



HAL
open science

Couchsurfing et les réseaux de partage réinventent l'hospitalité

Bernard Schéou

► **To cite this version:**

Bernard Schéou. Couchsurfing et les réseaux de partage réinventent l'hospitalité. *Espaces. Tourisme et loisirs*, 2014, Partage non marchand et tourisme, 316, pp.36-42. hal-03438098

HAL Id: hal-03438098

<https://hal.science/hal-03438098>

Submitted on 23 Nov 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Version initiale envoyée à la revue *Espaces* publiée ensuite sous la référence :
Schéou, Bernard. (2014). Couchsurfing et les réseaux de partage réinventent l'hospitalité.
Espaces, 316(Janvier-Février 2014), 36-42.

Bernard SCHEOU

Enseignant-chercheur à l'Université de Perpignan

Chercheur au Cemotev/UVSQ

bscheou@univ-perp.fr

Auteur de Du tourisme durable au tourisme équitable : Quelle éthique pour le tourisme de demain ? (2009) Bruxelles, De Boeck.

La résurgence de l'hospitalité comme expression d'un besoin d'ancrage local inscrit dans l'imaginaire touristique.

« Sur la route 40, une famille de cinq enfants m'a accueillie. La femme, Fernanda, m'a proposé d'aller voir sa mère dans la montagne. Nous sommes parties à la fraîche, vers 17 heures, à scooter. Elle roulait très doucement. Il fallait pousser l'engin dans les torrents, il avait beaucoup plu. Nous avons fini par rejoindre quelques maisons de terre. Sa mère avait presque mon âge, mais en paraissait bien plus. Elle était indienne et avait eu seize enfants. Elle nous a reçues avec le maté et une tartine de pain à la confiture de pêche. Je n'avais pas compris que nous restions la nuit... Au réveil, Fernanda a été chercher un tambourin. Les femmes ont commencé à chanter des chansons traditionnelles. Voilà ce que j'ai eu pour mon petit déjeuner. J'étais tellement émue que je n'ai pu prendre aucune photo. » raconte Annarita, 63 ans, de Saint Briec, partie en 2011 visiter l'Argentine pendant deux mois en utilisant Couchsurfing (Fayner, 2012).

Couchsurfing, c'est quoi ?

Le mot Couchsurfing a pour sens littéral « surfer sur un canapé » et désigne le fait de voyager de canapé en canapé, dans le salon où le voyageur est invité à dormir par son hôte. Couchsurfing est un réseau d'hospitalité dont les membres sont susceptibles d'héberger gratuitement d'autres membres pour quelques jours. Il existe plusieurs dizaines de réseaux d'hospitalité dans le monde (Hégron & Pagès, 2009). Le plus ancien, Servas, a été fondé au lendemain de la seconde guerre mondiale, sous la forme d'une coopérative à but non lucratif, regroupant des pacifistes convaincus que le fait de mieux se connaître en séjournant les uns chez les autres était le meilleur moyen d'éviter la guerre et de promouvoir la paix et la tolérance. En 1949, à sa création, les coordonnées des membres étaient diffusées dans un annuaire papier envoyé par la poste. L'existence d'Internet a motivé la création de nouveaux réseaux d'hospitalité en ligne à la fin des années 1990, les contacts entre les membres étant rendus plus faciles grâce au web. La plupart des réseaux d'hospitalité présentent des objectifs similaires à ceux de Servas : diffuser des valeurs d'amitié, de tolérance et de paix dans le monde grâce au voyage, à l'échange interculturel, à l'hospitalité (Germann Molz, 2012).

Ce qui distingue nettement Couchsurfing des autres réseaux, c'est sa notoriété (Google donne 6 millions de résultats) et le nombre élevé de ses membres. Le site en revendique désormais 7 millions¹ pour 5,6 millions de nuits d'hospitalité vécues. Mais ce chiffre est très largement exagéré². La meilleure preuve est que le site ne comprend pas aujourd'hui 7 millions de profils. En effectuant une

¹ Source : <https://www.couchsurfing.org/n/about> consulté le 16/10/2013, consulté le 16/10/2013

