

Étude des dimensions de l'hospitalité perçue des maisons d'hôtes

Yves CINOTTI

Directeur adjoint du département Centre d'étude du tourisme, de l'hôtellerie et des industries
de l'alimentation de l'Université de Toulouse II
cinotti@univ-tlse2.fr

Résumé

Le concept d'hospitalité intéresse, depuis le début des années 1990, des chercheurs dans des domaines variés. Des situations d'hospitalité peuvent se déployer dans le domaine social, commercial ou privé. L'hébergement en chambre d'hôtes, à la jointure des sphères privée et commerciale, connaît un engouement certain depuis une vingtaine d'années. Il est donc nécessaire de se demander pourquoi certains touristes préfèrent fréquenter les maisons d'hôtes. Cette recherche constitue une étape du développement d'une échelle de mesure de l'hospitalité perçue des maisons d'hôtes en suivant la procédure C-OAR-SE. En s'appuyant sur les commentaires de clients de maisons d'hôtes sur un site d'évaluation de produits touristiques, les attributs sont définis.

Abstract

Since the beginning of the 1990s, researchers in various disciplines have taken an interest in the concept of hospitality. We find hospitality activities in social, private and commercial domains. The general craze for B&B accommodation, on the boundaries between the private sphere and the social one, is real for 20 years. So it is wise to understand why tourists prefer to stay in a B & B. In this study, the first stages of C-OAR-SE procedure is used to develop a scale to measure hospitality of B&Bs. The attribute of hospitality are defined using guests' comments on a travel community site.

Étude des dimensions de l'hospitalité perçue des maisons d'hôtes

Le concept d'hospitalité a intéressé, depuis le début des années 1990, des chercheurs dans des domaines variés : littérature, philosophie, sociologie, anthropologie, théologie, études féministes, marketing, tourisme (Lashley & Morrison 2000 ; Montandon 2004). Selon Lashley (2000), les activités d'hospitalité peuvent se déployer dans le domaine social, commercial et privé.

En France, l'hébergement en chambre d'hôtes, qui se situe à la jointure des sphères privée et commerciale, connaît un engouement certain depuis une vingtaine d'années au point de pousser les hôteliers à s'interroger. Le même phénomène a été constaté aux États-Unis à partir des années 1980 (Kaufman, Weaver & Poynter 1996). Le nombre de maisons d'hôtes labélisées Gîtes de France – association qui regroupe 84 % des 34 600 maisons d'hôtes labellisées françaises – est passé entre 1992 à 2005 de 12 000 à 29 600. Durant cette même période, le nombre de gîtes ruraux labélisés Gîtes de France est resté pratiquement stable (Ministère délégué au tourisme 2005). Il est donc nécessaire de se demander pourquoi de plus en plus de touristes fréquentent les maisons d'hôtes.

Il n'est pas inutile de rappeler la différence entre un gîte rural et une maison d'hôtes. Le premier est considéré au plan statistique comme un meublé de tourisme. En effet, un gîte rural n'est ni plus ni moins qu'une location touristique. Les contacts entre le propriétaire et les clients peuvent se limiter à la réservation, l'accueil à l'arrivée et l'état des lieux à la fin du séjour. La maison d'hôtes offre un supplément d'âme. Elle peut être assimilée au B & B des pays anglo-saxons. Le propriétaire reçoit chez lui des touristes. Il leur fournit le petit déjeuner. Certains labels leur recommandent d'être présents à ce moment-là. Lorsqu'il propose aussi une table d'hôtes, les clients ont la possibilité de consommer le soir un repas traditionnel à base de produits régionaux. En 2007, 12 000 maisons d'hôtes sur 38 000 proposaient également la table d'hôtes (Le Garrec & Lévy 2008 : 104). La différence entre un gîte rural et une maison d'hôtes, ne serait-ce pas l'hospitalité ?

La problématique de cette étude est la suivante : quelles sont les dimensions de l'hospitalité d'une maison d'hôtes ? Cette recherche constitue une étape du développement d'une échelle de mesure de l'hospitalité perçue des maisons d'hôtes, en suivant la procédure C-OAR-SE (Rossiter 2002). Le construit de l'hospitalité perçue est d'abord défini. En s'appuyant sur les commentaires de clients de maisons d'hôtes sur un site d'évaluation de produits touristiques, les attributs de premier ordre et concrets sont déterminés et le questionnaire créé.

Cette communication présente un intérêt aux plans conceptuel, méthodologique et opérationnel : elle est l'occasion (1) de mener une revue de littérature interdisciplinaire sur le concept d'hospitalité, (2) de proposer une alternative à la méthode indiquée par Rossiter pour définir des attributs et (3) d'éclairer les propriétaires de maison d'hôtes sur les éléments les plus importants aux yeux de leurs clients.

