

L'IMPACT DU CLASSEMENT SUR LA QUALITÉ DES SERVICES DANS LES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DE CÔTE D'IVOIRE

Kouassi Joseph KONAN
Enseignant-Chercheur
Université Peleforo Gon Coulibaly de Korhogo

Résumé :

Cette étude aborde la problématique de la qualité des services dans les établissements hôteliers de Côte d'Ivoire. Après avoir constaté que l'une des faiblesses majeures du tourisme ivoirien est l'insuffisance de la qualité des services offerts, cet article montre comment l'opération de classement des hôtels suspendu en 1984 puis reprise en 2018 pourrait être une bouée de sauvetage pour l'hôtellerie désireuse de restaurer des services de qualité en vue de satisfaire une clientèle de plus en plus exigeante.

Mots- clé : Tourisme - classification des hôtels - Qualité des services - établissements de tourisme - Côte d'Ivoire

El impacto de la clasificación en la calidad de los servicios en los establecimientos hoteleros de Costa de Marfil

Resumen:

Este estudio plantea la problemática de la calidad de los servicios en los establecimientos hoteleros de Costa de Marfil. Después de notar que una de las mayores debilidades del turismo marfileño es la insuficiencia de la calidad de los servicios ofertados, este artículo muestra cómo la operación de clasificación de los hoteles abandonada en 1984 y reanudada en 2018 podría ser salvavidas para la hotelería preocupada por restaurar servicios de calidad con el fin de satisfacer una clientela cada vez más exigente.

Palabras clave: Turismo, clasificación de hoteles, calidad de servicio, establecimientos de turismo, Costa de Marfil

The impact of the ranking on the quality of services in hotel establishments in Côte d'Ivoire

Abstract:

This study addresses the issue of the quality of services in hotels in Côte d'Ivoire. After noting that one of major weaknesses of Ivorian tourism is the insufficient quality of the services offered, this article shows how the hotel classification operation suspended in 1984 and then resumed in 2018 could be a lifeline for tourism hotel industry wishing to restore quality services in order to satisfy an increasingly demanding clientele.

Keywords: Tourism - hotel classification - Quality of services - tourist establishments – Côte d'Ivoire

Introduction

En tourisme, comme dans bien d'autres domaines, la qualité est souvent affaire de classification. Toute classification induit une cotation. Ainsi, la réputation d'un établissement dépendra largement du standing où il s'inscrit dans la gamme des évaluations, qu'elles soient officielles ou officieuses. En tourisme, on peut distinguer trois grands groupes de classifications : la classification officielle, celle des guides et les classifications internes Normand (2004, p.9).

Par classification, le *Robert* entend « l'action de distribuer par classes, par catégories » et le « résultat de cette action ». Il définit ainsi le mot classe : « grade, rang concernant l'importance, la valeur, la qualité ». Pour établir cette importance, cette valeur, cette qualité, toute classification recourt donc à des critères, « à ce qui sert de base à un jugement ».

Le Code Ivoirien du Tourisme adopté en septembre 2014 définit l'hôtel comme un établissement commercial d'hébergement classé qui offre des chambres ou des appartements meublés en location à une clientèle de passage ou pour un séjour à la journée, à la semaine ou au mois, mais, sauf exception, elle n'y élit pas domicile.

Le classement ou la classification entretient donc un lien étroit avec la qualité des prestations offertes dans les établissements de tourisme en général et les hôtels en particulier.

L'une des plus grandes faiblesses des établissements hôteliers de Côte d'Ivoire reste la qualité des services. Mais malgré, l'importance du classement dans l'amélioration de la qualité des services offerts aux clients, cette importante opération a été suspendue en 1984 pour ne reprendre qu'en 2018.

Notre article s'intéressera exclusivement à la classification officielle c'est-à-dire celle qui est menée par les services publics du Ministère ivoirien du Tourisme et des Loisirs plus précisément par la Direction des Activités Touristiques (DAT). Cette option se justifie par le fait qu'en Côte d'Ivoire, excepté les hôtels du Groupe Accor qui appliquent la classification interne, le reste des hôtels sont soumis à la classification officielle.

