Saloua Touil ép. Maherzi

Doctorante en Marketing

Institut Des Hautes Etudes Commerciales Carthage

touil_saloua@yahoo.fr

Samira Zine-Danguir

Professeur en Sciences de Gestion

Institut des Hautes Etudes Commerciales de Carthage

sj.danguir@wanadoo.tn

Gilles N'Goala

Professeur des Universités

Université Montpellier 1

gilles.ngoala@univ-montp1.fr

Geste d'accueil ou d'hospitalité ? La perception des touristes

Résumé :

Cette recherche tente de clarifier deux concepts, souvent confondus, dans le domaine du tourisme : l'accueil et l'hospitalité. Dans cette perspective, nous avons mené une étude qualitative exploratoire, auprès de touristes, afin de mieux comprendre la différence qu'ils font entre ces deux notions et de savoir s'ils considèrent les gestes effectués par les professionnels du tourisme, en leur direction, comme étant de l'accueil ou de l'hospitalité. Les résultats montrent que les touristes distinguent nettement l'accueil de l'hospitalité et affirment recevoir des gestes d'accueil « professionnel » dans le cadre des activités touristiques.

Mots-clés : Accueil, hospitalité, tourisme.

Gesture of welcome or hospitality ? The perception of tourists

Abstract :

This research attempts to clarify two concepts that are often confused in the field of tourism: welcome and hospitality. In this context, an exploratory qualitative study was conducted with tourists, in order to better understand the difference between both notions for them and to know whether they consider these gestures directed, towards them, by tourism professionals, as either gestures of welcome or hospitality. The results show that tourists perfectly distinguish both concepts and affirm receiving gestures of « professional » welcome within the frame of tourist activities.

Key-words: Welcome, hospitality, tourism.

Geste d'accueil ou d'hospitalité ? La perception des touristes

Introduction

Depuis toujours, les professionnels du tourisme tentent d'améliorer les prestations offertes à leur clientèle, en vue d'optimiser leur satisfaction et d'obtenir leur fidélisation. Ainsi, le sourire et la poignée de main à l'arrivée, le cocktail de bienvenue, servi gracieusement, l'écoute, l'effort linguistique, les programmes d'animations…, sont autant d'actions de « séduction » entreprises par les structures d'accueil (hôtels, maisons d'hôtes, clubs) pour réussir l'approche du touriste (Seydoux, 1983). S'agit-il de gestes pour améliorer l'accueil ou de gestes d'hospitalité ?

Malgré une littérature abondante sur l'hospitalité (Schérer, 1993 ; Hubert, 1996 ; Derrida, 1997, 2001 ; Ricœur, 1998 ; Gotman, 2001 ; Milon, 2001 ; Montandon, 2001, 2004, Cinotti, 2011), ce concept semble être encore assimilé à celui de l'accueil. La confusion entre ces deux notions est tellement fréquente[1], qu'on pourrait même les croire synonymes (Cinotti, 2008 ; Gadéa, 2010). Pourtant, l'hospitalité se distingue de l'accueil (Cova, 2010). La littérature situe cette différence, principalement, dans une perspective chronologique**.** En effet, pour Gouirand (1994) et Leblanc (2000), l'hospitalité fait partie du processus d'accueil. A l'inverse, Binet-Montandon (2004), Lopes Martins (2010) et Cova (2010) attestent que l'accueil est un élément de l'hospitalité : « *L'accueil peut se définir comme moment inaugural et décisif de l'hospitalité* » (Binet-Montandon, 2004, p.199). Pour Montandon (2001), l'accueil est un outil nécessaire mais non suffisant de l'hospitalité. Cinotti (2008), quant à lui, affirme que l'hospitalité se situe au-delà de l'accueil, car elle ne concerne pas seulement les professionnels, mais s'étend à l'ensemble des individus d'un secteur confronté à des étrangers (*ibid*., p.12).

[1] La confusion entre accueil et hospitalité est encore plus courante chez les anglophones, car il n'existe pas un mot équivalent à « accueil » en langue anglaise (Leblanc, 2000 ; Cinotti, 2011).

Malheureusement, ces assertions ne font qu'entretenir la confusion des deux concepts. Aussi, faut-il connaître l'avis de ceux qui sont les plus concernés par ce sujet : les touristes. Qu'en pensent les touristes ? La différenciation faite par les chercheurs existe-t-elle chez les touristes ? Quelles différences font-ils entre accueil et hospitalité ? Considèrent-ils les gestes des professionnels du tourisme à leur égard comme étant de l'accueil ou de l'hospitalité ? L'objectif de cette recherche est, justement, de mieux appréhender la différence entre ces deux notions, selon la clientèle touristique ; et de connaître leur point de vue, quant aux gestes qu'ils reçoivent de la part des professionnels du tourisme, afin de savoir s'ils sont perçus comme étant de l'accueil ou de l'hospitalité.

Pour répondre à ces interrogations, nous commencerons par faire une présentation des concepts d'accueil et d'hospitalité. Nous exposerons ensuite, la méthodologie qualitative adoptée, ainsi que les principaux résultats obtenus.

1. Etat de l'art

1.1. Accueil : définitions et importance dans le secteur touristique

Sans remonter au sens étymologique du terme, on peut dire qu'aujourd'hui le mot « accueil » désigne à la fois, un acte et un endroit précis. Le petit Larousse (2010) propose à ce sujet deux définitions: (I) « action, manière d'accueillir ». (II) « lieu, où, dans une administration, une entreprise, on accueille les visiteurs ». La première définition désigne l'acte qui consiste à recevoir un individu en vue de lui fournir un service et la manière de se mettre à sa disposition pour le mettre à l'aise (accueil chaleureux). Dans la seconde définition, l'accueil signifie un endroit, un site, qui est clairement indiqué dans les administrations et les entreprises (bureau ou guichet, parfois équipés). Le demandeur d'information ou de service peut ainsi, s'adresser à un agent pour qu'il lui indique où il peut être servi.

Au niveau de la littérature, de nombreuses définitions de l'accueil ont également été proposées (*cf*. tableau 1).

Tableau 1. Définitions de l'accueil dans la littérature

Source	Définition
Rozès (1982)	« *Un état d'esprit* ».