1. LE CONCEPT D'HOSPITALITÉ

En matière de recherches concernant l'hospitalité, on peut nettement distinguer une école française et une école anglo-saxonne. La première, ancrée dans le domaine des sciences humaines et sociales, considère l'hospitalité comme un concept alors que la seconde la voit aussi comme un secteur d'activité (Cova & Giannelloni 2008).

En France, la recherche sur l'hospitalité a souvent été le fait de chercheurs, dans le domaine des sciences sociales, politiquement engagés. Il s'agissait de porter une réflexion académique sur le traitement des immigrés arrivant en France dans un contexte de rejet de ceux-ci, par une partie de la population, encouragé par certains partis politiques et de mise en place d'un arsenal législatif visant à encadrer l'immigration (Michaud 2004). La question est donc d'abord traitée sous les angles philosophiques et politiques comme dans le *Manifeste pour l'hospitalité, autour de Jacques Derrida* (Seffahi 1999). Les recherches s'attachent à ceux que Jacques Derrida (1997) nomment les « étrangers absolus » : les exilés, les déportés, les expulsés, les déracinés, les apatrides, les nomades anonymes. Il n'est presque jamais question des étrangers temporaires que sont les touristes.

La question de l'hospitalité a été abordée depuis longtemps en philosophie. Les encyclopédistes considèrent l'hospitalité comme « la vertu d'une grande âme qui tient à tout l'univers par les liens de l'humanité » voire comme un devoir et rappellent que, pour les stoïciens, elle ne devait pas se borner « aux liaisons du sang et de l'amitié, mais s'étendre à tous les mortels » (Diderot & Alembert 1751). Pour Christian Hirschfeld (1777 : 221), elle « comprend tout accueil amical, toutes sortes de comportements complaisants, serviable et bienfaisant d'une nation envers les membres d'une autre nation ».

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 sans y être traité en ennemi. Mais « l'étranger ne peut invoquer un droit d'accueil, mais un droit de visite, [...] 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 originairement le droit de se trouver à un endroit de la terre plutôt qu'à un autre. » (*ibid.* : 55) Sa vision constitue un horizon, un but jamais atteint. Jacques Derrida a encore cherché à élargir le concept 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 certains ne militent pas plus pour le cosmopolitisme que pour l'hospitalité (Schérer 1977), pour un monde sans frontière dont les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis ont brusquement éloigné l'avènement.

Plus modestement, Paul Ricœur (1998) définit l'hospitalité comme le partage du « chez soi ». Cette définition synthétique s'avère aussi très riche. Car parler d'un « chez soi », c'est évoquer un ailleurs (un autre lieu, une autre maison) et un autre soi : l'étranger. Quant au « partage », il constitue une modalité de relation entre individus. Ricœur semble accrédi-ter l'idée que l'hospitalité doit être gratuite. Nombreux sont les chercheurs français qui le pensent également (Buzon 1999 ; Gotman 2001 : 5 ; Milon 2001 ; Montandon 2001).

Cette position est conforme à l'histoire. Dans l'antiquité grecque et romaine, l'étranger, de haut rang seulement, pouvait trouver gîte et protection. À Rome, selon les lois de *l'hospitium privatum et publicum*, il se plaçait sous la sauvegarde d'un citoyen (Grassi 2001). Il passait ainsi du statut d'ennemi (*hostis*) à celui d'hôte (*hospes*). Au Moyen Âge, s'est développé un réseau d'institutions et d'ordres religieux pratiquant l'hospitalité afin de prendre en charge les pauvres, les malades, mais aussi les voyageurs et en particulier les pèlerins. L'hospice, l'Hôtel-Dieu et l'hostellerie des monastères sont une expression concrète de la pratique de la charité (Roy 2001). Heal (1990) montre qu'en Angleterre, entre 1400 à 1700, l'hospitalité s'adressa de plus en plus exclusivement aux connaissances (familiers, amis et étrangers de même rang) et la charité aux mendiants, malades et faibles : aux uns, l'hôtel particulier ; aux autres, les auberges et hospices. L'invention par les Britanniques du concept de « voyage qui

forme la jeunesse » (Boyer 2005 :13), la naissance du tourisme et le développement des relations commerciales ont multiplié le nombre de voyageurs au point que Rousseau (1762 : 482) affirme : « C'est l'affluence des hôtes qui détruit l'hospitalité. » Et les encyclopédistes de confirmer : « Nous ne connaissons plus ce beau lien de l'hospitalité, et l'on doit convenir que les temps ont produit de si grands changements parmi les peuples et surtout parmi nous, que nous sommes beaucoup moins obligés aux lois saintes et respectables de ce devoir, que ne l'étaient les anciens. » (Diderot & d'Alembert 1751-1780).