² Si Couchsurfing fut créée avec un statut d'organisation à but non lucratif, ses fondateurs l'ont transformée en entreprise en août 2011 et ont levé plus de 22 millions de \$ auprès d'investisseurs privés dont on peut penser qu'ils voudront récupérer leur mise en faisant des bénéfices. Depuis ce changement de statut, le nombre de membres du réseau et les statistiques les concernant sont devenus stratégiques. D'ailleurs, les statistiques détaillées qui étaient mises à jour chaque semaine ont disparu du site à la fin du mois de juin 2012.

recherche d'hébergement sur l'ensemble des membres du réseau, on obtient un peu plus de 4 millions de membres à la mi-octobre 2013. Quoi qu'il en soit, c'est beaucoup plus que le nombre de membres d'Hospitality Club, le second réseau mondial d'hospitalité par la taille : 707 000 membres³.

Comme dans tout réseau social, chaque membre dispose d'un profil en ligne lui permettant de se présenter, lui et la partie de son domicile dédié à l'accueil des voyageurs. Il n'y a bien sûr aucune obligation de recevoir celui qui vous envoie une demande par mail. Et le membre est libre de choisir à tout moment entre 5 statuts : « oui » signifie qu'il est d'accord pour héberger d'autres membres, il choisit « peut-être » quand il n'est pas certain d'héberger, « visite/boire un coup » signifie qu'il ne peut pas héberger en ce moment mais qu'il est d'accord pour faire visiter la ville, « non » exprime qu'il n'est disponible ni pour héberger ni pour rencontrer des voyageurs, le dernier statut, c'est « en voyage ». Après une rencontre avec un autre membre, que ce soit suite à une expérience d'hospitalité ou pas, il est possible de rédiger une « référence » (positive, négative ou neutre) qui sera visible sur son profil. Si ce système de références permet de mieux savoir à quelle personne réelle correspond un profil et contribue par là, à renforcer le sentiment de sécurité des membres, ce n'est pas une garantie absolue car dans les faits, très peu de références négatives sont laissées pour ne pas être exposé à en avoir une en retour et/ou pour ne pas réduire les chances du membre concerné à être choisi comme hôte ou accepté comme invité⁴.

Les activités des membres du réseau ne se résument pas à l'hospitalité. La création de groupes locaux et l'organisation d'activités et d'événements ont été encouragées dès le début du projet et facilitées par les options du site permettant aux membres d'échanger dans des forums et de créer des événements auxquels les autres membres peuvent s'inscrire. Nombre de groupes locaux proposent des rencontres régulières (mensuelles ou hebdomadaires), ce qui permet aux participants de rencontrer les autres membres du coin tout comme les membres de passage. Les activités proposées par les membres sont diverses : aller boire un coup, aller à un concert, manger ensemble, participer à une fête chez l'un des membres, aller camper un week-end, faire une randonnée, du parapente, etc...Chacun est libre de proposer une activité sur le site et de mettre en ligne l'événement correspondant. Dans certains cas, ceux-ci peuvent attirer des centaines de personnes à l'exemple de l'événement qu'organise chaque année l'équipe lyonnaise lors de la fête des lumières ou de celui organisé par les membres lillois à l'occasion de la Braderie de Lille.

Qui sont les Couchsurfers ?⁵

Au 16 octobre 2013, la communauté comprend 4 106 930 membres venant de plus de 200 pays. Un peu plus de 74% d'entre eux sont susceptibles d'héberger (« oui » ou « peut-être » comme statut). Cette proportion est plus élevée chez les hommes (78%) que chez les femmes (71%). Il y a aussi plus de membres de sexe masculin (52%). La moyenne d'âge des membres est de 28 ans : 40% des membres ont moins de 25 ans, 34% ont entre 25 et 30 ans, 18% entre 30 et 40 ans et seulement 8% ont plus de 40 ans.

Alors que l'Europe et l'Amérique du Nord ne représentent que 15% de la population mondiale, les ressortissants de ces deux continents constituent 74% des couchsurfers : 53% résident en Europe et 21% en Amérique du Nord. C'est aux Etats-Unis qu'ils sont le plus nombreux avec 16,6% des membres devant l'Allemagne (8,6%), la France (8%), le Royaume-Uni (3,8%) et le Canada

³ Source : <http://media.hospitalityclub.org/> consulté le 16/10/2013

⁴ Sur le système de réputation et de contrôle de Couchsurfing, voir (Germann Molz, 2007; Lauterbach, Truong, Shah, & Adamic, 2009; Rosen, Lafontaine, & Hendrickson, 2011)

⁵ Nous avons obtenu les chiffres présentés ici en comptant le nombre de profils ressortant des recherches détaillées d'hôtes avec les filtres par critères à la date du 16/10/2013 (<https://www.couchsurfing.org/search/in/>).