Seydoux (1983)	*« … l'ensemble des comportements, des politiques et des techniques mis en œuvre pour réussir l'approche du touriste, dans le sens des relations humaines de qualité, dans le but de satisfaire sa curiosité, ses besoins, goûts et aspirations, et dans la perspective de développer un climat de rencontre et d'échange de nature à stimuler la connaissance, la tolérance et la compréhension entre les êtres ».*
Gouirand (1987)	« *Aller vers celui que l'on reçoit pour, après l'avoir accepté comme digne de ceux qui sont reçus, lui donner refuge et dans ce refuge le réunir à ceux qui y sont déjà, le considérer comme un des nôtres. C'est donc bien autre chose que recevoir* ».
Moller et Hegedahl (1987)	« *Une attitude générale (…) attitude de service* ».
Langlois (1991)	« *… une activité humaine qui existe dans la mesure où deux êtres humains communiquent d'une façon inductive ou verbale* ».
Tocquer et Langlois (1992)	« *… le premier contact qui donne le ton à l'expérience* ».
Gouirand (1994)	« *C'est une médiation qui comprend un ensemble d'attitudes, de gestes, et de choses qui fait passer une personne ou une idée de l'extérieur à l'intérieur d'un lieu ou d'une communauté, et qui transforme l'étranger en une personne ou une idée, connue et acceptée* ».
Eymard (1997)	« *Accueillir c'est d'abord une dimension humaine et chaleureuse, au service du client, au service d'une promesse qui lui a été faite (…), c'est un mode de relations et de communications entre les personnes* ».
Cudicio (2000)	« *… c'est d'abord une fonction, un processus, un service qui consiste à recevoir les gens venus de l'extérieur et à les diriger ou les guider de manière à ce qu'ils trouvent ce qu'ils sont venus chercher (…) Mais la dimension fondamentale de l'accueil, c'est bien sûr la personne qui en est chargée* ».
Martin (2001)	« *… la manière de recevoir quelqu'un et de se comporter avec lui à son arrivée* ».

Formarier (2003)	« *C'est l'ouverture du lien social, ritualisé avec et par des automatismes sociaux et culturels* ».
Hermel (2004)	« *C'est le moment de contact qui permet d'écouter, d'informer, d'orienter une personne* ».
Fraenkel et Iunius (2007)	« *La réponse donnée par un individu, une entreprise ou un organisme à une demande d'information, d'écoute, de service ou d'assistance d'un usager/client* ».
Gouirand (2009)	« *Un acte volontaire qui introduit un nouveau venu ou un étranger dans une communauté ou un territoire, qui le transforme en membre de cette communauté ou en habitant légitime de ce territoire et qui, à ce titre, l'autorise à bénéficier de tout ou partie des prérogatives qui s'attachent à son nouveau statut* ».
Courtes-Lapeyrat (2010)	« *Un processus qui consiste à recevoir des personnes venues de l'extérieur, à les guider ou à les diriger de manière à ce qu'ils trouvent ce qu'ils sont venus chercher* ».
Cinotti (2011)	« *Un élément de l'atmosphère, une expérience vécue par le client en relation avec un membre du personnel en contact d'une organisation* ». Du point de vue de l'entreprise (accueil professionnel) : « *La mise en œuvre par un accueillant prestataire de services, dès que survient un contact direct ou médiatisé avec un accueilli, de techniques de communication interpersonnelle, en utilisant des supports physiques et en faisant preuve d'une certaine attitude de service* ».

A travers ces dernières, on remarque que la majorité des auteurs, met en exergue l'importance de la dimension sociale de l'accueil (Gouirand, 1987 ; Langlois, 1991 ; Eymard, 1997 ; Phanuel, 2001 ; Hermel, 2004 ; Lallier, 2008 ; Cinotti, 2011). Certains vont même jusqu'à dire que l'accueil ne peut être qu'humain (Langlois, 1991 ; Eymard, 1997). Les produits « d'accueil » que l'on retrouve dans les chambres d'hôtels (savon, shampoing) ne fournissent ainsi, aucun accueil mais font plutôt partie de l'atmosphère de l'établissement (Cinotti, 2009a).

En matière de tourisme, l'accueil joue un rôle de premier plan. En effet, pour Seydoux (1984) et Tremblay (1991), l'accueil est « *la valeur ajoutée du tourisme* ». Pour Gouirand (1994), « *le tourisme et l'accueil sont indissociablement liés* ». Certains vont même jusqu'à affirmer que « *l'accueil constitue l'essence même du tourisme* »[2]. Pour de nombreux touristes expérimentés, l'accueil reçu détermine leur choix entre plusieurs établissements concurrents (Chaspoul et Tomatis, 1987 ; Richard, 1988). Dulude et Bastien (1998) affirment que la clientèle touristique est beaucoup plus sensible à la qualité de l'accueil qu'aux autres expériences de séjour.

1.2. Hospitalité : définitions et enjeu dans le domaine du tourisme

Tout d'abord, la double racine du mot « hospitalité » induit une ambigüité de sens du fait que l'on utilise le mot « hôte » pour désigner à la fois celui qui reçoit et celui qui est accueilli (Montandon, 2004). Ceci a amené à recourir au mot « invité », pour indiquer la personne reçue. Ensuite, l'origine étymologique du terme « hospitalité » se réfère au verbe latin: *hostire* qui est, lui-même à l'origine de deux mots *hospes* et *hostis* (l'hôte et l'ennemi) et qui a trois significations :

- Mettre à niveau, égaliser.
- User de représailles, rendre la pareille.
- Frapper (Freund, 1865).

Par conséquent, le mot hospitalité comprend deux sens antagoniques : l'un signifie l'accueil et la solidarité (hôte, hôtel, hospice, hôpital…), l'autre suggère la violence et la crainte (otage, hostilité…) (Rey, 1998 ; Grassi, 2004). Enfin, le sens étymologique du terme suppose l'opposition de situations de deux types d'hôtes : l'un est chez lui, maître des lieux, en situation de recevoir et l'autre venant de l'extérieur, étranger de passage en situation d'être reçu (Grassi, 2004). Dans son sens moderne, le mot «hospitalité» s'est ramifié en plusieurs significations, qui parfois s'écartent de son origine étymologique.

Le Petit Larousse (2010), nous révèle que ce concept possède au moins trois significations :

- *Action de recevoir et d'héberger quelqu'un chez soi, par charité, générosité, amitié.*
- *Bienveillance, cordialité dans la manière d'accueillir et de traiter ses hôtes.*
- *Asile accordé à quelqu'un, à un groupe par un pays.*

[2] Propos de Pol Caste, président de la FNOTSI (Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative).

Ces trois significations indiquent que le terme « hospitalité » englobe indifféremment des actes, des attitudes, des comportements de personnes, de groupes, d'institutions et même d'Etat. Plusieurs définitions de l'hospitalité ont également été relevées dans la littérature. Le tableau 2, ci-dessous, en recense les principales.