Peut-on parler d'un déclin de l'hospitalité ? Grassi (2001) pose la question : « Qui prend aujourd'hui le risque d'ouvrir sa porte à un inconnu, à un étranger ? » Gotman (2001 : 14) défend l'idée que l'essentiel des pratiques d'hospitalité a été pris en charge par l'État (droit social, droit international) et que, « de siècle en siècle, l'hospitalité est [...] devenue une histoire personnelle, de choix individuels. Hier obligation collective, elle est aujourd'hui laissée à l'initiative de particuliers. »

Dans le domaine touristique, on peut encore repérer des pratiques d'hospitalité. Ainsi, aujourd'hui, les CouchSurfers n'hésitent pas à ouvrir leur porte à l'étranger (Cova 2008). à leur tour, en surfant sur un site Internet communautaire de CouchSurfing, ils pourront trouver un canapé (*couch* en anglais) lors de leurs déplacements touristiques : je t'héberge, tu m'héberges. Comme dans les sociétés primitives évoquées par Mauss (1923), le don appelle le contre-don. D'ailleurs, l'hospitalité antique était-elle vraiment désintéressée ? 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).

Pourquoi l'argent ne ferait-il pas office de contre-don ? Pourquoi n'existerait-il pas une hospitalité commerciale ? Un hôtel fournit-il l'hospitalité ? Les anglo-saxons ne semblent avoir aucun doute à ce sujet. Dans une tentative de conceptualisation de l'hospitalité, Brotherton (2006) ne peut s'empêcher de considérer que l'hospitalité comme la fourniture de nourriture, de boissons ou d'un hébergement. Depuis plusieurs dizaines d'années, les établissements de formation et les organisations professionnelles anglophones utilisent le mot « *hospitality* » à propos du secteur des services de fourniture de nourritures, de boissons ou d'hébergement (Lashley 2000). *The hotel and catering industry* est devenue *the hospitality industry* (Brotherton 2006). Ottenbacher, Harrington et Parsa (2009) vont même plus loin puisque, cherchant à définir la discipline « *hospitality* », ils incluent également les industries du transport, des loisirs, des spectacles, des jeux et de l'organisation des réunions professionnelles.

Plusieurs chercheurs britanniques (Lashley & Morrison 2000) suggèrent que l'hospitalité peut se déployer dans les sphères privée, sociale et commerciale. Il est certain que les Français se sont focalisés sur les deux premiers aspects puisqu'ils s'en tiennent à la gratuité de l'acte hospitalier. Telfer (2000) semblent leur répondre en s'étonnant qu'on puisse nier l'hospitalité d'un hôte rémunéré : ce serait comme affirmer qu'un médecin ne peut pas faire preuve de compassion vis-à-vis d'un malade au motif qu'il est payé pour le soigner.

Mais le réceptionniste d'un hôtel Ibis partage-t-il son « chez soi » ? 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 une chambre dans laquelle il n'a parfois 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 pratique l'accueil, mais est-il pour autant hospitalier ? Dans tous les hôtels du monde, comme dans de nombreuses entreprises de service, le personnel en contact met en œuvre des techniques d'accueil. Alors que Gouirand (2008) considère que l'hospitalité consti-

tue la seconde phase du processus d'accueil après la reconnaissance et avant le maternage, Cinotti (2008) distingue accueil et hospitalité, ce que les anglo-saxons ont plus de mal à faire car « *welcome* » ou « *reception* » ne sont pas aussi riches que le mot français « accueil ». Il rappelle que, étymologiquement, l'hospitalité ne s'exerce qu'à l'égard de l'étranger et que les personnels en contact, comme tous les résidents d'une destination touristique, sont amenés à faire preuve d'hospitalité, c'est-à-dire d'une attitude de prise en compte de l'étrangeté des touristes non-résidents. Le réceptionniste d'un hôtel Ibis devrait être accueillant avec tous les clients et, en plus, hospitalier avec les clients étrangers. Il faudrait traduire en français « *hospitality industry* » par « industries de l'hôtellerie » comme le font les professionnels des secteurs de l'hôtellerie, de la restauration et des débits de boissons – le premier syndicat patronal n'est-il pas l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie ? – ou, si l'on adopte la vision plus large d'Ottenbacher, Harrington et Parsa (2009), par « industries de l'accueil », comme le font Balfet *et al.* (1994).

Dans une maison d'hôtes, le propriétaire met à disposition une partie de sa maison qu'il a parfois rénovée de ses propres mains. Il partage bien son « chez soi ». Tous ses hôtes, touristes résidents ou non-résidents, sont des étrangers et il doit faire preuve d'hospitalité à leur égard. Dans un petit hôtel « familial », il en est parfois de même. Ce qui attire de plus en plus les touristes dans ce type d'établissement, c'est peut-être l'hospitalité, la possibilité d'y tisser des liens sociaux et non pas seulement d'y consommer des services. Cependant, il faut garder à l'esprit que ce n'est pas la structure ou même le propriétaire qui décide de l'hospitalité d'une maison d'hôtes, mais bien les clients qui vont ou non lui accorder cette qualité (Cova 1995 : 30-31).