(3,2%)... Couchsurfing est un phénomène essentiellement urbain : Paris est la ville qui compte le plus de membres (72 200). Suivent Londres (63 200), Moscou (49 500), Istanbul (49 400), Berlin (47 700) et New York (38 270)...

En résumé, le membre type est quelqu'un « de relativement jeune, principalement occidental, appartenant à la classe moyenne transnationale, avec un minimum de moyens économiques et accès à la technologie et aux visas internationaux.⁶ » (Picard & Buchberger, 2013). Mais derrière ce profil type et majoritaire se cache une grande diversité : « ce peut-être des familles, des lycéens, de jeunes mères, des étudiants en cité U, des agriculteurs » (Bialski, 2013).

En outre, ces statistiques globales ne disent rien sur l'implication réelle des membres. Même s'il est possible de connaître la répartition des membres selon leur date de connexion au site (au moment de la rédaction de ce papier, on pouvait relever que 57% de la totalité des membres du réseau ne s'étaient pas connectés au cours des 3 derniers mois et que seulement 12% l'avaient fait au cours des deux dernières semaines), cela ne dit rien sur l'activité hors ligne des membres : combien hébergent, combien surfent, combien participent à des activités et avec quelle intensité. Seuls les responsables du site disposent de l'information qui n'est pas diffusée. Le pdg de Couchsurfing a néanmoins confié récemment qu'un millier de parisiens seulement aurait réellement hébergé via le site, soit seulement 1,4% des membres du réseau résidant à Paris et seulement 2% de ceux qui se déclarent pourtant disposés à recevoir (statut sur « oui » ou « peut-être »). S'il était possible d'étudier les seuls actifs (ceux qui hébergent et surfent, rencontrent d'autres membres lors des activités organisées via le site), nous aboutirions peut-être à un profil type différent.

Des membres enthousiastes...

Lors d'un travail de recherche effectué en 2011, j'ai relevé sur leur page personnelle, ce que pensaient du réseau une cinquantaine de membres choisis au hasard, pour comprendre les raisons de leur adhésion au réseau. L'ensemble des appréciations témoigne de l'enthousiasme des membres vis-à-vis de Couchsurfing. Cela se traduit par des expressions positives du type « I love it », « It's the greatest thing on earth » ... les adjectifs rivalisant d'imagination pour faire l'éloge du réseau : great, greatest, ingenious, awesome, brilliant, incredible, nice, amazing. Quelles sont les raisons de cet enthousiasme ?

Alors que les articles de presse évoquant Couchsurfing insistent énormément sur la possibilité qu'il apporte de voyager gratuitement ou presque, ce point est absent des appréciations écrites. Sur les 50, seules deux personnes évoquent la dimension économique en se félicitant de l'interdiction de toute relation marchande au sein du réseau, parce que c'est résister à la toute puissance actuelle de l'argent. Une étude relève que les membres inexpérimentés sont plus nombreux que les plus anciens à reconnaître qu'ils utilisent Couchsurfing pour éviter le coût élevé de l'hébergement (Ley, 2009). Ce décalage peut s'interpréter de deux manières, soit le membre se rend compte avec l'expérience que ce qui est important n'est pas la somme économisée mais bien la rencontre, soit il comprend qu'il est mal vu au sein du réseau de mettre en avant cette motivation. Enormément de critiques sont formulées dans les forums à l'encontre de ceux, de plus en plus nombreux parmi les adhérents les plus récents, qui ne prennent pas la peine d'envoyer des demandes d'hébergements personnalisées mais se contentent de poster des messages sur les groupes locaux du type : « Hey, j'ai besoin d'un canapé où dormir pour ce soir, y a quelqu'un ? »

En classant les différents contenus présents dans les appréciations qui étaient détaillées, j'ai obtenu deux ensembles de raisons. Les plus fréquentes portent sur la rencontre et ses conséquences positives. Tous se félicitent des opportunités de rencontre que le réseau apporte : en premier lieu parce qu'il