Tableau 2. Définitions de l'hospitalité dans la littérature

Source	Définition
Van Gennep (1909)	« *Rite de passage qui permet de régler l'agrégation et la séparation l'étranger au groupe* ».
Godbout (1977)	« *... L'hospitalité, c'est recevoir chez soi et être reçu par quelqu'un chez lui, dans* son *espace (...) L'hospitalité consiste à franchir une frontière sans l'abolir* ».
Gotman (1977)	« *Ce qui permet à des individus, des familles de lieux différents (à des villes et des états également) de se faire société, se loger et se rendre des services mutuellement et réciproquement* ».
Raffestin (1977)	« *Pont entre deux mondes* ».
Jabès (1991)	« *Carrefour des chemins* ». « *Entente silencieuse* ».
Laplante (1991)	« *L'hospitalité touristique est une communication qui a ses caractéristiques propres puisqu'elle s'établit entre des interlocuteurs particuliers : les visiteurs-touristes et les visités-hôtes* ».
Schérer (1993)	« *L'hospitalité n'est pas un accident de la condition de l'homme, mais lui est liée par essence* ».
Ricœur (1998)	« *L'hospitalité peut se définir comme le partage du « chez soi », la*

	mise en commun de l'acte d'habiter… C'est habiter ensemble ».
Viard (2000)	« *Moment où les habitants les plus divers se côtoient grâce à la présence de vacanciers* ».
Gotman (2001)	« *Ce qui permet à des individus et des familles de lieux différents de se faire société, de se loger et de se rendre des services mutuellement et réciproquement* ».
Hahn (2001)	« *Pieux camouflage des réalités conflictuelles entre l'étranger et l'autochtone* ».
Grassi (2004)	« *Fait social, produit par une société, à un moment donné, pour répondre à une situation précise* ». « *Rituel du franchissement d'un espace géographique, psychique, spirituel, l'hospitalité est donc passage, dans des rites divers, de la mobilité à la fixité, du désordre à l'ordre, du mortel au divin* ».
Kouamé (2004)	« *Qualité humaine fragile* ».
Manzi et Toudoire-Surlapierre (2004)	« *La rencontre de l'identité de la communauté avec celle de l'altérité* ».
Béthune (2007)	« *La démarche qui humanise la rencontre de l'étranger* ». « *L'hospitalité consiste à laisser entrer l'autre chez soi ou à entrer à son tour dans sa maison* ».
Cinotti (2009b)	Du point de vue des résidants (professionnels ou non) : « *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 : « *jugement concernant les rencontres dans une destination où les touristes se considèrent comme étrangers* ».

Il existe un débat autour de la question de la gratuité de l'hospitalité et son éventuelle pratique dans le domaine du tourisme. En effet, de nombreux chercheurs écartent toute idée d'hospitalité dans le tourisme, du fait que les services et activités qu'il propose sont rémuné-

rés par les touristes. Montandon (2001) constate qu'avec le tourisme, « *on assiste à une instrumentalisation de l'hospitalité par l'argent* ». Aramberri (2001) souligne que les formes actuelles du tourisme favorisent les échanges monétaires aux dépens des relations d'hospitalité. Selon Michel (2003), les règles du marché touristique rendent difficile, voire impossible, toute relation humaine sincère. Gotman (2001), quant à elle, persiste et signe que l'hospitalité est un véritable don et ne doit pas impliquer une rémunération. Milon (2001) est encore plus catégorique et affirme que : « *Dès l'instant où l'hospitalité n'est plus l'expression d'un bénévolat, elle devient un simple service* ».

Néanmoins, d'autres auteurs stipulent que dans notre société moderne, l'hospitalité est, de plus en plus, liée au domaine marchand (Cova et Giannelloni, 2008). En effet, pour Seydoux (1983), l'hospitalité « *s'industrialise et se vend temporairement aux touristes* ». Cinotti (2011) a pu démontrer que le touriste peut vivre des expériences d'hospitalité au cours de ses activités touristiques, remettant en cause son postulat de gratuité. A l'extrême, on peut noter que Telfer (2000) pense que si l'on considère qu'un hôte ne peut pas être hospitalier simplement parce qu'il est payé, c'est comme prétendre que « *les médecins ne peuvent pas être dits compatissants avec leurs malades du fait qu'ils sont rétribués pour soigner ceux-ci* ».

2. Méthodologie de la recherche

Compte tenu du caractère exploratoire de cette recherche, nous avons adopté une méthodologie du type qualitatif. Tout d'abord, nous avons eu recours à l'entretien individuel semi-directif pour explorer en profondeur les idées des répondants. Au total, 18 touristes ont été interrogés (seuil de saturation atteint). La durée des entretiens a varié de 45 minutes à 1 heure.

Afin de garantir une certaine hétérogénéité quant à la composition de l'échantillon, nous avons sélectionné des personnes de tous âges, de différentes catégories socioprofessionnelles, d'origines diverses et qui ont voyagé pour différents motifs (*cf*. Annexe 1). Le guide d'entretien était composé de quatre grandes parties. Après avoir brièvement introduit le sujet de l'étude, nous avons interrogé les répondants sur :

- leurs motivations quant au choix d'une destination pour connaître les avantages recherchés d'un séjour,

- leur représentation de l'accueil et de l'hospitalité, afin d'identifier les caractéristiques perçues de chacun des deux concepts,
- la différence entre l'accueil et l'hospitalité, pour mieux saisir la distinction entre ces deux notions,
- leur perception des gestes des professionnels du tourisme, accomplis à leur égard, afin de savoir s'ils les considèrent comme étant de l'accueil ou de l'hospitalité.

Ensuite, nous avons mené un entretien de groupe d'une durée d'1 heure et demi. Ce choix d'interview se justifie par la volonté de recueillir des opinions et des expériences selon une optique d'échange interactif dans une dynamique de groupe. Afin de favoriser la prise de parole et l'expression de chacun, la taille du groupe était limitée à 8 personnes. Pour des raisons de pertinence de l'échantillon, la sélection des participants s'est effectuée sur un critère d'homogénéité (caractéristiques communes et homogènes en lien avec le thème abordé), pour que le débat soit fructueux et égalitaire. Néanmoins, un critère de diversité quant aux modes de vie et revenus a été retenu (*cf*. Annexe 2). Afin d'enrichir cette étude d'un point de vue managérial, nous avons également réalisé 10 entretiens semi-directifs auprès de professionnels[3] du tourisme (*cf*. Annexe 3). L'objectif de ces interviews était de comparer l'avis des professionnels à celui des touristes en matière d'accueil et d'hospitalité.

L'ensemble des entretiens a été intégralement retranscrit puis analysé par le biais d'une analyse de contenu thématique manuelle.