Nous émettons l'hypothèse que l'hospitalité perçue influence positivement la satisfaction globale des clients d'une maison d'hôtes. Des chercheurs ont montré que l'hospitalité était un des antécédents de la satisfaction vis-à-vis d'une destination (Pizam, Neuman & Reichel 1978 ; Yuksel 2001). Mais, dans ces études, la dimension *hospitality* ne recouvre que les relations (courtoisie, bonne volonté, gentillesse, facilité de communication, sécurité) avec la population locale et les personnels en contact (Cinotti 2008). C'est aussi la position de Lovelock (1992) qui affirme : « 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. » Si l'on s'en tient à la définition de Ricœur (1998), dans le cas d'une maison d'hôtes, l'hospitalité recouvre tout ce que l'hôte partage avec ses hôtes. Afin de mesurer son impact sur la satisfaction globale, une échelle de mesure doit être construite. Pour cela, la procédure C-OAR-SE (Rossiter 2002) sera utilisée.

2. CRÉATION D'UNE ÉCHELLE DE MESURE DE L'HOSPITALITÉ D'UNE MAISON D'HÔTES

Pourquoi ne pas s'inscrire dans le « paradigme » churchillien (Churchill 1979) pour construire cette échelle ? Rossiter (2002) ne rejette pas la procédure de Churchill. Il estime qu'elle n'est adaptée que dans le cas où l'on étudie la psychologie d'un individu. Est-ce le cas ici ? Pour le savoir, il faut suivre les premières étapes de la procédure C-OAR-SE.

2.1. Définition du construit

Pour Rossiter (2002) un construit est un phénomène d'intérêt théorique dont la définition conceptuelle doit comporter (1) l'objet et ses constituants, (2) l'attribut et ses composants et (3) les répondants afin d'indiquer comment le construit sera mesuré opérationnellement. Le cons-

truit ici étudié est L'HOSPITALITE (attribut) D'UNE MAISON D'HÔTES (objet) PERÇUE PAR LES CLIENTS (répondants).

2.2. Classification de l'objet

Rossiter (2002) distingue les objets concrets, abstraits collectifs et abstraits formés. Il ne s'agit pas ici de mesurer l'hospitalité d'une maison d'hôtes précise, mais de plusieurs. L'objet étudié dans cette recherche, les MAISONS D'HÔTES, est-il un objet abstrait collectif ? Diamantopoulos (2005) trouve que la distinction entre les objets abstraits collectifs et les objets abstraits formés est floue. Il semblerait en effet plus logique de différencier (1) les objets concrets singuliers comme IBM ou la MAISON D'HÔTES LA GURINIÈRE À MALAKOFF ou un INDIVIDU (soi-même dans le cas d'une autoévaluation) ; (2) les objets abstraits collectifs prototypiques, comme les PUBLICITÉS EFFRAYANTES ou les RESTAURANTS MCDONALD'S, constitués d'un ensemble représentatif d'objets concrets ; (3) les objets abstraits collectifs inclusifs, constitués d'un ensemble exhaustif d'objets concrets, comme les APÉRITIFS À BASE DE VIN qui regroupent les vermouths, les vins doux naturels, les vins de liqueurs et les quinquinas. Si l'on adopte cette classification, les MAISONS D'HÔTES sont des objets abstraits collectifs prototypiques.

2.3. Classification de l'attribut

Si l'on s'en tient à la classification et la définition de Rossiter (2002), un attribut abstrait est un attribut pour lequel, lorsque l'on demande aux répondants de le définir, ceux-ci fournissent des réponses légèrement différentes. Pour confirmer que l'HOSPITALITÉ appartient bien à cette catégorie, un questionnaire a été adressé par courriel à un échantillon de douze personnes ayant séjournés dans une maison d'hôtes. Il ressort que, pour les uns, « l'hospitalité, c'est le fait d'être accueillant, de bien recevoir », pour d'autres « c'est s'ouvrir aux autres, ouvrir sa maison, ne pas donner qu'une chambre ». L'une des personnes interrogées affirme : « L'hospitalité, c'est se sentir un peu chez soi, pas comme à l'hôtel. La chambre avait une âme, avec des petites attentions et même des photos des enfants de Marie [la propriétaire]. » Donc, l'hospitalité recouvre des réalités diverses selon les répondants. On a vu qu'il en est de même parmi les chercheurs.