⁶ Toutes les citations originellement en langue anglaise ont été traduites par nos soins.

permet d'être relié à des personnes du monde entier et de renforcer le sentiment d'appartenance à une communauté globale, en second lieu parce qu'il permet de ce fait, de se faire de nouveaux amis. Les conséquences positives qui résultent de cette rencontre sont nombreuses : augmentation de la sociabilité, de la confiance en soi, de la confiance envers autrui, accroissement de la connaissance des autres cultures et de la tolérance à leur égard. Finalement, il ressort souvent des appréciations que cette pratique permet de faire du monde un endroit meilleur.

Le second groupe d'items concerne la manière de voyager induite par la pratique de l'hospitalité. L'accent y est mis sur le fait d'accéder à ce qui échappe d'habitude au touriste : *« c'est une opportunité unique de découvrir la face habituellement cachée de la vie quotidienne, celle qui est vécue régulièrement par tous ces locaux avec des idées locales, des activités locales et des coutumes locales. »* écrit, par exemple, une américaine sur sa page.

Le réseau d'hospitalité semble répondre à un besoin fondamental de l'être humain, mis à mal par le mode de vie contemporain, tel qu'il a été notamment identifié par le sociologue Zygmunt Bauman : le besoin d'être relié à un lieu d'un point de vue physique et social, de ressentir la proximité avec un lieu et avec autrui par la sensation d'humanité partagée (Bauman, 2003; Franklin, 2003). Les rencontres nouées dans le cadre de l'hospitalité comme hôte ou comme invité permettent non seulement de créer du lien humain délivrant un sentiment d'appartenance à l'humanité, au monde mais donnent aussi l'impression d'être **du** lieu et pas seulement d'être **dans** un lieu. Bien sûr, cette réponse est temporaire et ne remet pas en cause les racines profondes de ce besoin car la perte de lien s'explique notamment par la momentanéité de notre manière d'être et de nous comporter et les pratiques d'hospitalité réalisées dans le cadre de Couchsurfing ne remettent pas en cause cette momentanéité mais reposent au contraire dessus.

L'hospitalité comme échange réciproque

Ce qui se joue dans la relation d'hospitalité est mystérieux et difficile à décrire. Il faut le vivre pour le comprendre. Evidemment, chaque relation est unique et donc différente. Comment se fait-il que l'on puisse se sentir aussi proche de quelqu'un que l'on vient juste de rencontrer simplement parce qu'on l'accueille chez soi ? Quelqu'un qu'on aurait pu croiser dans la rue sans y prêter attention ? Et comment se fait-il que l'on conserve un souvenir aussi fort des moments passés ensemble. Ce qui est important semble être ce qui est vécu dans le moment même. La relation d'hospitalité réussie est peut-être celle qui se noue justement sur une absence de prétention et d'attente, ce qui est rare. C'est qu'elle est un jeu qui confronte deux protagonistes, deux identités différentes qui interagissent mutuellement en fonction de ce que chacun lit de l'autre. Cette confrontation des identités met en évidence les différences, génère une interrogation sur l'autre, sur soi-même. Le résultat est toujours incertain tant les obstacles sont nombreux : la différence de rythme de vie, vie quotidienne pour l'un et vacances pour l'autre (Zuev, 2012), le fait que les attentes de réciprocité soient énoncées dans les cultures spécifiques des hôtes et des invités, qui peut amener à des malentendus et à des frustrations réciproques (Buchberger, 2012). A cela s'ajoute l'exigence contradictoire d'avoir des hôtes de culture différente mais compatibles personnellement (Graburn, 2013).

On constate que pour que la relation d'hospitalité fonctionne, un minimum de réciprocité est nécessaire. Nous ne parlons pas ici de réciprocité directe dans le sens où celui que j'ai hébergé va m'héberger à son tour même si entre 12 et 18% des visites résultaient d'une telle réciprocité directe selon une étude menée au début de 2008 (Lauterbach, Truong, Shah, & Adamic, 2009). La réciprocité dont il est question ici a lieu pendant l'hospitalité, c'est celle qui permet la rencontre lors de la relation d'hospitalité. Il ne s'agit pas non plus des éventuels petits cadeaux amenés par l'invité mais bien de don de soi de celui qui est reçu : *« cette relation sociale qu'on appelle « l'hospitalité » est toujours habitée par cet étrange don de la personne elle-même qui est reçue »* (Godbout, 1997, p.

