

# « CouchSurfing » À la recherche d'une expérience touristique authentique

Julianna Priskin and Joris Sprakel

Volume 27, Number 1, Spring 2008

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1070899ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1070899ar>

[See table of contents](#)

## Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

## ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

## Cite this note

Priskin, J. & Sprakel, J. (2008). « CouchSurfing » : à la recherche d'une expérience touristique authentique. *Téoros*, 27(1), 68–71.

<https://doi.org/10.7202/1070899ar>

# « CouchSurfing »

## À la recherche d'une expérience touristique authentique

**Julianna Priskin et Joris Sprakel**

### Introduction

Selon les objectifs du *Millénaire pour le développement des Nations Unies*, le voyage et le tourisme peuvent contribuer au développement durable mondial de façon considérable (Organisation mondiale du tourisme, 2008). En effet, ces dernières années, l'image et le rendement du tourisme en tant que vecteurs de développement économique se sont améliorés et de nombreuses mesures pratiques ont été adoptées en vue de réduire ses impacts social et environnemental néfastes sur certains lieux. Tandis que le tourisme continue sur la voie de l'hypersegmentation des marchés et des produits, l'apparition croissante de communautés touristiques en ligne telles que CouchSurfing renforce son rôle en tant que moyen d'échanges culturels entre gens de tous les coins de la planète. CouchSurfing est une cybercommunauté touristique qui « a pour but de relier entre eux les gens et les lieux au niveau international, de créer des échanges culturels, de promouvoir la conscience collective et la tolérance ainsi que de faciliter la compréhension entre les différentes cultures » (CouchSurfing, 2008). Elle vise à faire vivre des expériences authentiques aux visiteurs, qui logent chez d'autres membres de CouchSurfing, peu importe la destination. La planète en tête, les membres de cette communauté sont des voyageurs sensibles aux autres et qui désirent rendre le monde meilleur. Le présent texte donne un aperçu de CouchSurfing dans le contexte du tourisme durable.

### CouchSurfing

Visant presque strictement les échanges sociaux, *CouchSurfing* a pour but de favoriser des expériences de voyage enrichissantes et authentiques. Bien que de nombreux voyageurs se joignent à la communauté parce qu'ils veulent épargner sur l'hébergement, les hôtes et leurs invités bénéficient de bon nombre d'avantages sur place. Grâce à un site interactif de type Web 2.0, CouchSurfing permet à n'importe qui dans le monde d'y adhérer gratuitement (CouchSurfing, 2008).

Chaque membre possède sa page personnelle avec son profil, condition préalable à l'adhésion ; cette page tend à faire ressortir l'essence même de chaque personne. Elle précise également le degré voulu d'échange avec le reste de la communauté, en indiquant si le membre veut « offrir son canapé » pour que son invité puisse y dormir ou seulement « aller prendre un thé ou un café ». La page personnelle montre aussi la participation d'un membre au fil du temps. Elle contient une liste d'amis qui décrit les liens l'unissant à ceux qui

y figurent. Ainsi, en cliquant sur le profil d'un membre, on peut savoir qui cette personne a hébergé et quand, où elle a voyagé et chez qui elle est restée. Selon la destination, surtout s'il s'agit d'une grande ville, la communauté peut organiser une variété d'activités sociales, telles que fêtes et réunions, où les membres qui n'ont pas fait connaissance par le biais de la messagerie électronique ou du site Web de la communauté peuvent le faire en personne.

En pratique, lorsqu'un voyageur arrive à destination, il communique avec un des membres pour savoir s'il peut dormir sur son « canapé ». Utilisé symboliquement, ce mot représente tout espace privé fourni par un couchsurfer pour une nuit. Selon la taille de son domicile, un hôte peut n'avoir qu'un canapé à offrir ou une chambre d'amis séparée. Bien qu'elles n'aient pas encore été quantifiées, les différences entre les types de domicile des couchsurfers sont considérables. Il convient de noter que certains membres aiment tellement accueillir les voyageurs qu'ils louent de plus grands espaces afin d'avoir une pièce supplémentaire pour y loger leurs invités. Bien que variable, la durée moyenne d'une visite par adresse est probablement de deux ou trois nuits, ce qui est jugé raisonnable. À Amsterdam, par exemple, un voyage d'une semaine ou plus se déroule chez différents hôtes et dans des auberges de jeunesse, les nuits où aucun hôte n'est disponible.

### Origine et bref historique de CouchSurfing

Loger chez les amis et les proches se fait depuis que les gens voyagent et même le concept d'échange de maison remonte à plusieurs décennies. Dans la plupart des destinations, une proportion notable de voyageurs restent chez des proches ou des amis. Cependant, la technologie et les télécommunications améliorées offrent de nouvelles options d'hébergement aux voyageurs, comme celle d'accéder au domicile d'étrangers qui font partie d'un réseau social et qui, d'amis virtuels, pourraient devenir des amis réels (Péloquin, 2007a, 2007b).

Le secteur de l'hébergement connaît présentement une phase intense de diversification : les hôtels du monde entier continuent de se distinguer en redéfinissant leur genre et en incorporant des thèmes particuliers à leurs établissements. Le même processus de diversification se manifeste dans le secteur de l'hébergement en ligne avec ses nombreuses cybercommunautés de voyage telles que Servas, Hospitality Club et Globalfreeloaders. La plupart de ces réseaux ont des objectifs et des idéaux semblables à ceux de CouchSurfing ; ce dernier demeure toutefois le plus vaste d'entre eux (tableau 1). Notons que CouchSurfing et Hospitality Club comptent des membres de presque tous les pays officiellement reconnus de la planète.