L'hospitalité est-elle un attribut abstrait formé ou révélateur ? Selon Rossiter (2002), un attribut révélateur est un trait interne ou un état révélé à partir de manifestations extérieures. S'il s'agissait ici de mesurer l'hospitalité de propriétaires de maison d'hôtes en interrogeant ceux-ci, on serait en présence d'un attribut abstrait révélateur. Mais étant donné que l'on demande à des clients d'une maison d'hôtes de mesurer l'hospitalité de celle-ci, donc un objet extérieur, l'hospitalité est un attribut abstrait formé.

Selon Rossiter (2002), pour un attribut abstrait formé, il est hors de question de chercher à générer une batterie d'items à partir d'entretiens semi-directifs puis d'administrer une première série de questionnaires et de laisser SPSS décider des items pertinents et des dimensions. La procédure « churchillienne » est inadaptée.

Rossiter (2002) propose de mener environ vingt entretiens ouverts avec des répondants qui seront analysés par des experts pour spécifier les composants et éventuellement les classer en catégorie qui constitueront les composants de second ordre. Ne seront retenus que les composants qui apparaissent dans au moins un tiers des entretiens. Car selon Rossiter (2002), dans le

cas d'un attribut formé, il est impossible de recenser tous les attributs : certains n'auraient que trop peu de poids.

Dans le cadre de cette étude, une méthode alternative a été utilisée : plutôt que de mener des entretiens, les commentaires « postés » par des personnes ayant séjourné en chambre d'hôtes ont été analysés. Ces commentaires proviennent de deux sites communautaires : TripAdvisor et Vinivi. Le premier se présente comme « la plus grande communauté de voyage du monde, avec près de 25 millions de visiteurs par mois, plus de 9 millions de membres inscrits et 25 millions d'avis et commentaires ». Le second affirme : « indépendant, fait par et pour les voyageurs, Vinivi permet d'échanger avis, photos, vidéos et informations sur des hôtels et chambres d'hôtes du monde entier ».

Au total, 255 commentaires en français et en anglais ont été retenus (cf. Tableau 2). Ils concernaient 85 maisons d'hôtes situées en France métropolitaine dans toutes les régions, aussi bien en ville (25) qu'en zone rurale (60), dont 26 proposant une table d'hôtes.

Tableau 1 : Origine des clients dont les commentaires ont été analysés

Origine	Nombre de commentaires
Argentine	4
Australie	4
Belgique	11
Canada	19
France	88
GB	49
Hong-Kong	1
Italie	9
Suisse	5
USA	55
Inconnue	10
Total	255

La surreprésentation des Américains s'explique par le fait que ceux-ci sont des contributeurs importants du site TripAdvisor.

Pour une maison d'hôtes, les cinq commentaires les plus récents et de plus de cinq lignes étaient sélectionnés. Il a été procédé à une analyse de contenu automatisée. Chaque commentaire a été découpé en phrases ou morceaux de phrase qui ont été placés dans une ou plusieurs catégories. Au départ, aucune grille de codification n'existait. Un groupe de dix-huit étudiants en master d'hôtellerie-tourisme a étudié une première série de commentaires (n=20). Une grille de codification est assez clairement apparue. Elle a été utilisée pour l'analyse de contenu automatisée de l'ensemble des commentaires. Par ordre décroissant, les points les plus abordés dans les 255 commentaires sont :

Tableau 2 : Composants cités dans les commentaires

Composant	Citation
Hôte sympathique	58 %
Décoration de la chambre	56 %
Service (fourni par le propriétaire)	56 %

Composant	Citation
Qualité du petit déjeuner	54 %
Situation de la maison d'hôtes	54 %
Propreté	33 %
Chambre spacieuse	31 %
Autres commentaires sur la chambre (climatisation, vue, clarté, mobilier)	25 %
Literie	27 %
Salle de bain	27 %
Accueil à l'arrivée	27 %
Ambiance (charme de la maison)	25 %
Calme	19 %
Confort de la chambre	15 %
Équipement de la chambre	15 %
Problème lors du séjour	15 %
Qualité de la table d'hôtes	10 %
Hôte attentif	8 %
Maîtrise de la langue par l'hôte accueillant	6 %
Équipements de la maison d'hôtes (piscine, jeux d'enfant...)	4 %

Selon Rossiter (2002), il n'est pas question d'inclure dans l'échelle tous les composants. Il ne faut retenir que les principaux. Il suggère de garder ceux qui sont cités par au moins un tiers des personnes interviewées. Ici, la barre a été fixée à 20 % car l'expression est très libre dans un commentaire, encore plus que dans un entretien au cours duquel l'enquêteur nolens volens suscite l'expression. Cependant, étant donné que seulement 31 % des maisons d'hôtes étudiées proposent la table d'hôtes, l'item concernant la qualité de celle-ci est retenu. Par contre, l'item « autres commentaires sur la chambre » regroupe des éléments trop disparates qui, pris individuellement, n'atteignent pas 20 %.