Aujourd'hui, face à des touristes de plus en plus exigeants, la qualité des services s'impose à tous les établissements hôteliers comme un outil incontournable de gestion. Dès lors, nous sommes en droit de nous interroger sur la nécessité du classement pour améliorer la qualité des services dans les hôtels et offrir ainsi à la clientèle des séjours agréables et inoubliables invitant à la fidélisation. Partant, notre article se propose de répondre au problème suivant : comment la classification peut-il améliorer la qualité des services dans les établissements hôteliers de Côte d'Ivoire ?

I- Méthodologie

Cette partie de notre article élucide la démarche adoptée pour atteindre notre principal objectif qui est notamment de montrer comment la classification des établissements hôteliers contribue à l'amélioration de la qualité des services.

Pour parvenir à notre fin, nous nous sommes appuyés sur trois types de sources en occurrence le travail de terrain à travers une enquête adressée aux hôteliers, les résultats des missions d'évaluation en vue du classement des hôtels réalisées par la Direction des Activités Touristiques (DAT) du Ministère du Tourisme et des Loisirs dans trois régions du sud-est de la Côte d'Ivoire, notamment les Régions d'Abidjan, les Grands Ponts et du Sud Comoé. L'échantillon pris en compte ici concerne les 125 établissements de la phase pilote de l'opération de classement. Les sources écrites quant à elles traitent des modèles conceptuels de l'évaluation de la qualité d'un service ainsi que les outils de mesure de la qualité de services.

Avec les hôteliers, nous avons cherché à mesurer l'impact de la classification de leurs établissements sur l'amélioration de la qualité des services. En effet, après chaque mission d'évaluation en vue du classement, un rapport détaillé est adressé aux hôteliers pour leur signifier les forces et faiblesses de leurs établissements en matière de prestation de services de qualité.

Les missions d'évaluation en vue du classement ont également permis de voir les différents compartiments de l'hôtel pris en compte dans l'opération. Ainsi les 175 critères d'évaluation sont répartis dans 9 chapitres à savoir :

- Extérieur de l'hôtel
- Réception et services aux clients
- Locaux communs
- Chambres
- Restaurant
- Administration et ressources humaines
- Équipements et mesures de sécurité
- Hygiène et développement durable
- Services annexes se rapportant à l'existence de navette, salle de fitness, spa, service pressing, piscine, boutique de souvenirs, distributeur automatique de billets, service chaussures...

Par la suite nous confrontons le contenu de cette fiche d'évaluation avec les modèles conceptuels de l'évaluation de la qualité d'un service d'une part et les outils de mesure de la qualité des services pour comprendre en dernier ressort si la classification telle que conçue et réalisée actuellement répond aux besoins et exigences de qualité des établissements hôteliers.

Par ailleurs, les sources écrites nous renseignent sur les modèles conceptuels de l'évaluation de la qualité des services ainsi que les différents outils de mesure de la qualité de services dans les hôtels.

Quant à l'analyse des modèles conceptuels de l'évaluation de la qualité d'un service, elle est pour nous un prétexte pour voir si la classification des établissements hôteliers telle qu'elle se déroule aujourd'hui en Côte d'Ivoire par les soins de la Direction opérationnelle des Activités Touristiques (DAT) du Ministère du Tourisme et des Loisirs répond aux exigences de qualité à la fois tangible et intangible.

Pour y parvenir nous analyserons successivement les quatre modèles de Eiglier et Langeard, Gronroos, Gunnesson et Parasuraman, Zeithaml et Berry.

Le modèle de Eiglier et Langeard

Pour ces deux auteurs, la qualité du service n'est qu'une qualité de résultat. En d'autres termes, le gestionnaire n'a aucun moyen de s'assurer de son niveau avant la consommation par le client. La qualité de service peut et doit être mesurée objectivement mais ne peut être contrôlée avant que le service ait été vendu.

Suivant Guy Morin (1993, p. 95), le concept de qualité de service d'Eiglier et Langeard repose sur cinq types de qualité associés au service notamment :

Q1 : La qualité institutionnelle : c'est-à-dire l'image de l'entreprise qui offre le service

Q2 : La qualité de l'organisation interne : Cette qualité a trait au personnel et aux instruments qui ne sont pas visibles au consommateur mais agissent comme support et facilitent la production du service.