42). Par exemple, l'invité peut combler un besoin de relations sociales de l'hôte comme le montre le témoignage d'un couple de français en voyage au Chili à propos de deux de leurs hôtes : « *Ricardo vit seul et pour lui, le Couchsurfing est un moyen de rencontrer des étrangers. C'est aussi, même s'il ne le dit pas, un moyen de briser sa solitude [...] Ancud est une ville située au nord des îles Chiloé. Peu de membres locaux sur Couchsurfing. Teresa fut la seule à nous répondre, bien qu'elle revenait de voyage la veille [...] Teresa n'est pas de cette région du Chili. Elle se sent seule, particulièrement l'hiver. Là aussi, le Couchsurfing est un moyen pour elle de sortir de sa solitude* »⁷. Réciproquement, Couchsurfing permet aussi à celui qui voyage seul de ne pas l'être, seul.

Il arrive que Couchsurfing soit présenté comme l'emblème par excellence de l'économie du partage ou de l'économie collaborative (Germann Molz, 2013; John, 2013). Pourtant dans tous les exemples d'économie collaborative, à l'image du covoiturage, le partage du service rendu s'accompagne d'un partage des coûts économiques engendrés. Comme nous le montre Godbout, offrir l'hospitalité est un don qui appelle un don en retour pendant la relation d'hospitalité mais aussi de rendre à d'autres en accueillant à son tour, générant ainsi, une chaîne virtuelle de solidarité entre tous les membres du réseau. L'hospitalité se rattache donc bien au paradigme du don et non pas de l'économie collaborative.

Ne surtout pas voyager comme un touriste

Les Couchsurfers sont obsédés par le fait de ne surtout pas être des touristes. Ils ne manquent pas une occasion de l'exprimer que ce soit dans les interviews, sur leurs profils ou dans les forums. D'une certaine façon, la naissance du site lui-même découle de cette obsession. En effet, la légende raconte que Casey Fenton, le fondateur du site, en possession d'un billet aller-retour pour aller passer un week-end à Reykjavik en 1999, « ne voulait surtout pas jouer à Mr Touriste dans un hôtel. » et décida de spammer 1500 étudiants à Reykjavik en leur demandant de l'accueillir sur leur canapé. Il reçut plus d'une centaine de réponses et passa un week-end fantastique en compagnie d'étudiants islandais. Il décida de ne plus jamais se retrouver coincé dans un hôtel en voyage et eut l'idée de Couchsurfing⁸.

Cette obsession amène beaucoup de Couchsurfers à éviter soigneusement les lieux touristiques, incontournables et fréquentés : « La place Saint-Marc de Venise ? “Bof, je ne l'ai aperçue qu'une fois avec Rita, l'une des plus chouettes filles chez qui j'ai dormi, se souvient Anaïs, 24 ans, couchsurfeuse aguerrie. En quatre jours à Venise, elle m'a emmenée dans les coulisses. Je n'ai pas vu un touriste.” » (Neiman, 2012).

Elle les amène aussi à essayer d'explorer le lieu en adoptant un point de vue local soit en accompagnant leur hôte dans ses activités, soit en lui demandant des conseils sur les lieux à voir. Dans une étude des pratiques spatiales des Couchsurfers à Paris et à Berlin, Le Bigot démontre l'influence de la localisation de la résidence de l'hôte sur les pratiques spatiales de ses invités (ils vont faire les courses dans le quartier, au marché voisin) et comment ses invités vont visiter les lieux avec lesquels il entretient un lien affectif particulier, que ce soit des cafés, des parcs, des rues (Le Bigot, 2011).