3. Résultats et discussion

3.1. Résultats

Suite à l'analyse de contenu des entretiens, sept spécificités[4] qualifiant l'accueil ont pu être identifiées par les touristes ; à savoir : une activité professionnelle, un service payant, une

[3] Nous avons demandé aux professionnels de définir le concept d'accueil et celui de l'hospitalité et de décrire leurs gestes à l'égard des touristes.

[4] Les touristes interrogés, lors de l'entretien de groupe, ont relevé cinq caractéristiques liées à l'accueil : une activité professionnelle, un service payant, une fonction obligatoire, une attitude artificielle et une pratique organisée.

fonction obligatoire, une attitude artificielle, une pratique organisée, un contact superficiel et intéressé (*cf*. Annexe 4).

En effet, pour les touristes, l'accueil est avant tout une activité professionnelle pratiquée par les personnels en contact des organisations : « *La première image qui me passe par la tête, quand je pense à accueil, c'est un homme derrière un comptoir… L'accueil c'est professionnel, il est pris en charge par des structures professionnelles* » (Nasri, architecte).

« *C'est plus propre aux professionnels d'accueillir bien, parce que c'est leur métier* » (Emanuel, manager).

L'accueil est aussi un service payant :

« *Dans une institution économique, du type hôtel, club, restaurant, on n'accueille pas les gens gratuitement, ça fait partie de la prestation offerte qu'on paye à la fin* » (Pierro, entrepreneur).

En outre, selon les touristes, l'accueil possède plusieurs autres spécificités :

- une fonction obligatoire : « *L'accueil dans les établissements est obligatoire… Le personnel doit sourire et être aimable avec les clients* » (Stéphanie, webmaster).
- une attitude artificielle : « *L'accueil c'est factice… Les deux mots qui me viennent à l'esprit quand je passe un séjour dans un hôtel, sont artificiel et manque d'authenticité* » (Mathias, gérant). « *Les sourires surfaits, forcés dans les réceptions d'hôtel… Ce n'est pas naturel, on le sent* » (Antoine, chef de production).
- une pratique organisée : « *L'accueil est pour moi une démarche structurée et organisée… On parle de processus d'accueil* » (François, retraité).
- un contact superficiel : « *L'accueil ça reste quand même très superficiel... Le personnel de l'hôtel se contente d'offrir le service aux clients, sans chercher à développer avec eux, une relation quelconque* » (Mathias, gérant).
- une relation intéressée : « *L'accueil c'est forcément intéressé. Il ya un intérêt derrière, que ce soit par souci de rentabilité, pour l'image de l'entreprise… C'est toujours intéressé* » (Barbara, professeur de montage vidéo).

Par ailleurs, six caractéristiques[5] représentant l'hospitalité ont été relevées. Il s'agit de l'altruisme, de la sociabilité, de l'accueil, de la sincérité, de la protection et de l'emploi de la langue des touristes. L'ensemble de ces caractéristiques constitue la façon dont les touristes perçoivent l'hospitalité. Tout d'abord, selon eux, l'hospitalité fait référence à l'altruisme: « *L'hospitalité c'est désintéressé, ce n'est pas payant…. Les gens donnent de leur temps, de leur énergie, sans rien attendre en retour… C'est un véritable don de soi* » (Barbara, professeur de montage vidéo). « *L'hospitalité c'est faire preuve de générosité, c'est la capacité à aider les autres, gratuitement* » (Emanuel, manager). Ces propos concordent avec les idées de certains chercheurs qui soutiennent l'hypothèse que l'hospitalité est forcément gratuite car elle est équivalente avec l'altruisme (*e.a.* Schérer, 1993 ; Gotman, 2001 ; Milon, 2001 ; Constantinescu, 2001).

Les touristes considèrent également l'hospitalité comme une pratique fondée sur la sociabilité et l'échange : « *L'hospitalité c'est vouloir échanger sa culture avec la culture de l'arrivant… C'est un devoir réciproque… Se réunir autour d'un bon repas, discuter sur un pied d'égalité, s'amuser ensemble… On se crée des souvenirs communs* » (Fabrice, correcteur indépendant).

« *Les gens étaient ouverts d'esprits… Ouverts à la conversation, ouverts à l'autre… Ils re-cherchaient le mélange et la mixité* » (Quentin, secrétaire de rédaction). Le principe d'échange sur lequel repose l'hospitalité a été repris par plusieurs chercheurs (*e.a.* Reuland et al., 1985 ; Hepple et al., 1990 ; Brotherton, 1999 ; Deshoulières et Perrot-Corpet, 2001 ; Montandon, 2003 ; Cova et Giannelloni, 2008): « *L'hospitalité est un échange humain synchrone, réalisé de plein gré et conçu pour accroître le bien-être mutuel des parties concernées* » (Brotherton, 1999, p.169).

De même, les touristes ont associé à l'hospitalité une dimension situationnelle : l'accueil. Cette composante se différencie, selon eux, de l'accueil professionnel, dans la mesure où elle pratiquée par les populations locales et non pas par les personnels des organisations :

« *L'hospitalité c'est tout d'abord offrir un bon accueil aux étrangers … Les habitants sont gentils et serviables… Ils accueillent dans une atmosphère conviviale* » (Sophie, enseignante).

« *L'hospitalité c'est ouvrir sa porte à un étranger, lui offrir un accueil incroyable au sein de la maison… C'est déjà pour moi quelque chose de très intime, de très personnel… Se sentir chez*

[5] Les touristes interviewés, lors de la réunion de groupe, ont identifié quatre spécificités liées à l'hospitalité :

soi alors qu'on est chez l'habitant » (Erica, traductrice). Nous retrouvons, à travers ces propos, l'idée « de partage du chez soi », telle que définie par Ricœur (1998): « *L'hospitalité peut se définir comme le partage du « chez soi », la mise en commun de l'acte et de l'art d'habiter… C'est habiter ensemble* ».

En outre, la sincérité des gens a été relevée: « *L'hospitalité n'a rien de méthodologique, elle ne répond ni à des codes ni à des règles de conduite, c'est plutôt un comportement naturel et spontané* » (Philippe, chef de projet). « *En ce qui me concerne, l'hospitalité est d'abord et surtout une question d'honnêteté envers autrui, on ne peut pas parler d'hospitalité si la personne n'est pas franche, n'est pas directe avec ses hôtes* » (François, retraité). Ces déclarations vont, pour le moins, à l'encontre de certaines pensées. En effet, l'hospitalité est considérée comme une manière de vivre régie par des règles, des rites et des lois (Montandon, 2004 ; Létoublon, 2004). Elle ne cesse de se référer à un ensemble de codes (Montandon et Lioure, 2003). Pour Grassi (2004) et Talpin (2001), le geste d'hospitalité pour un résidant, n'est ni aisé ni spontané et requiert un effort, car il dissimule un danger et une menace.