Q3 : La qualité d'interaction : Cette qualité est issue de l'interaction qui se produit entre le consommateur (le client), le personnel en contact et le support physique.

Q4 : La qualité physique : Elle est associée aux éléments physiques qui sont visibles aux consommateurs (les instruments, l'environnement physique et le personnel en contact).

Q5 : La qualité de résultat : Cette qualité est reliée à l'« output » de la servuction c'est-à-dire le service élémentaire, résultat des interactions qui se sont produites entre les éléments nommés ci-dessus. Les attentes et les perceptions du consommateur affectent le jugement porté sur cet « output ».

Ce modèle nous enseigne que la qualité d'un service est tributaire de l'institution, l'environnement dans lequel elle évolue, et des interactions entre les différents acteurs (consommateurs et personnel.) Qu'en est-il du modèle de Gronroos ?

Le modèle de Gronroos

Gronroos (1983) résume le concept de qualité de service comme étant l'absence d'écart entre le service attendu (expected service) ou les attentes du client et le service perçu (perceived service) ou les expériences du client.

Les attentes du client vis-à-vis du service sont influencées par les promesses faites par l'entreprise à travers les fonctions traditionnelles du marketing notamment la publicité la vente, la promotion...

Les expériences du client pour leur part sont directement liées à la consommation du service par le client en lui permettant d'avoir une expérience concrète de la réalité du service offert.

Le modèle de Gummesson

Gummesson (1988) définit le concept de qualité de service en quatre points :

- La qualité intrinsèque de l'offre : Le service doit être conçu pour répondre aux besoins des consommateurs.
- La qualité de la servuction : L'expérience doit être vécue et répondre aux attentes du client.
- La qualité relationnelle : les relations internes et externes doivent être vécues et gérées à fidéliser la clientèle.
- La qualité de l'accessibilité : Le service doit être physiquement accessible.

Nous pouvons ajouter aussi que le service doit être virtuellement et culturellement accessible. L'accessibilité virtuelle permet une meilleure visibilité du service quand l'accessibilité culturelle va s'opposer ou non à la consommation du service. L'exemple des bois sacrés du nord de la Côte d'Ivoire en est une parfaite illustration. La visite (consommation) doit être encadrée par les gardiens de la tradition qui fixent des restrictions pour garder inviolés leurs sanctuaires.

Que disent Parasuraman, zeithaml et Berry à propos de la qualité des services ?

Le modèle de Parasuraman, zeithaml et Berry

Parasuraman, zeithaml et Berry (1983) ont identifié cinq facteurs ou « gaps » (écarts) qui influencent le niveau des services dans une entreprise notamment :

Gap 1 : La différence entre les attentes des consommateurs et la perception par le management de ces attentes ;

Gap 2 : La différence entre les perceptions du management des attentes des consommateurs et la traduction de ces attentes dans la spécification du service ;

Gap 3 : La différence entre les spécifications préétablies d'un service de qualité et les services tels qu'ils sont délivrés aux clients ;

Gap 4 : La différence entre la communication du service fourni au client et le service tel qu'il est perçu ;

Gap 5 : la différence entre le service perçu et le service attendu.

Les quatre modèles développés antérieurement révèlent dans l'ensemble que la qualité de service doit nécessairement prendre en compte la valeur intrinsèque du service, la satisfaction du client, les interactions personnel/clients, le gap entre le service attendu et le service perçu, la communication et le marketing sans oublier l'accessibilité sous toutes ses formes. Dès lors, si la classification doit contribuer à l'amélioration de la qualité des services, elle doit aussi contempler toutes ces variables.

Au total, c'est toute cette démarche qui a concouru à répondre à notre problématique : Comment la classification des hôtels contribue-t-elle à la qualité de services ? L'objectif principal de cet article est de montrer que la classification des établissements hôteliers contribue à l'amélioration de la qualité des services.

II- La classification des établissements hôteliers en Côte d'Ivoire

En Côte d'Ivoire, la classification des hôtels relève de la compétence du Ministère du Tourisme et des Loisirs qui, à travers sa Direction des Activités Touristiques (DAT) procède au classement des établissements hôteliers. Ce classement (classification) est exprimé en nombre d'étoiles.