Ce besoin d'ancrage local, d'adopter un mode de vie local en l'associant à une expérience véritablement « authentique » que l'on constate chez les Couchsurfers et qui correspond chez eux à un positionnement « anti-touristique » est identifié comme l'une des tendances fortes de la demande touristique (Barry, 2012, 2013a, 2013b). Cette volonté d'accéder aux coulisses, de se glisser derrière la scène pour parvenir à ce qui est véritablement « authentique » a été identifié dès 1973 par

⁷ Source : <http://www.instinct-voyageur.fr/pratiquer-experiences-couchsurfing/#>

⁸ Source : <http://vagabond-nomad.blogspot.fr/2007/09/couchsurfing.html>

MacCannell comme une quête propre à l'homme moderne (MacCannell, 1973). Cette quête ne résulte pas d'une transformation du système de valeurs qui structure les usages touristiques, mais est, au contraire, inscrit dans l'imaginaire touristique depuis toujours (Girard & Schéou, 2013).

Quels sont les effets possibles sur le secteur du tourisme ?

Les réseaux d'hospitalité représentent-ils une menace pour le secteur marchand du tourisme ? Malgré la popularité de ce réseau, cela restera un phénomène confidentiel parce qu'adhérer puis devenir un membre actif suppose un certain état d'esprit, ce qui limite nécessairement l'audience potentielle de Couchsurfing. L'obligation de socialisation et d'avoir à composer avec un hôte qui accompagnent l'hospitalité sont loin de convenir à une majorité de personnes. Le fait d'ouvrir sa porte à un inconnu restera une pratique marginale d'autant plus que la méfiance envers autrui semble croître actuellement. En outre, même si le nombre de membres augmente, il n'est pas sûr que cela s'accompagne d'une croissance du nombre de membres pratiquant. Il est possible aussi qu'une certaine lassitude amène les membres les plus anciens à réduire leur activité d'accueil.

Une grande majorité de ceux qui ont recours à l'hospitalité n'auraient sans doute pas voyagé sans cette possibilité. Il s'agit donc de touristes « supplémentaires » dont l'impact économique est positif dans les destinations visitées à travers les dépenses qu'ils effectuent. Les événements organisés par les groupes locaux qui amènent plusieurs centaines de Couchsurfers qui ne seraient pas venus sans cela (exemples déjà cités de la fête des lumières où 400 Couchsurfers de toute l'Europe se retrouvent à Lyon ou de la Braderie de Lille). Si aucune étude n'existe sur l'impact économique des Couchsurfers, l'étude commandée par Airbnb sur les dépenses des clients du site sur San Francisco entre avril 2011 et mai 2012 montre que l'impact peut-être significatif : elles sont estimées à 52 millions de \$ (Guttentag, 2013). Par ailleurs, il est probable que les réseaux d'hospitalité aient pour effet de générer des impacts économiques dans des zones moins fréquentées.

Une utilisation de Couchsurfing par le secteur du tourisme est-elle possible ? Non seulement l'exploitation économique d'une pratique gratuite serait difficile à envisager d'un point de vue moral, mais toute tentative provoquerait une mobilisation de la plupart des membres du réseau et donc l'échec de la tentative. Par contre des partenariats avec les organisations de gestion des destinations (OGD) pourraient se concevoir : non pas sous la forme de listes de membres du réseau diffusées publiquement car là aussi les membres refuseraient que les demandes d'hospitalité ne passent pas par le site et ses systèmes de garantie, mais sous la forme de partenariats à l'occasion de grands événements organisés par les OGD, qui prendrait la forme de la création d'un événement en parallèle et de la diffusion de l'information via le site dans tous les groupes locaux de France et d'Europe afin d'attirer plus de monde. Pour l'instant, nous n'avons pas trouvé d'exemples de tels partenariats. L'existence du réseau est signalée sur quelques sites d'offices de tourisme et Deauville a organisé en 2010 avec les Couchsurfers de la ville, une table-ronde et une exposition photographique afin de présenter le concept au public. Mais vu l'importance que prend de nos jours le besoin d'ancrage local chez les visiteurs d'une destination, il ne fait pas de doute que des initiatives devraient voir le jour à l'avenir⁹.

Références bibliographiques

Barry, C. (2012). Découvrir la destination comme le ferait un résident. Réseau de veille de la Chaire de tourisme de l'UQAM. <http://veilletourisme.ca/2012/03/12/decouvrir-la-destination-comme-le-ferait-un-resident/>

⁹ L'organisation d'un atelier de deux jours intitulé Act Like a Local en novembre 2013 à Bruxelles destiné notamment aux OGD en témoigne.