La protection et la sécurité sont également appréciées par les touristes : « *Je me suis sentie en sécurité au milieu de ces gens… Je ne pourrai pas l'expliquer… Je sentais qu'ils me protégeaient ... Ça m'a beaucoup touchée* » (Tatiana, femme au foyer). Ces spécificités sont assez présentes dans la littérature consacrée à l'hospitalité (Montandon, 2000 ; Derrida, 2001 ; Suaud, 2004 ; Cova et Giannelloni, 2008 ; Cinotti, 2011).

La question de la langue a aussi été soulevée : « *Parler la langue du visiteur… Faire des efforts dans ce sens, c'est aussi une preuve d'hospitalité* » (Philippe, chef de projet). S'agissant de la littérature, l'effort linguistique est l'une des dimensions de l'hospitalité touristique territoriale, telle que distinguée par Cinotti (2011).

L'analyse des discours permet ainsi, de constater que la plupart[6] des touristes, se représentent différemment l'accueil et l'hospitalité.

S'agissant maintenant des gestes effectués par les professionnels du tourisme, la majorité des touristes interrogés les considèrent comme des gestes d'accueil « professionnel ». Pour eux,

---

l'altruisme, la sociabilité, l'accueil et la sincérité.

[6] 83.3% pour les entretiens individuels et 87.5% pour l'entretien de groupe.

l'hospitalité ne fait ne fait pas partie de la qualité des prestations offertes, contrairement à ce que pensent certains chercheurs et praticiens du tourisme (*e.a.* Leblanc, 2000 ; Direction du tourisme, 2007 ; Cova et Giannelloni, 2008 ; Cinotti, 2011) : « *Ce qu'on nous a proposé à l'hôtel… c'était plutôt un accueil de qualité,… un accueil professionnel qui n'a rien à voir avec l'hospitalité* » (Marco, enseignant). « *En ce qui me concerne, je pense que les employés ont été polis, aimables, accueillants, correctes … mais on ne peut pas considérer ça comme de l'hospitalité* » (Erwan, cadre dirigeant).

Du reste, les touristes ne recherchent pas l'acte d'hospitalité dans les hébergements touristiques, comme le soutiennent Touzani et Gianelloni (2010), mais s'attendent plutôt à un accueil professionnel : « *Je m'attends à un minium de service,… un accueil professionnel et cordial, une ambiance agréable … Je ne vais quand même pas rechercher une prétendue hospitalité dans les clubs où ce n'est pas l'apanage* » (Alexa, artiste peintre).

Les touristes insistent, par ailleurs, sur le fait que l'hospitalité ne peut être pratiquée dans le domaine du tourisme car elle n'est offerte que par la population locale : «*Quand on dit que cette destination est hospitalière, on sous entend que la population de cette destination est hospitalière… Surtout pas les professionnels du tourisme…* » (Philippe, chef de projet). « *Les vrais acteurs de l'hospitalité, c'est les locaux et uniquement eux* » (Antoine, chef de production). « *L'hospitalité d'une destination, c'est l'hospitalité des gens, de la population. Pour moi, ce sont eux, les véritables acteurs de l'hospitalité* » (Erica, traductrice). « … *Si je recherche l'hospitalité, c'est ailleurs, chez les habitants que je pourrais la trouver* » (Alexa, artiste peintre). Ces propos ne sont guère étonnants, dans la mesure où les touristes considèrent l'altruisme[7] comme l'une des caractéristiques de l'hospitalité.

En revanche, les déclarations des touristes s'opposent à celles de Ritchie et Crouch (2005) et de Cinotti (2011), qui estiment que l'ensemble des résidants (professionnels ou non) est concerné par l'hospitalité. Elles vont, également, à l'encontre des pensées de certains chercheurs qui estiment que les touristes peuvent vivre des expériences d'hospitalité au cours d'activités touristiques (*e.a.* Gouirand, 1994 ; Cova et Giannelloni, 2008 ; Touzani et Gian-

[7] L'altruisme se définit comme : « *une attitude dévouée et désintéressée que l'on adopte face à autrui* » (Dictionnaire de l'Académie Française, 1932). Ainsi, la générosité, le don de soi, la bonté, l'amour désintéressée d'autrui, *etc.*, se réfèrent à cette spécificité (Trésor de la Langue Française Informatisé, 2012 ; Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales).

nelloni, 2010 ; Cinotti, 2008, 2009a, b, 2011). On en vient à se demander si on peut vraiment parler d'hospitalité dans le secteur du tourisme ?

Les professionnels de tourisme, quant à eux, ont une vision différente de celle des touristes. En effet, ils ont identifiés six caractéristiques liées à l'hospitalité : l'accueil, la disponibilité, l'effort linguistique, la réactivité, la sécurité et l'implication. Les professionnels considèrent l'accueil comme la composante principale de l'hospitalité. Les deux notions sont tellement proches, dans l'esprit de certains d'entre eux, qu'ils les voient comme une et indissociables : « *L'hospitalité et l'accueil c'est la même chose* » (Moez, gérant d'un restaurant). « *L'accueil a les mêmes principes que l'hospitalité, c'est-à-dire être chaleureux, souriant, disponible avec les clients… c'est synonyme de l'hospitalité* » (Latifa, directrice des ventes dans un hôtel).

Les professionnels du tourisme déclarent également, qu'ils pratiquent l'accueil et l'hospitalité dans le cadre de leur travail : « *La pratique de l'accueil et de l'hospitalité est notre gagne pain, c'est un pilier fondamental du tourisme* » (Assia, assistante de direction dans un hôtel). « *C'est une évidence, l'hospitalité et l'accueil font partie de notre quotidien… S'il n'y a pas d'hospitalité, les clients ne reviendront pas… Elle est indispensable pour le secteur du tourisme. C'est elle qui le fait durer dans le temps et l'empêche de mourir. L'hospitalité c'est le cœur du tourisme* » (Mohsen, propriétaire d'un hôtel de charme).

En résumé, la confrontation des discours met en lumière une divergence d'opinion entre les touristes et les professionnels du tourisme : d'un côté, les touristes distinguent l'accueil de l'hospitalité et estiment recevoir des gestes d'accueil « professionnel » dans le cadre de services touristiques. De l'autre, les professionnels du tourisme unissent les deux notions et prétendent les pratiquer simultanément, dans le cadre de leur travail. Le tableau 3 récapitule l'ensemble de ces désaccords.