III.1. Les différentes catégories d'hôtels

On distingue cinq catégories allant d'une étoile (hébergement économique) à 5 étoiles (hébergement très haut de gamme) (Voir tableau 1). A ces catégories communes à tous les pays, il convient d'adjoindre le lot des hôtels non classés évoluant dans l'informel.

Tableau 1 : Classement hôtelier

Classement	Catégorie d'hébergement
Hôtel 1*	Hébergement économique
Hôtel 2*	Hébergement milieu de gamme
Hôtel 3*	Hébergement milieu de gamme supérieur
Hôtel 4*	Hébergement haut de gamme
Hôtel 5*	Hébergement très haut de gamme

Source : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F2050>

En Côte d'Ivoire, après l'opération de classement de 1984, il a fallu attendre 34 ans soit décembre 2018 pour voir la reprise de l'opération de classement dans le Grand Abidjan (Abidjan, Bassam, Bonoua, Assinie), Dabou, Jacqueville, Grand-Lahou et Aboisso (voir figure 1). L'opération a concerné 125 établissements (DAT, 2019).

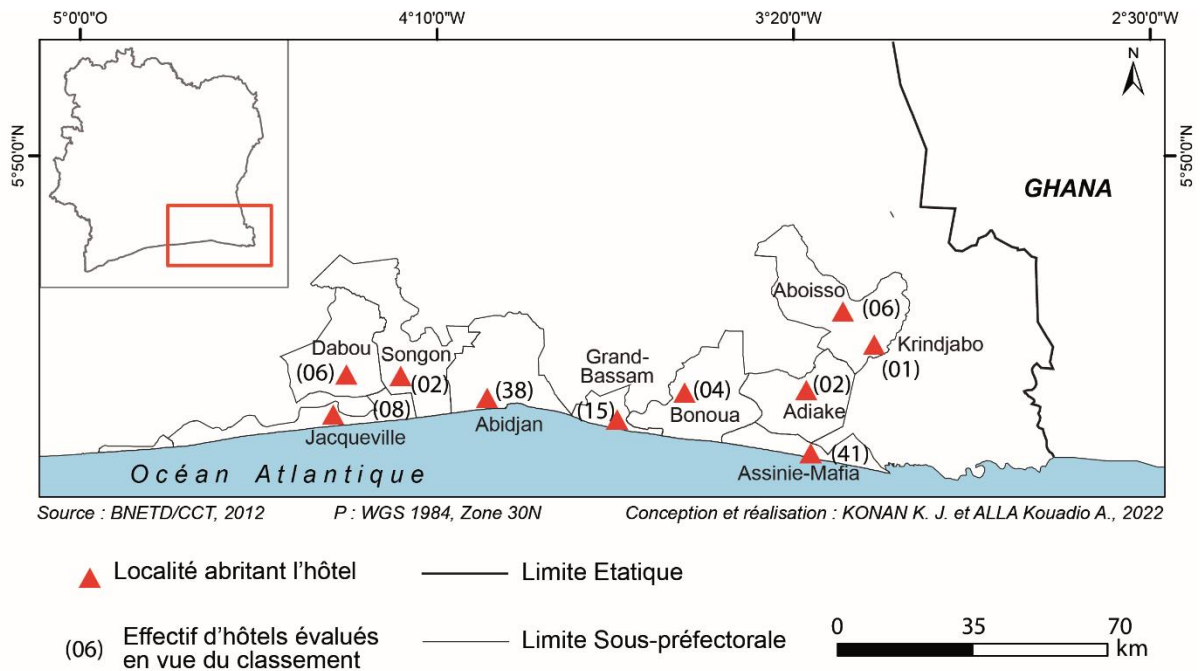


Figure 1 : Représentation des hôtes évalués en vue de classement

III.2. Les hôtels non classés

La démission de l'Etat du secteur tourisme plus précisément de l'opération de classement des réceptifs hôteliers a donné lieu à « *l'informelisation* » de tout le secteur.