- Barry, C. (2013a). La consommation collaborative: une révolution par le partage? Réseau de veille de la Chaire de tourisme de l'UQAM. <http://veilletourisme.ca/2013/06/17/la-consommation-collaborative-une-revolution-par-le-partage/>
- Barry, C. (2013b). Prendre le virage local. Réseau de veille de la Chaire de tourisme de l'UQAM. <http://veilletourisme.ca/2013/09/11/prendre-le-virage-local/>
- Bauman, Z. (2003). *La vie en miettes. Expérience postmoderne et moralité*. Paris: Hachette.
- Bialski, P. (2013). Online to Offline Social Networking: Contextualising Sociality Today Through Couchsurfing.org. In D. Picard & S. Buchberger (Eds.), *Couchsurfing Cosmopolitanisms Candid Hospitality, Tourism and the Betterment of the World* (pp. 161-171). Bielefeld: Transcript Verlag.
- Buchberger, S. (2012). Hospitality, Secrecy and Gossip: Hosting Couchsurfers in Morocco Against Long Odds. *Hospitality & Society*, 1(3), 299-315. doi: 10.1386/hosp.1.3.299_1
- Fayner, E. (2012). « Couchsurfing » : quatre histoires extraordinaires de canapé, *Rue 89*. <http://www.rue89.com/rue89-eco/2012/08/22/couchsurfing-quatre-histoires-extraordinaires-de-canape-234693>
- Franklin, A. (2003). The tourist syndrome. An interview with Zygmunt Bauman. *tourist studies*, 3(2), 205-217.
- Germann Molz, J. (2012). Couchsurfing and network hospitality: 'It's not just about the furniture'. *Hospitality & Society*, 1(3), 215-225. doi: 10.1386/hosp.1.3.215_2
- Germann Molz, J. (2013). Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: the case of couchsurfing.org. *Annals of Tourism Research*.
- Girard, A., & Schéou, B. (2013). Fair Tourism and the "authentic" encounter: realization of a rite of recognition in the context of the myth of authenticity. In N. Graburn & M. Gravari-Barbas (Eds.), *Tourism Imaginaries : places, practices, media*. Farnham: Ashgate.
- Godbout, J. (1997). Recevoir, c'est donner. *Communications*(65), 35-48.
- Graburn, N. (2013). Anthropology and Couchsurfing - Variations on a Theme (An Afterword). In D. Picard & S. Buchberger (Eds.), *Couchsurfing Cosmopolitanisms Candid Hospitality, Tourism and the Betterment of the World* (pp. 173-179). Bielefeld: Transcript Verlag.
- Guttentag, D. (2013). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 1-26. doi: 10.1080/13683500.2013.827159
- Hégon, J.-Y., & Pagès, J.-L. (2009). *Voyager presque gratuit*. Limoges: Solilang.
- John, N. A. (2013). The Social Logics of Sharing. *The Communication Review*, 16(3), 113-131. doi: 10.1080/10714421.2013.807119
- Lauterbach, D., Truong, H., Shah, T., & Adamic, L. (2009). *Surfing a Web of Trust: Reputation and Reciprocity on CouchSurfing.com*. Paper presented at the Proceedings of the 2009 International Conference on Computational Science and Engineering - Volume 04.
- Le Bigot, B. (2011). *L'Habiter mobile : l'exemple des couch surfers à Paris et à Berlin*. Master, Université de Paris 1, Paris.
- Ley, L. (2009). *Hospitality In Globalised Social Contexts. The Case Of CouchSurfing*. Bachelor Thesis, Westfälische Wilhelms Universität Münster, Münster.
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), p. 589-603.
- Neiman, O. (2012, Octobre 2012). J'ai fait le tour du monde en canapé. *Géo*, 49-56.
- Picard, D., & Buchberger, S. (2013). Introduction: Couchsurfing in Lisbon, Tunis and Brisbane. In D. Picard & S. Buchberger (Eds.), *Couchsurfing Cosmopolitanisms Candid Hospitality, Tourism and the Betterment of the World* (pp. 9-41). Bielefeld: Transcript Verlag.

Zuev, D. (2012). CouchSurfing as a spatial practice: Accessing and producing xenotopos *Hospitality & Society*, 1(3), 227-244.