglais

CONCLUSION

Cette étude a permis de cerner le concept d'hospitalité touristique par une revue de la littérature et l'analyse de commentaires de touristes-internautes. Une définition a été proposée.

Trois dimensions de l'hospitalité touristique ont émergé : l'absence d'hostilité vis-à-vis des étrangers, l'effort vis-à-vis des étrangers et l'effort linguistique.

Les organisations en charge du marketing d'une destination doivent considérer que l'hospitalité touristique constitue désormais un véritable enjeu. Elles doivent intégrer non seulement les prestataires de services touristiques, mais également les personnels en contact avec les touristes ainsi que les résidents dans leur stratégie d'amélioration de l'hospitalité.

Cette étude n'est qu'une étape d'une recherche doctorale. L'objectif final est de créer une échelle de mesure de l'hospitalité touristique adaptée à toutes les destinations. L'étape suivante consistera donc, avec l'aide d'experts, à affiner les dimensions et à déterminer les attributs concrets. Il sera sans doute nécessaire pour ce faire d'interroger encore quelques personnes car tous les types de vacances ne sont pas représentés dans l'échantillon interrogé.

BIBLIOGRAPHIE

Académie française (1935), *Dictionnaire de l'Académie française*, Paris, Hachette.

Baker, Julie (1987), « The Role of Environment in Marketing Services: The Consumer Perspective », dans John Czepeil, Carole Congram et Jim Shanahan (dir.), *The Services Challenge: Integrating for Competitive Advantage*, Chicago, American Marketing Association, p. 79-84.

- Bonin, Gaël (2002), « Magasin et expérience de magasinage : le rôle de l'appropriation », *Décisions marketing*, n° 28, octobre-décembre, p. 65-75.
- Dann, Graham M.S. (1979), « Tourist Satisfaction: A Highly Complex Variable », *Annals of Tourism Research*, vol. 4, p. 110-113.
- Derrida, Jacques et Dufourmantelle, Anne (1997), *Anne Dufourmantelle invite Jacques Derrida à répondre – De l'hospitalité*, Paris, Calman-Lévy.
- Diderot, Denis et Jean le Rond d'Alembert (1751), « Hospitalité », *Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, The University of Chicago, ARTFL Project, [<http://portail.atilf.fr/encyclopedie>], (consulté le 14 mai 2009).
- Direction du tourisme (2007), « L'art d'accueillir. Cultures & pratiques de l'accueil des touristes en France » [réf. du 10/9/07], [www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/mediatheque/publication/attractivite/bien_accueillir.jsp], (consulté le 14 mai 2009).
- Dupré, Paul (dir.) (1972), *Encyclopédie du bon français : dans l'usage contemporain, difficultés, subtilités, complexités, singularités*, Paris, Éditions de Trévise.
- Duret, Pascal et Muriel Augustini (2002), « Sans l'imaginaire balnéaire, que reste-t-il de l'exotisme à la Réunion ? », dans *Ethnologie française – Touriste, Autochtone : Qui est l'étranger ?*, André Rauch (dir.), n° 3, p. 439-446.
- Eades, Caroline et Françoise Létoublon (1999), « Les rituels d'hospitalité ou le temps retrouvé d'Angelopoulos », dans Alain Montandon (dir.), *Mythes et représentations de l'hospitalité*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal.
- Eiglier, Pierre et Éric Langeard (1987), *Servuction. Le marketing des services*, Paris, McGraw-Hill.
- Gotman, Anne (2001), *Le sens de l'hospitalité – Essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre*, Paris, Presses universitaires de France.
- Grassi, Marie-Claire (2004), « Passer le seuil », dans Alain Montandon (dir.), *Le livre de l'hospitalité Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard.
- Hahn, Aloïs (2001), « L'hospitalité et l'étranger », dans Alain Montandon, *L'hospitalité : signes et rites*, Clermont-Ferrand, CRLMC.
- Heidenreich, Felicia et Marie Rose Moro (2005), *Bibliographie sur l'hospitalité*, [www.clinique-transculturelle.org/pdf/bibliographie_clinique_hospitalite.pdf], (consulté le 14 mai 2009).
- Kant, Emmanuel (1795), *Projet de paix perpétuelle Esquisse Philosophique* [Trad. J.Gibelin], Paris, Librairie philosophique J. Vrin, 2002.