Après trente et quatre ans d'absence (de 1984 à 2018), les promoteurs du secteur hôtellerie se sont habitués à agir et construire leurs établissements au mépris de toute règle de construction en général et des normes en vigueur en matière de construction d'hôtels. Il n'est pas rare de visiter des hôtels n'offrant aucun confort : des chambres de moins de 9 mètres carré, les escaliers de moins de 1,30 mètre de largeur, les couloirs de dégagement de moins de 1,50 mètre de largeur, la hauteur du sol au plancher de moins de 2,50 mètres, les toilettes et la climatisation défectueuses, établissements très souvent situés dans des environnements qui ne rassurent guère en terme de sécurité; le tout dirigé par un personnel non qualifié qui méconnaît les règles basiques du travail dans un hôtel.

De façon générale, ces hôtels n'offrent pas de services de qualité pouvant les hisser au rang d'établissements d'hébergement économique (1 étoile). En deçà de la barre d'une étoile, ils sont déclarés hôtels non classés.

En dehors des villes d'Abidjan, Yamoussoukro, Assinie, Grand-Bassam et dans une moindre mesure San-Pédro c'est malheureusement le spectacle qu'offrent les parcs hôteliers de toutes nos villes.

C'est le lieu de préciser que certains hôtels bien que remplissant les critères pour être classés demeurent dans leur situation de non classée soit par méconnaissance ou par les faiblesses de l'administration ministérielle en charge de la classification. Ainsi sur les 3320 hôtels que compte la Côte d'Ivoire à ce jour DPAP (2019, p. 2), seuls 203 ont fait l'objet d'évaluation en vue du classement (DAT, 2021).

III.3. Le mode opératoire du classement des hôtels

Parler du mode opératoire de la classification des hôtels renvoie au déroulement concret de cette opération. Il s'agit donc pour nous de jeter un regard sur la pratique de l'opération de classement des établissements hôteliers de notre pays.

Après la phase pilote de décembre 2018 a concerné 125 établissements choisis par la DAT. Le choix de ces établissements s'est basé sur la concentration de l'industrie hôtelière dans le Grand Abidjan, la Région des Grands Ponts et la Région du Sud Comoé. L'opération s'est poursuivie jusqu'à aujourd'hui mais cette fois-ci à la demande des opérateurs eux-mêmes.

La demande de classification formulée par l'opérateur est adressée au cabinet du ministre, qui l'impute à la DAT. Cette Direction désigne 4 de ses agents assermentés pour aller évaluer l'hôtel en vue de son classement.

Il est convenable de mentionner que la fiche d'évaluation comporte neuf chapitres et 175 critères calqués sur le modèle des critères d'Atout France, structure française de classification des hôtels dans l'Hexagone.

Chaque évaluateur va donc noter chacun des 175 critères et à la fin l'on fait une moyenne. Si l'établissement obtient une moyenne de 5,5/10, il a 1 étoile, 6,5/10, 2 étoiles, 7,5/10, 3 étoiles, 8,5/10, 4 étoiles et 9,5/10, 5 étoiles.

À la suite de cette phase, se réunit la Commission Nationale de Classement (CNC) qui émet son avis sur les résultats des évaluations. Les dossiers des hôtels classés sont transmis au Cabinet du Ministre qui prendra un arrêté pour entériner le travail de la CNC. L'arrêté

ministériel fait suite à la dernière étape notamment l'apposition du panneau indiquant la catégorie à laquelle appartient l'hôtel.

A la fin de l'opération, un rapport relatant les forces et faiblesses de l'établissement est adressé à l'opérateur. C'est ce rapport qui va en dernier ressort impacter la qualité des services dans l'établissement classé.

III- Impacts du classement sur la qualité des services dans les établissements d'hébergement

La qualité est l'avantage compétitif le plus important pour une société de tourisme, c'est la clé de sa compétitivité. C'est sur cette priorité que travaillent la plupart des gestionnaires du secteur de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme.

La qualité est définie comme une « prestation cohérente de produits et de services fournie aux hôtes selon les normes attendues »¹.

Un service de qualité implique également le respect optimal des exigences des clients. Les principes de la qualité devraient s'imposer à chaque niveau structurel et opérationnel de la société de tourisme.