L'hospitalité est-elle un attribut abstrait formé de premier ordre ou de second ordre ? Autrement dit, les composants de l'hospitalité sont-ils des attributs concrets ou existe-t-il des composants de second ordre ou des dimensions sous-jacentes de l'hospitalité qui regroupent chacun des attributs de premier ordre concrets. Si l'on s'en tient à la littérature, il semble bien exister des dimensions de l'hospitalité (cf. Tableau 1).

Tableau 3 : éléments de l'hospitalité (d'après Cova et Giannelloni 2008)

Source	Dimensions
Reuland, Choudry & Fagel (1985)	<ul style="list-style-type: none"> - des produits : nourriture, boisson... - un comportement (relation d'échange) - un environnement physique : le territoire partagé
Hepple, Kipps & Thomson (1990)	<ul style="list-style-type: none"> - des interactions entre l'hôte et ses hôtes - des facteurs tangibles : nourriture, boisson - des facteurs intangibles : ambiance, empathie, sécurité, confort moral et physique de l'accueilli.

Lugosi (2008)	<ul style="list-style-type: none"> - la nourriture - la boisson - un abri - une animation sociale - une expérience communautaire et émotionnelle
---------------	---

Encore une fois, selon Rossiter (2002), ce n'est pas à SPSS de décider des dimensions éventuelles, mais aux experts. Après confrontation des idées, ceux-ci ont décidé de créer quatre groupes d'items :

Tableau 4 : Composants de l'hospitalité

Composant concret de premier ordre	Composant de second ordre
Situation de la maison d'hôtes	Situation
Hôte sympathique	Interactions
Accueil à l'arrivée	
Service (fourni par le propriétaire)	
Ambiance (charme de la maison)	Hébergement
Décoration de la chambre	
Propreté	
Chambre spacieuse	
Literie	
Salle de bain	Nourriture
Qualité du petit déjeuner	
Qualité de la table d'hôtes	

La situation de la maison d'hôtes a soulevé de vifs débats. Fallait-il vraiment la retenir ? Il s'agit d'un élément important aux yeux du client qui souhaite accéder aisément à la maison d'hôtes ou rayonner à partir de celle-ci puisqu'elle est évoquée dans 54 % des commentaires. Mais qu'a-t-elle à voir avec l'hospitalité ? Si l'hospitalité est le « partage du chez soi » (Riccœur 1998), le propriétaire partage aussi son territoire, avec les qualités (calme, environnement) et défauts (éloignement, accès difficile) de celui-ci. Donc, la situation de la maison d'hôtes a été retenue comme composant de l'hospitalité perçue.

2.4 Identification des répondants

Rossiter (2002) distingue trois types de répondants possibles : les individus, les experts et les groupes. Dans cette étude, les répondants constituent un groupe. Ce sont des personnes ayant séjournés récemment en chambre d'hôtes. Pour Rossiter, c'est la taille du groupe qui permettra d'évaluer la fiabilité du score obtenu après collecte des données.

2.5. Affinement de la définition du construit

Dans la procédure C-OAR-SE, la définition du construit est affinée après l'étape de classification de l'attribut. Cinotti (2006) juge plus logique de placer cette étape après l'identification des répondants.

La définition conceptuelle de l'hospitalité perçue d'une maison d'hôtes est : L'HOSPITALITÉ (attribut) D'UNE MAISON D'HÔTES (objet) PERÇUE PAR DES PERSONNES (répondants) Y AYANT SÉJOURNÉ RÉCEMMENT.

2.6 Création de l'échelle de mesure

Pour cette étape, Rossiter (2002) insiste sur le fait qu'il faut choisir un format de réponse qui évite les ambiguïtés pour le répondant. Il recommande de ne pas recourir à l'échelle de Likert car trop souvent l'item comporte un adverbe ou un adjectif qui indique une intensité : beaucoup, rarement, parfois, quelquefois. L'intensité doit être réservée au support de la question. Cependant, en étant attentif, on peut éviter cet écueil et utiliser l'échelle de Likert. Le questionnaire en annexe 1 propose des échelles sémantiques différentielles mais aussi des échelles de Likert.

Les étapes suivantes de la procédure C-OAR-SE sont le pré-test, la collecte des données, le calcul des scores et l'analyse des résultats.

CONCLUSION

Cette recherche a d'abord souligné la richesse et la variété des points de vue sur le concept d'hospitalité.