Tableau 3. Divergence d'opinion entre les professionnels du tourisme et touristes en matière d'accueil et d'hospitalité

	Entretiens avec les professionnels	Entretiens individuels	Entretien
Spécificités de l'hospitalité	Accueil-disponibilité-effort linguistique-réactivité-sécurité-implication	Altruisme-sociabilité-accueil -sincérité- protection- effort linguistique	Altruisme-sin soci
Spécificités de l'accueil	Une des dimensions de l'hospitalité	Professionnel-payant- obligatoire-artificiel-organisé - superficiel-intéressé	Profession obligatoire-ar
Gestes des professionnels	Gestes d'accueil et d'hospitalité	Gestes d'accueil (accueil professionnel)	Gestes (accueil pr
Hospitalité touristique ?	Oui	Non	N
Acteurs de l'hospitalité	Population locale et personnels en contacts des organisations	Population locale	Populat

3.2. Discussion

La présente démarche exploratoire permet d'émettre certaines hypothèses susceptibles d'être explorées davantage dans des investigations futures. Une première hypothèse tirée de ces résultats, est que les touristes interrogés discriminent clairement l'accueil de l'hospitalité. A ce sujet, et compte tenu des déclarations des touristes, il est utile de distinguer au préalable, l'accueil de la population de l'accueil professionnel afin de mieux cerner les spécificités de chacun. LeBlanc (2000), a déjà évoqué cette distinction : « *Il faudra garder à l'esprit la distinction entre l'«accueil professionnel» et l'«accueil de la population »…* » (*ibid*., p.13).

Une seconde hypothèse est que les touristes considèrent les gestes reçus par les professionnels du tourisme comme étant de l'accueil « professionnel ». Enfin, une troisième hypothèse, qui découle des résultats obtenus, est que les touristes estiment la population

locale comme le seul et l'unique acteur de l'hospitalité d'une destination. Cette hypothèse permettrait de relancer le débat sur la gratuité de l'hospitalité et sa probable application en matière de tourisme.

Conclusion

Les résultats de notre recherche sont un pas de plus dans l'affirmation de la différence entre l'accueil et l'hospitalité. Ils permettent ainsi d'enrichir les études qui s'intéressent à ces deux concepts. Nous constatons d'ailleurs que la littérature marketing a peu abordé ce sujet. De plus, les seules études qui ont distingué ces deux notions, ont avancé, à notre connaissance, des affirmations théoriques sans validation empirique.

D'un point de vue managérial, discerner les notions d'accueil et d'hospitalité, permettrait aux organisations chargées de la promotion d'une destination de déterminer les acteurs impliqués (professionnels du tourisme vs population locale) sur lesquelles elles pourraient agir : (actions auprès des prestataires de services touristiques et des organisations non touristiques pour améliorer l'accueil professionnel et sensibilisation de la population locale afin d'encourager les comportements hospitaliers). De plus, cette distinction leur permettrait de crédibiliser le contenu des messages émis afin de les rendre plus conformes à la réalité vécue par les touristes. Ce qui rejoint des préoccupations marketing en termes de communication et/ou de positionnement. Ces recommandations renforceraient *in fine*, la compétitivité et l'attractivité de la destination. En outre, savoir que les touristes considèrent les gestes des professionnels du tourisme comme étant de l'accueil « professionnel » et non pas de l'hospitalité, incitera ces derniers à focaliser plutôt leurs efforts sur le développement optimal de l'accueil professionnel (*e.g.* métaphore théâtrale, amélioration de la formation aux techniques d'accueil) et confier à la population locale la pratique de l'hospitalité.

Cependant, cette recherche comporte des limites. Tout d'abord, elle a été menée auprès d'un échantillon de taille restreinte qui ne nous permet pas de généraliser les résultats. Il serait donc souhaitable de travailler sur un échantillon plus large et de tester les hypothèses émises ci-haut, afin de vérifier quantitativement les assertions des touristes dans des conditions qui permettent une certaine validité des résultats.

Une autre limite porte sur les biais issus de la nature rétrospective de notre étude. En effet, nous avons demandé aux répondants d'évaluer les gestes reçus de la part des professionnels du tourisme, à partir de leurs expériences de voyage. La mémoire parfois défaillante peut ne pas permettre aux individus de se rappeler précisément les détails du passé. Le recours à des tests projectifs (*e.g.* le T.A.T) peut s'avérer pertinent pour compléter le discours affectif des répondants.

Bibliographie

Académie Française (1798), *Dictionnaire de l'Académie Française*, 5ème édition, disponible sur le lien : http://artfl.atilf.fr/dictionnaires/ACADEMIE/CINQUIEME/cinquieme.fr.html

Académie Française (1932), *Dictionnaire de l'Académie Française*, 8ème édition, disponible sur le lien : http://artfl.atilf.fr/dictionnaires/onelook.htm

Aramberri J. (2001), The host should get lost: paradigms in the tourism theory, *Annals of Tourism Research*, 28, 3, 738_761.

Béthune P.F. (2007), *L'hospitalité sacrée entre les religions*, Paris : éditions Albin Michel.

Binet-Montandon C. (2004), Accueil. Une construction du lien social, dans Montandon A. (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard.

Brotherton B. (1999), Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality Management, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11, 4, 165-173.

Centre National de la Recherche Scientifique (2005), *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*, disponible sur le lien : http://www.cnrtl.fr/

Chaspoul C. et Tomatis J. (1987), Les dimensions marketing de l'accueil, *Les Cahiers d'Espaces*, 8, 16-18.

Cinotti Y. (2008), Étude des dimensions de l'hospitalité touristique d'une destination, *Proceedings of the 7th International Congress "MarketingTrends"*, Venise.

Cinotti Y. (2009a), Accueil, atmosphère et hospitalité-Des concepts à ne pas confondre, *Espaces tourisme et loisirs - Accueil, hospitalité et tourisme*, 276, 8-10.

Cinotti Y. (2009b), L'hospitalité touristique au service des destinations, dans Lemasson J.P. et Violier P (dir.), *Destinations et territoires*, Québec : Éditions Téoros, Presse de l'Université de Québec, 1, 92-100.

Cinotti Y. (2011), *Hospitalité touristique : conceptualisation et études de l'hospitalité des destinations et des maisons d'hôtes*, thèse de doctorat en sciences du tourisme, Université de Perpignan Via Domitia.

Conseil International de la Langue Française (2012), *Trésor de la langue française informatisé*, disponible sur le lien : http://atilf.atilf.fr/

Constantinescu M. (2001), L'hospitalité dans les contes de Ion Creanga, dans Montandon A., *L'hospitalité dans les contes*, 301- 315, Presses Universitaires Blaise-Pascal, Clermont-Ferrand.