Ainsi défini, le concept de qualité de service présente les caractéristiques :

- Tangibilité : Disponibilité du personnel et dialogue avec le client;
- Fiabilité : Le personnel dispose des compétences suffisantes; la prestation est exécutée avec compétence et professionnalisme ;
- Rapidité : la prestation est exécutée dans les délais souhaités et acceptés par le client;
- Courtoisie : Le personnel se montre aimable et respectueux dans ses échanges personnels avec le client;
- Sécurité : La prestation garantit une sécurité totale et une absence de risque et de doute;
- Accessibilité : La prestation peut être consommée sans entraves ni difficultés, au moment voulu.
- Correspondance : le client est suffisamment informé, dans un langage simple et facilement compréhensible par lui/elle.²

¹ - http://responsalliance.eu/rplearn/?page_id=959&lang=fr

² - http://responsalliance.eu/rplearn/?page_id=959&lang=fr

La classification prendra en compte toutes ces caractéristiques de la qualité de service évoquées antérieurement, toute chose qui va impacter non seulement le bâti et les équipements mais aussi les ressources humaines et leurs prestations.

IV.1. L'impact du classement sur les infrastructures hôtelières

Au niveau du bâti et des équipements, l'opération de classification s'intéresse à tous les compartiments de l'hôtel depuis l'extérieur, la réception, les chambres, les locaux communs, le restaurant, la cuisine, les équipements et mesures de sécurité jusqu'à l'hygiène et le développement durable... la prise en compte de tous ces aspects répond à un seul et unique besoin : la satisfaction de la clientèle de plus en plus exigeant.

Le rapport de l'évaluation en vue de la classification qui fait la lumière sur la qualité des installations et des équipements manquants permet aux opérateurs de rattraper les imperfections encore rattrapables, doter leurs établissements des équipements manquants pour répondre au mieux aux exigences d'un domaine aussi concurrentiel comme celui de l'hôtellerie.

La classification va donc contribuer au renforcement de l'attractivité et de la compétitivité des entreprises hôtelières d'une part et d'autre part à l'attractivité globale de la destination touristique. C'est donc grâce à la classification que les hôtels peuvent se positionner de façon optimale sur les marchés émetteurs de touristes ou de potentiels clients.

A la lumière de ce qui précède, le classement se présente comme un outil qui rappelle aux opérateurs de l'hôtellerie leurs responsabilités en matière de qualité des infrastructures et des services offerts aux clients.

IV.2. L'impact de la classification sur les ressources humaines

L'impact de la classification sur les établissements hôteliers ne se limite pas seulement au bâti et aux équipements mais s'étend également à l'administration et aux ressources humaines.

Ainsi, selon (DAT, 2019), le critère 131 de la fiche d'évaluation se rapporte à la qualification du personnel (2/3 du personnel doit être qualifié pour valider ce critère.) Le critère 132 demande si le personnel est déclaré à la CNPS (Caisse Nationale de Prévoyance Sociale) et le 133 fait référence aux programmes de formation continue au profit des employés. Les ressources humaines, clé de voûte de la réussite de toute entreprise s'inscrivent donc au cœur des préoccupations de la classification des hôtels.

S'il est vrai que le bâti et les équipements attirent les clients, il n'en demeure pas moins vrai que ce sont les employés qui à travers la qualité de leurs prestations contribuent à fidéliser la clientèle. Ce sont eux qui interagissent avec la clientèle d'où la nécessité de leur formation. C'est conscient de cette réalité que l'opération de classification tend à lutter contre une pratique qui a cours dans notre pays et qui informelise le secteur hôtelier : l'emploi des parents, amis et connaissances sans qualification dans nos hôtels. La classification vient donc rappeler aux opérateurs du secteur que le travail dans un hôtel tout comme les autres types de travail nécessite également une formation. C'est donc erroné de penser que pour faire la réception, servir un repas, faire le lit, accompagner un client dans son installation l'on n'a pas besoin de formation préalable.