Elle a été l'occasion de mettre en œuvre une partie de la procédure C-OAR-SE. Celle-ci est parfois citée par les développeurs « churchilliens », en conclusion, dans les limites de leur étude (par exemple par Temessek-Behi 2008), mais trop rarement appliquée. Elle recourt à des experts pour assurer la validité de contenu de l'échelle. Diamantopoulos (2005) estime que les experts peuvent fournir des informations valides et fiables dans leur champ de compétence, mais qu'ils ne sont pas infaillibles. Cependant, dans cette étude, les experts n'ont pas construit l'échelle. Ils se sont appuyés sur des commentaires de clients pour cela. Le recours à la procédure C-OAR-SE est donc une manière pour le chercheur de reprendre la main (Verette 2004) au lieu de compter en grande partie sur des logiciels.

Au plan managérial, cette étude permet à des propriétaires de maison d'hôtes de connaître les éléments auxquels ils doivent le plus être attentifs dans leur établissement.

Une des limites évidente de cette recherche est qu'elle laisse un goût d'inachevé. La collecte des données est en cours et permettra de tester l'hypothèse du lien entre hospitalité perçue et satisfaction globale.

Références bibliographiques

- Balfet Christiane, Bontoux Marie-Noëlle, Balfet Michel, Clauzel Bernard (1994), *Marketing dans les industries de l'accueil*, Paris, Éditions BPI.
- Boyer Marc (2005), *Histoire générale du tourisme du XIV^e au XXI^e siècle*, Paris, L'Harmattan.
- Boyer Raymond (1895), *De l'hospitalité*, thèse pour le doctorat, faculté de droit de Toulouse.
- Brotherton Bob (2006), "Some thoughts on a general theory of hospitality", *Tourism Today*, No 6, p. 7-18.
- Buzon Christine de (1999), « Récits d'hospitalité dans la fiction française autour de 1550 : Rabelais, Herberay, Helisenne de Crenne », in Montandon Alain (dir.) (2000), *Mythes et représentations de l'hospitalité*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal.
- Cinotti Yves (2006), « Mesurer la qualité perçue d'un site web : une application de la procédure C OAR SE », *Actes du XXII^e congrès de L'association Française de Marketing*, Nantes, 30 p.
- Cinotti Yves (2008), « L'hospitalité touristique au service des destinations », *Actes des Rendez-vous Champlain 2008*, Québec, [en ligne], [référence du 7/8/9], disponible sur <http://yvcinotti.free.fr/Documents/Champlain_Cinotti_2008.pdf>.
- Cova Bernard (1995), *Au-delà du marché : quand le lien importe plus que le bien*, Paris, L'Harmattan.
- Cova Bernard (2008), « Les communautés de consommateurs, partenaires ou concurrents des entreprises ? Le cas de Couchsurfing et de Géocaching », *Actes de la IV^e journée de recherche en marketing du tourisme et des loisirs*, Chambéry, 6 p.
- Cova Véronique, Giannelloni Jean-Luc (2008), « Hospitalité et consommation touristique », *Actes des XIII^{es} journées de recherche en marketing de Bourgogne*, [en ligne], [réf. du 1/12/2008], disponible sur : <www.u-bourgogne.fr/leg/CERMAB/z-outils/documents/actesJRMB/JRMB13-2008/Cova%20Giannelloni.pdf>
- Darke Jane, Gurney Craig (2000), "Putting up? Gender, Hospitality and Performance", in Lashley Conrad & Morrison Alison, *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*, Oxford, Butterworth-Heinemann, pp. 77-99.
- Derrida Jacques (1997), « Pas d'hospitalité », in Derrida Jacques, Dufourmantelle Anne (1997), *Anne Dufourmantelle invite Jacques Derrida à répondre - De l'hospitalité*, Paris, Calman-Lévy.
- Diamantopoulos Adamantios (2005), "The C-OAR-SE Procedure for Scale Development in Marketing: A Comment", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 22, Issue 1, pp.1-9.
- Diderot Denis, Alembert Jean le Rond d' (1751-1780), « Hospitalité », *Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, The University of Chicago,