Courtes-Lapeyrat C. (2010), L'accueil dans les organisations, *Communication et gestion des Ressources humaines*, CREG.

Cova V. et Giannelloni J.L. (2008), Hospitalité et consommation touristique, *Actes des 13ème Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Université de Bourgogne, Dijon.

Cova V. (2010), L'hospitalité des lieux de service, *Actes des 15ème Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon.

Cudicio C. (2000), *Les règles d'or de l'accueil,* Paris, Éditions d'Organisation.

Derrida J. (1997), *Pas d'hospitalité*, dans Derrida J. et Dufourmantelle A. (1997), *Anne Dufourmantelle invite Jacques Derrida à répondre - De l'hospitalité*, Paris, Calman-Lévy.

Derrida J. (2001), *Papier Machine*, Paris, Galilée.

Deshoulières V. et Perrot-Corpet D. (2001), *Le don d'hospitalité: de l'échange à l'oblation*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal.

Direction du tourisme (2007), *L'art d'accueillir- Cultures et pratiques de l'accueil des touristes en France*, disponible sur le lien :
http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/etudes/territoires/art_accueillir.pdf

Dulude N. et Bastien S. (1998), L'assurance qualité : un outil à implanter dans le domaine du tourisme, *Téoros*, 17, 3, 51-53.

Eymad R. (1997), *Dire bonjour c'est tout un métier – L'accueil dans les métiers du tourisme*, Chambéry, Éditions IFPAC.

Formarier M. (2003), Approche du concept d'accueil, entre banalité et complexité*, Recherche en soins infirmiers*, 75.

Fraenkel S. et Iunius R.F. (2007), *Industrie de l'accueil : environnement et management*, De Boeck.

Freund W. (1865), *Grand dictionnaire de la langue latine : sur un nouveau plan - par Guill. Freund (trad. en français, revu sur les textes et considérablement augmenté par N.Theil)*, 3 volumes, Paris, F. Didot.

Gadéa N. (2010), Vous avez dit hospitalité?, G*arrigues et Sentiers on the Net, Dossier l'étranger*, 14.

Godbout J. (1977), Recevoir, c'est donner. *Communications (L'hospitalité)*, 65, 35-48.

Gotman A. (1977), La question de l'hospitalité aujourd'hui. *Communications*, 65, 5-19.

Gotman A. (2001), *Le sens de l'hospitalité – Essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre*, Paris, Presses universitaires de France.

Gouirand P. (1987), *Essai historique sur une théorie de l'accueil*, Thèse pour le doctorat d'histoire, Université de Nice.

Gouirand P. (1994), *L'accueil hôtelier*, Paris, Éditions BPI.

Gouirand P. (2009), L'accueil- Entre reconnaissance hospitalité et maternage, *Revue espaces*, 276, 11-14.

Grassi M.C. (2004), *Passer le seuil*, dans Montandon A. (dir.), *Le livre de l'hospitalité Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard.

Hahn A. (2001), L'hospitalité et l'étranger, dans Montandon A. (dir.), *L'hospitalité : signes et rites*, Clermont-Ferrand : CRLMC.

Hepple J., Kipps M. et Thomson J. (1990), The Concept of hospitality and an evaluation of its applicability to the experience of hospital patients, *International Journal of Hospitality Management*, 9, 4, 305-318.

Hermel L. (2004), *L'accueil client*, Saint-Denis-La-Plaine : Afnor.

Hubert D. (1996), *L'hospitalité: recueil de textes non bibliques pour l'accueil de l'hôte*, les Editions de l'Atelier.

King C.A. (1995), What is hospitality? *International Journal of Hospitality Management*, 14, 3-4, 219-234.

Kouamé N. (2004), *Le Japon des Tokugawa : Tôkaidô, Ise, Shikoku (du XVIIe au XIXe siècle)*, dans Montandon A. (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris : Bayard.

Lallier M. (2008), L'accueil à l'hôtel et au restaurant, *Hôtels Restaurants et Institutions*, 12,2.

Laplante M. (1991), L'accueil touristique vu comme comportement de communication, *Téoros*, 10, 2, 20-23.

Leblanc M. (2000), Une étude exploratoire : vers une échelle de mesure de l'accueil touristique, *Loisir et Société*, 23,1, 197-215.

Langlois M.G (1991), L'accueil : une activité humaine, *Téoros*, 10, 2.

Létoublon F. (2004), *Les dieux à la table des hommes*, dans Montandon A., *Hospitalité : hier, aujourd'hui, ailleurs*, 15-67, Presses Universitaires Blaise-Pascal, Clermont-Ferrand.

Littré E. (1863), *Dictionnaire de la langue française*, 2ème édition, disponible sur le lien : http://littre.reverso.net/dictionnaire-francais/

Lopes Martins P. (2010), *L'accueil et ses multiples déclinaisons dans le dispositif de l'alternance*, Groupe de Réflexion pour une Ethique Appliquée à l'Alternance en Travail Social Institut d'Enseignement Supérieur de Travail Social, disponible sur le lien : http://www.iests.com/gre2ats/publications/3-PENSER_LALTERNATIVE.pdf

Manzi J. et Toudoire-Surlapierre F. (2004), L'étranger. L'inconnu qui frappe à ma porte, dans Montandon A. (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris : Bayard.

Martin M.A. (2001), *Les clés de l'accueil*, Chambéry : Le Génie des Glaciers Éditeur.

Michel F. (2003), *L'autre sens du voyage, manifeste pour un nouveau départ*, Paris : Éditions Homnisphères.

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

Moller C. et Hegedhal P. (1987), *Accueil : attitude de service*, Paris : Time Manager International /Scandinavian Service School.

Montandon A. (dir.) (2000), *L'hospitalité au XVIIIème siècle*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal.

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

Montandon A. et Lioure M. (2003), *L'hospitalité au théâtre*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal.

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

Phanuel D. (2001), La charte d'accueil d'un centre hospitalier : utiliser la chaîne relationnelle, *Décisions marketing*, 22,17-23.

Reuland R., Choudry J. et Fagel A. (1985), Research in the field of hospitality, *International Journal of Hospitality Management*, 4, 4, 141-146.

Rey A. (dir.) (1998), *Dictionnaire historique de la langue française*, 3 tomes, Paris, Dictionnaires Le Robert.

Richard M. (1988), Présentation du plan d'accueil de la Ville de Troyes, en 25 points, *Actes des «Premières assises nationales du tourisme urbain»*, Rennes.

Ricoeur P. (1998), Étranger, moi-même, *Actes des 72èmes sessions des Semaines Sociales de France*, *L'immigration, défis et richesses*, Paris, Bayard Éditions Centurion, 93-106.

