

On précise le nom de l'auteur, mais pas son prénom

Exemples de renvois bibliographiques

Girard (2010) désigne des non-lieux tels que les aéroports, parcs d'attractions, etc. « *Il s'agit de tout espace urbain non symbolisé, qui ne fait pas territoire culturel.* » Dans les non-lieux, personne n'est chez-soi (Bernard Cova 1995, p. 68). Et Godbout (1997) estime que « *un espace comportant le moins d'habitants possible* ». D'où peut-être l'absence d'hôtes qui ne recherchent pas l'hospitalité touristique peut se déployer. Mais tous les voyageurs ne recherchent pas l'anonymat des grands hôtels (Lashley 2000¹²).

Renvoi au chapitre d'un ouvrage dont chaque chapitre est l'œuvre d'un auteur différent
☞ inutile de préciser la page.

Le chapitre de Lashley n'ayant pas été trouvé, il faut indiquer qui l'a cité, en note de bas de page, et indiquer les références du cité et du citant dans la bibliographie.

Renvoi à une idée exprimée dans un livre
☞ préciser la page.

L'hospitalité n'est pas intégration : une certaine distance doit être maintenue avec l'étranger. Elle se situe donc entre deux limites : le rejet et l'absorption (Montandon 2004a). D'ailleurs l'arrivée des étrangers provoque une certaine gêne, car ils sont inconnus, extérieurs, de passage, non confortables. On parle alors d'étrangers, au sens d'un mot, « étrangers » (Montandon 2004b).

Montandon ayant écrit deux chapitres dans un livre paru en 2004, pour distinguer les deux, on ajoute une lettre après l'année dans le renvoi et dans la bibliographie

Il est un peu curieux de voir un hôtelier prétendre que le client se sentira dans son hôtel, « *comme chez lui* », comme l'affirme, par exemple, la directrice du *Hidden Hotel* à Paris (25 chambres 4*) : « *Cet établissement est un véritable "comme chez soi"*¹³. » Car « *bors de la maison sera toujours hors de la maison* » et le lieu de l'hospitalité n'est qu'un « *ersatz du chez soi* » (Véronique Cova et Giannelloni 2010). L'hospitalité ce n'est pas « se sentir comme chez soi ». C'est pourtant ce que voudraient nous faire croire quelques slogans de chaîne hôtelière : « *Novotel : "Bienvenue vous êtes chez vous !" ; Sheraton : "Pour nous, vous n'êtes pas seulement de passage. Vous êtes chez vous !" ; "Vous êtes chez vous avec Holiday Inn"* » (Ibid.). Étant donné que la taille des hôtels « industriels » comme ceux des marques Novotel, Sheraton, Holiday Inn n'est jamais inférieure à 70 chambres, du fait de la recherche d'économies, il est difficile de concevoir des hôtels dans lesquels, il ne peut pas y avoir d'hospitalité.

Ibid. est une locution latine signifiant « au même endroit » qu'on utilise quand on fait référence à la même source que précédemment (ici Véronique Cova et Giannelloni 2010).

[...] Si l'hospitalité est le « *partage du "chez soi"* », les hôteliers ne sont donc pas hospitaliers, sauf à de rares exceptions¹⁴. Les personnels des hôtels Mercure ne peuvent pas avoir un « *sens inné de l'hospitalité* » comme cela est affirmé sur la page Web de présentation de la marque¹⁵. Les hôtels « industriels » répondent à d'autres besoins, en particulier ceux des touristes d'affaires qui constituent, en France, 43 % de la clientèle des hôtels de tourisme (MACT 2009). Les hôteliers doivent proposer une certaine hospitalité, mais sur l'accueil et la qualité de service¹⁶.

Ibid. a été saisi parce que l'on veut faire référence à l'article de Bast qui est dans la note précédente,

« *Op. cit.* » signifie « œuvre (déjà) citée ». Pour faire référence à nouveau à ce qu'a écrit Bast. On ne peut pas utiliser « *Ibid.* » puisque la dernière note de bas de page n'est pas celle de Bast. Le numéro de note et le numéro de page sont insérés automatiquement

¹² cité par (Gotman 2004)

¹³ BAST Evelyne (de), 2010, *Hidden Hotel, naturellement chic*, <http://goo.gl/BpVnk3>, 17 mai 2010, consulté le 19 mai 2024.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ MERCURE, *Mercure Hotels*, <https://mercure.accor.com/fr/discover-mercure/index.shtml>, consulté le 19 mai 2024.

¹⁶ *Op. cit.* note 13 page 32

Parmi les antécédents de la satisfaction concernant une destination, plusieurs sources notent l'hospitalité (Pizam, Neumann et Reichel 1978; Yuksel 2001; Vassiliadis et al. 2006)...

Lorsque les auteurs d'une source sont plus de trois, on précise le nom du premier puis « et al. » qui signifie « et les autres ».

Bibliographie

COVA Bernard, 1995, *Au-delà du marché: quand le lien importe plus que le bien*, Paris, France, Éd. l'Harmattan, DL 1995, 175 p.

COVA Véronique et GIANNELLONI Jean-Luc, 2010, « Vers une approche de l'hospitalité au travers d'une mesure du concept de « chez-soi » - Étapes préliminaires », Rouen, IXe Journées Normandes de Recherche sur la Consommation.

GIRARD Alain, 2010, « Surmodernité et remarques impertinentes sur le tourisme durable » dans Christian Bataillou (ed.), *Tourismes, patrimoines, identités, territoires*, Perpignan, Presses universitaires de Perpignan, p. 37-47.

GODBOUT Jacques T., 1997, « Recevoir, c'est donner », *Communications*, 1997, vol. 65, n° 1, p. 35-48.

GOTMAN Anne, 2004, « France contemporaine. Un bricolage post-moderne » dans Alain Montandon (ed.), *Le livre de l'hospitalité*, Paris, Bayard, p. 97-109.

LASHLEY Conrad, 2007, « Introduction » dans Conrad Lashley et Alison J. Morrison (eds), *Debates*, Oxford, Butterworth-Heinemann (ed.), p. 1-17.

Lorsque le nom de l'organisation est long, il est préférable d'indiquer l'abréviation dans le renvoi et de préciser l'abréviation dans la bibliographie.

MACT (Ministère de l'Artisanat du Commerce et du Tourisme), 2009, *L'hôtellerie de tourisme en France métropolitaine en 2009*, France.

MONTANDON Alain, 2004a, « Miroirs de l'hospitalité » dans Alain Montandon (ed.), *Le livre de l'hospitalité*, Paris, Bayard, p. 6-14.

MONTANDON Alain, 2004b, « Introduction » dans Alain Montandon (ed.), *Le livre de l'hospitalité*, Paris, Bayard, p. 16-20.

PIZAM Abraham, NEUMANN Yoram et REICHEL Arie, 1978, « Dimensions of tourist satisfaction with a destination area », *Annals of Tourism Research*, 1 juillet 1978, vol. 5, n° 3, p. 314-322.

VASSILIADIS Christos, SIOMKOS George, VASSILIKOPOULOU Aikaterini et LYTRAS Periklis, 2006, « Measuring the Degree of Tourists' Satisfaction with the Use of Log-Linear Analysis: The Case of North Greece », *Tourist scientific review*, 1 janvier 2006, n° 3, p. 29-46.

YUKSEL Atila, 2001, « Managing customer satisfaction and retention: A case of tourist destinations, Turkey », *Journal of Vacation Marketing*, 1 avril 2001, vol. 7, n° 2, p. 153-168.