- ARTFL project, [en ligne], [référence du 7/6/07], disponible sur < portail.atilf.fr/encyclopedie>.
- Gouirand Pierre (2008), *L'accueil - De la philoxénologie à la xénopraxie*, Nantes, Éditions Amalthée.
- Grassi Marie-Claire (2001), « Pour une histoire de l'hospitalité », in Montandon Alain, *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, p. 27-40.
- Heal Felicity (1990), *Hospitality in Early Modern England*, Cambridge, University Press.
- Hirschfeld Christian (1777), « De l'hospitalité. Une apologie pour l'humanité », in Montandon Alain (dir.), *L'hospitalité au XVIIIe siècle*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal, 2000.
- Hepple Jim, Kipps Michael, Thomson James (1990), « The Concept of Hospitality and an Evaluation of its Applicability to the Experience of Hospital Patients », *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 9, No 4, pp. 305-318.
- Kant Emmanuel (1795), *Projet de paix perpétuelle Esquisse Philosophique*, Trad. Gibelin J., Paris, Librairie philosophique J. Vrin, 2002.
- Kaufman Tammie J., Weaver Pamela A., Poynter Julia (1996), “Success Attributes of B&B Operators”, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 37, pp. 29 - 33.
- Lashley Conrad (2000), “Towards a Theoretical Understanding”, in Lashley Conrad & Morrison Alison, *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*, Oxford, Butterworth-Heinemann, pp. 1-17.
- Lashley Conrad & Morrison Alison (2000), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*, Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Le Garrec Marie-Anne, Lévy Béatrice (coord.) (2008), *Le tourisme en France*, Paris, INSEE références.
- 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.
- Lugosi Peter (2008), « Hospitality Spaces, Hospitable Moments: Consumer Encounters and Affective Experiences in Commercial Settings », *Journal of Foodservice*, Vol. 19, Issue 2, pp.139-149.
- Mauss Marcel (1923-1924), « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », in *Sociologie et Anthropologie*, Paris, PUF, 1995, p. 143-279.
- Michaud Ginette (2004), « “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, p. 33-60.
- Milon Alain (2001), « 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, p. 41-49.
- Ministère délégué au tourisme (2005), *Mesure du poids socio-économique des meublés et des chambres d'hôtes labellisés*, [en ligne], [réf. du 13/3/2009], disponible sur : <www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/mediatheque/publication/economie/att00006306/Detente_version_finale.pdf>
- Montandon Alain (2001), « Lieux d'hospitalité », in Montandon Alain (dir.) (2001a), *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, p. 13-25.
- Montandon Alain (dir.) (2004), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard.
- Ottenbacher Michael, Harrington Robert, Parsa H.G. (2009), "Defining the Hospitality Discipline: a Discussion of Pedagogical and Research Implications", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 33, No. 3, pp. 263-283.
- Reuland Ruud, Choudry Janet, Fagel Ans (1985), « Research in the Field of Hospitality », *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 4, No 4, pp. 141-146.
- Ricœur Paul (1998), « Étranger, moi-même », in *Semaines Sociales - L'immigration, défis et richesses*, Paris, Bayard Éditions, p. 93-106.
- Rossiter John R. (2002), "The C-OAR-SE Procedure for Scale Development in Marketing", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 19, Issue 4, pp. 305-335.
- Rousseau Jean-Jacques (1762), *Emile ou De l'éducation*, Paris, Garnier Frères, 1866.
- Roy Michel (2001), « 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, p. 371-382.
- Schérer René (1977), « Cosmopolitisme et hospitalité », *Communication*, n° 65.
- Seffahi Mohamed (dir.) (1999), *Manifeste pour l'hospitalité, autour de Jacques Derrida*, Paris, Éditions Paroles d'Aube.
- Telfer Elizabeth (2000), "The Philosophy of Hospitableness", in Lashley Conrad & Morrison Alison, *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*, Oxford, Butterworth-Heinemann, pp. 38-55.
- Temessek-Behi Azza (2008), *L'influence de l'environnement physique et des interactions sociales sur la fidélité lors d'une rencontre de service : application au cas de l'hôtellerie de tourisme*, thèse de doctorat en science de gestion, Université de Savoie.

Vernette Éric (2004), « Les études qualitatives à la recherche du sens perdu », *Décisions Marketing*, n° 36, p. 7-9.

Annexe 1 : Questionnaire pour mesurer l'hospitalité perçue d'une maison d'hôtes

Composant de second ordre	Composant concret de premier ordre	Item	Support
Situation	Situation de la maison d'hôtes	Cette chambre d'hôtes est...	très mal située... très bien située
Interactions	Hôte sympathique	Le ou les hôte(s) est/sont...	très désagréable(s)... très sympathique(s)
	Accueil à l'arrivée	Lors de votre arrivée, l'accueil a été...	très désagréable... très agréable
	Service (fourni par le propriétaire)	L'hôte a cherché à nous rendre service	Likert à 5 modalités de réponse de « Tout à fait d'accord » à « Pas du tout d'accord » en passant par « Ni en accord ni en désaccord »
Hébergement	Ambiance (charme de la maison)	Cette chambre d'hôtes...	manque complètement de charme... a beaucoup de charme
	Décoration de la chambre	La chambre était...	Très mal décorée... très bien décorée
	Propreté	La chambre était...	sale... propre
	Chambre spacieuse	La chambre était spacieuse	Likert à 5 modalités de réponse
	Literie	La literie était confortable	Likert à 5 modalités de réponse
	Salle de bain	La salle de bain était	très agréable... médiocre
Nourriture	Qualité du petit déjeuner	La qualité du petit déjeuner était	très médiocre... très grande
	Qualité de la table d'hôtes	Si vous avez mangé à la table d'hôtes, comment jugez-vous la qualité du repas servi :	très médiocre... très grande