Lexis-Larousse Dictionnaire de la langue française (1992), Paris, Larousse.

Lovelock, Christopher H. (1992), « Cultivating the Flower of Service: New Ways of Looking at Core and Supplementary Services », dans Pierre Eiglier et Éric Langeard (dir.), *Marketing Operations and Human Resources: Insight into Service*, IAE d'Aix-en-Provence, p. 296-316.

Mauss, Marcel (1923-1924), « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », dans *Sociologie et Anthropologie*, Paris, Presses universitaires de France, 1995, p. 143-279.

Michaud, Ginette (2004), « 'Un acte d'hospitalité ne peut être que poétique. Seuils et délimitation de l'hospitalité derridienne », dans Lise Gauvin, Pierre L'Hérault et Alain Montandon (dir.), *Le dire de l'hospitalité*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal, p. 33-60.

Milon, Alain (2001), « L'étranger dans la figure de l'hospitalité : rôle et place d'une anthropologie pragmatique », dans Alain Montandon, (dir.), *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal, p. 41-49.

Montandon, Alain (dir.) (2001a), *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal.

Montandon, Alain (dir.) (2001b), *L'hospitalité : signes et rites*, Clermont-Ferrand, CRLMC.

Montandon, Alain (2004a), « Miroirs de l'hospitalité », dans Alain Montandon (dir.), *Le livre de l'hospitalité. Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard, p. 6-14.

Montandon, Alain (2004b), « Introduction », dans Alain Montandon (dir.), *Le livre de l'hospitalité. Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard, p. 16-20.

Montandon, Alain (2004c), « Les non-dits de l'hospitalité ou les silences de l'hôte », dans Lise Gauvin, Pierre L'Hérault et Alain Montandon (dir.), *Le dire de l'hospitalité*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal, p. 19-32.

Montandon, Alain (dir.) (2004d), *Le livre de l'hospitalité Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard.

Pizam, Abraham, Yoram Neumann et Arie Reichel (1978), « Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination Area », *Annals of Tourism Research*, vol. 5, n° 3, p. 314-322.

Roy, Michel (2001), « Le faux semblant de l'hospitalité institutionnelle à vocation sociale », dans Alain Montandon (dir.), *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*,

- Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal, p. 371-382.
- Schérer, René (1993), *Zeus hospitalier, Éloge de l'hospitalité*, Paris, A. Colin.
- Shaftesbury-Cooper, Anthony Ashley (1715), *Enquête sur la vertu et le mérite*, [trad. Ph. Folliot] [<http://perso.orange.fr/philotra/shaftesbury.htm>], (consulté le 14 mai 2009).
- Trincaz, Jacqueline (2001), « L'hospitalité du résident âgé. L'accueilli accueillant », dans Alain Montandon (dir.), *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal, p. 325-334.
- Urbain, Jean-Didier (2002 [2^e éd.]), *L'idiote du voyage. Histoire de touristes*, Paris, Éditions Payot & Rivages.
- Van Gennep, Arnold (1909), *Les rites de passage. Étude systématique des rites*, Paris, Picard, 1981.
- Viard, Jean (2000), *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*, La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube.
- Weaver, Pamela A., Karin Weber et Ken W. McCleary (2007), « Destination Evaluation: The Role of Previous Travel Experience and Trip Characteristics », *Journal of Travel Research*, vol. 45, p. 333-344.

1. Publicité de mars 1989 de l'Office du tourisme finlandais, citée par Urbain, 2002, p. 245.