La classification se présente donc comme un instrument de bonification des ressources humaines pour mieux répondre aux exigences de la clientèle qui ne demande que la satisfaction de leurs nombreux besoins. Si un établissement emploie du personnel qualifié, ses employés seront plus à même d'apporter de meilleures réponses aux besoins de leur clientèle. De la qualité des réponses aux exigences dépendront la compétitivité et l'attractivité de l'entreprise et partant de la destination touristique. Watkins (2019, p. 8) ne dit pas autre chose quand il fait remarquer que :

Le management de la qualité est validé obligatoirement par les clients, qui sont les seuls vrais juges. L'équipe fabrique, élabore et remet la « qualité fournie », qui s'appuie si possible sur un cahier des charges ou une bible de normes internes (qui existe rarement). Le client est lui dans une logique de « qualité perçue (ou reçue) », avec d'ailleurs toute la subjectivité qui l'accompagne. C'est de son ressenti final dont dépend sa fidélisation s'il a l'occasion de revenir, mais aussi son bouche-à-oreille favorable. C'est de sa perception de la qualité que dépend en grande partie le chiffre d'affaires d'un hôtel et sa santé financière.

C'est pourquoi, on cherche souvent à déterminer l'écart qui peut exister entre la qualité fournie et la qualité perçue. Quand cet écart est grand, c'est alors qu'il y a un problème de prestation généralement dû à l'hôtelier, à ses choix, à son professionnalisme et à ses équipes.

La classification à travers les imperfections relevées dans le rapport transmis à l'hôtelier vient donc réduire considérablement l'écart entre la qualité fournie et la qualité perçue aussi bien au niveau du bâti, des équipements que des ressources humaines et les services offerts aux clients.

Par ailleurs, le classement va permettre aux établissements classés d'afficher leur standing à travers les étoiles qui comptent pour beaucoup dans le choix de l'établissement d'hébergement des touristes. Ainsi, en fonction de leur situation sociale ou du budget de leur voyage, les

touristes élièrent depuis leur domicile, leur bureau (lieu habituel de résidence) leur hôtel en fonction du standing affiché sur les sites de promotion et de commercialisation. C'est de cette façon que la classification contribue à n'en point douter à ajouter à la visibilité et l'attractivité qui conduisent à un meilleur rendement de l'industrie hôtelière.

Conclusion

Les fiches d'évaluation en vue du classement telles que présentées antérieurement, sont un condensé des principes de qualité de service énoncés par les quatre modèles théoriques.

Véritable outil d'amélioration de la qualité des services dans les établissements hôteliers, la classification prend en compte toutes les exigences du consommateur depuis l'accueil, son installation, la restauration et sa nuitée. Perçu sous cet angle, le classement va à n'en point douter contribuer à l'amélioration de la qualité des services offerts et partant de l'attractivité et de la compétitivité de l'entreprise hôtelière.

Si nous voulons donc sortir le secteur hôtelier de l'informel, il nous faut encourager tous les établissements à se faire classer pour corriger les imperfections afin d'offrir des services de qualité susceptibles de fidéliser la clientèle et d'augmenter leur rendement. Pour y parvenir l'appui et le soutien des pouvoirs publics s'avèrent plus que nécessaires.

Références bibliographiques

- EIGLIER Pierre et LANGEARD Erick (1983). « L'Offre de Services: Concepts et Décisions ». *Working Paper*, n°275.
- GRONROOS Christian (1983). « Strategic Management and Marketing In the Service Sector ». *Teoros*, n°3, 7-11.
- GUMMESSON Evert (1988). « Quality of Services: Lesson from the Products Sector ». *Teoros*, n°33, 7-11
- MORIN Guy (1993). *Analyse de la qualité dans les services touristiques. Expérimentation d'un outil d'évaluation dans le cas d'un hôtel*. Mémoire, Québec : Université du Québec.
- NORMAND Cazalais. « Qualité et classification », *Téoros*. Disponible sur <http://journals.openedition.org/teoros/622>. Consultée le 16 juin 2021.
- PARASURAMAN Aimst et ., ZEITHAML Valarie (1984) «A Conceptual Model of Service Quality And its Implications for Future Research». *Report* N°.84, 1-24.
- WATKINS Mark. (2019). « Mesurer la qualité en hôtellerie : source de rentabilité ». Disponible sur <https://www.coachomnium.com/bonus/144-mesurer-la-qualite-en-hotellerie-source-de-rentabilite>. Consultée le 15 juin 2021.