Ritchie J.R.B. et Crouch G. (2005), *The Competitive destination – A sustainable tourism perspective*, Wallingford : CABI Publishing.

Rozès G. (1982), *Accueillez plus accueillez mieux*, Paris : Éditions Chotard.

Seydoux J. (1983), *L'accueil : de l'hospitalité à l'accueil, pour une meilleure approche de l'homme par le tourisme*, thèse pour le doctorat en économie et droit du tourisme, Université d'Aix-Marseille 3.

Seydoux J. (1984), *Accueil d'aujourd'hui et de demain*, Denges: Éditions Delta et Spes.

Schérer R. (1993), *Zeus hospitalier- Éloge de l'hospitalité*, Paris, A. Colin.

Suaud C. (2004), *Identification et classification des étrangers dans la politique municipale de Nantes*, dans Gotman A., *Villes et hospitalité, les municipalités et leur « étrangers »*, Éditions de la maison des sciences de l'homme, Paris.

Talpin J.M. (2001), *L'institution gériatrique et l'hospitalité,* dans Montandon A., *Lieux d'hospitalité –Hospices, hôpital, hostellerie*, Clermont-Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal.

Telfer E. (2000), *The philosophy of hospitableness*, dans Lashley C. et Morrison A. (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Tocquer G. et Langlois M.G. (1992), *Marketing des services Le défi relationnel*, Gaëtan Morin, Paris : Dunod.

Touzani L. et Giannelloni J.L. (2010), Le choc culturel dans l'expérience d'hospitalité touristique. Une approche netnographique, *Actes de la 15ème Journée de Recherche en Marketing de Bourgogn*e, CERMAB-LEG, U. de Bourgogne.

Tremblay S. (1991), L'accueil touristique : le rôle de l'État, *Téoros*, 10, 2, 10-13.

Van Gennep A. (1909), *Les rites de passage- Étude systématique des* rites, Paris : Éditions A. et J. Picard.

Viard J. (2000), *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*, Éditions de l'Aube, La Tour d'Aigue.

Annexe 1. Profil des touristes interrogés lors des entretiens individuels

Identification des interviewés	Profession	Age	Origine	Motif du séjour
Quentin	Secrétaire de rédaction	33	France	Loisirs
Barbara	Professeur de montage vidéo	46	France	Loisirs
Fabrice	Correcteur indépendant	37	Belgique	Loisirs
Stéphanie	Webmaster	28	France	Loisirs
Nadine	Cogérante d'une société d'électronique industriel	61	Suisse	Voyage d'affaires
Erwan	Cadre dirigeant	41	France	Voyage d'affaires
Erica	Traductrice	30	Colombie	Loisirs
Emanuel	Manager	50	France	Voyage d'affaires
Sébastien	Technicien de maintenance	31	France	Loisirs et visite d'amis
François	Retraité	67	France	Raison médicale
Lisa	Etudiante	19	Belgique	Loisirs
Déborah	Vendeuse dans un magasin de prêt à porter	34	France	Loisirs
Philippe	Chef de projet	58	France	Voyage d'affaires
Mathias	Gérant	52	France	Loisirs
Pierro	Entrepreneur	45	Italie	Voyage d'affaires
Nasri	Architecte	49	Algérie	Loisirs et visite d'amis
Tatiana	Femme au foyer	27	Colombie	Loisirs
Antoine	Chef de production	39	France	Voyage d'affaires et loisirs

Annexe 2. Profil des touristes interrogés lors de l'entretien de groupe

Identification des intervie-wés	Profession	Age	Origine	Motif du séjour
Marco	Enseignant	43	France	Loisirs
Sophie	Enseignante	39	France	Loisirs
Alain	Informaticien	52	France	Voyage d'affaires
Jean	Gérant	50	Belgique	Voyage d'affaires
Rita	Femme au foyer	49	Suriname	Loisirs
David	Expert comptable	44	Allemagne	Voyage d'affaires et Loisirs
Léa	Femme au foyer	34	France	Loisirs
Alexa	Artiste peintre	36	France	Loisirs

Annexe 3. Profil des professionnels interrogés

Identification des interviewés	Fonction	Type de service
Latifa	Directrice des ventes dans un hôtel	Touristique
Aida	Directrice sénior des ventes dans un hôtel	Touristique
Assia	Assistante de direction dans un hôtel	Touristique
Mohsen	Propriétaire d'un hôtel de charme	Touristique
Lilia	Propriétaire d'une maison d'hôte	Touristique
Moez	Gérant d'un restaurant	Para-touristique
Jérôme	Gérant d'un commerce	Para-touristique
Lorenzo	Patron d'un bar	Para-touristique
Mohamed	Directeur de musée	Para-touristique
Ali	Gérant d'un café	Para-touristique

Annexe 4. Caractéristiques perçues et représentations de l'accueil

Intitulés des caractéristiques	Définition	Nombre de touristes citant les caractéristiques	Fréquence d'apparition des caractéristiques dans le corpus
Professionnel	« *Qui concerne une profession, qui tient à une profession* » (Littré, 1863).	16 entretiens individuels/ 8 entretien de groupe	89 fois entretiens individuels/ 32 fois entretien de groupe
Payant	« *Que l'on doit payer, pour lequel il faut verser une somme d'argent en échange d'une prestation* » (Trésor de la Langue Française Informatisé, 2012).	15 entretiens individuels/ 8 entretien de groupe	45 fois entretiens individuels/ 17 fois entretien de groupe
Obligatoire	« *Qui apparait comme inévitable, nécessaire* » (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales).	7 entretiens individuels/ 5 entretien de groupe	19 fois entretiens individuels/ 9 fois entretien de groupe
Artificiel	« *Qui manque d'authenticité* » (Littré, 1863).	7 entretiens individuels/ 5 entretien de groupe	13 fois entretiens individuels/ 7 fois entretien de groupe
Organisé	« *Qui est doté d'un cadre, d'une structure ou d'un mode de fonctionnement*» (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales).	7 entretiens individuels/ 3 entretien de groupe	10 fois entretiens individuels/ 3 fois entretien de groupe
Superficiel	« *Qui ne traduit pas les sentiments profonds, qui n'est qu'apparent* » (Littré, 1863 ; Trésor de la Langue Française Informatisé, 2012).	4 entretiens individuels Caractéristique non citée dans	9 fois entretiens individuels -

		l'entretien de groupe	
Intéressé	« *Celui, celle qui a intérêt à quelque chose* » Dictionnaire de l'Académie Française, 1798).	4 entretiens individuels Caractéristique non citée dans l'entretien de groupe	8 fois entretiens individuels -