**Tableau 1**

**Profil des cybercommunautés touristiques en 2008**

| Communauté touristique | Membres | Nombre de pays représentés | Fondée en            |
|------------------------|---------|----------------------------|----------------------|
| CouchSurfing           | 409 872 | 223                        | 1998 (en ligne 2004) |
| Hospitality Club       | 328 629 | 207                        | 2000                 |
| Globalfreeloaders      | 54 566  | 203                        | Pas de données       |
| Servas                 | 4 170   | 125                        | 1949 (en ligne 2000) |

Sources : sites Internet respectifs.

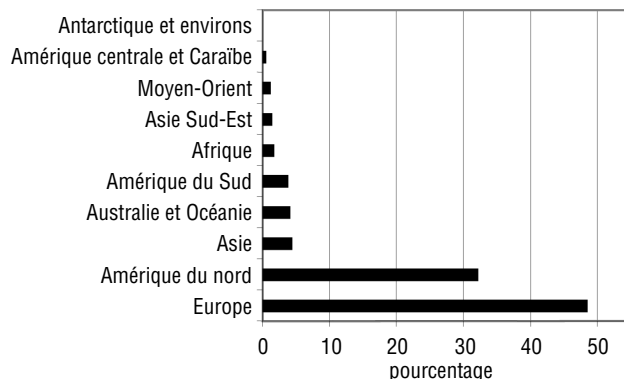
Bien que le plus ancien réseau d'hospitalité, Servas, existe depuis 1949, CouchSurfing a su profiter des possibilités d'Internet et a été créé en 1998 par l'Américain Casey Fenton, après un voyage en Islande, destination qui lui était inconnue avant son départ. Plutôt que de rester à l'hôtel, il voulait partager le quotidien de résidents de Reykjavik. Il a pu atteindre son objectif en envoyant des courriers électroniques à des étudiants d'université. Au retour de ce voyage réussi, il a décidé de bâtir un réseau en ligne de voyageurs d'abord aux États-Unis et, en 2003, il lançait une version bêta du site Web [couchsurfing.com]. Après de rigoureux essais, ce site est devenu accessible au grand public en janvier 2004. Les adhésions à CouchSurfing continuent d'augmenter de façon exponentielle et le site est de plus en plus interactif. De 50 000 membres dans le monde qu'il comportait à la fin de 2005, il en compte en janvier 2008 plus de 400 000, faisant de ce réseau le plus vaste en son genre dans le monde. Selon les statistiques du site, les couchsurfers sont surtout originaires des pays industrialisés occidentaux, dont l'Europe (qui en constitue approximativement la moitié) et l'Amérique du Nord (environ 30 %) (graphiques 1 et 2). Les États-Unis comptent de loin le plus grand nombre de couchsurfers, représentant à peu près un quart de tous les membres du monde entier. La cyberhospitalité est surtout pratiquée par les hommes, les femmes constituant à peine 40 % de tous les membres (graphique 3). Les membres de CouchSurfing, sont également jeunes : 70 % d'entre eux ont de 18 à 29 ans, l'âge moyen étant de 26 ans (graphique 4).

**Organisation et gestion**

Sauf pour quelques techniciens qui voient à la maintenance du site Web et un directeur bénévole nommé en 2007, CouchSurfing est géré entièrement par des bénévoles. Aux États-Unis, depuis 2007, CouchSurfing International est un organisme sans but lucratif officiel, ce qui lui permet de recevoir des fonds en vue de financer ses activités. Certains membres s'occupent de la maintenance du site Web en tant qu'administrateurs. Tous les membres sont égaux ; il existe toutefois une structure organisationnelle où certains d'entre eux détiennent plus de responsabilités en fonction de leur contribution. Il y a environ 700 ambassadeurs répartis dans le monde qui partagent des responsabilités organisationnelles à l'échelle municipale ou nationale (CouchSurfing, 2008). Les ambassadeurs prennent souvent part à l'organisation de rassemblements et d'activités dont les buts et les thèmes varient et qui attirent les membres locaux et de nombreux membres visiteurs. À Montréal, les couchsurfers organisent fréquemment de grandes réunions qui coïncident avec des festivals internationaux et d'autres événements majeurs. Celles-ci peuvent varier en fonction de la durée, du lieu, de l'envergure et des membres qui les composent. Après Paris, Montréal possède la communauté de couchsurfers locaux la plus vaste au monde (CouchSurfing, 2008).

**Graphique 1**

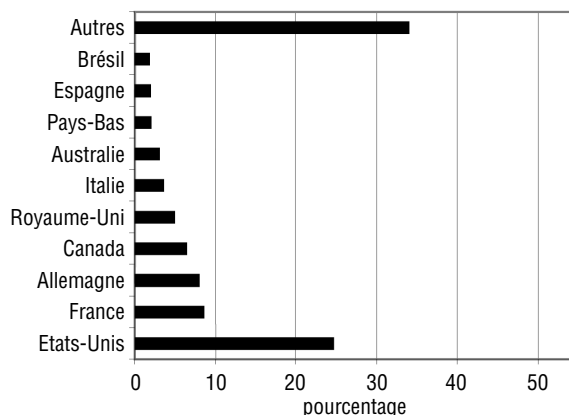
**Distribution des membres par région d'origine**



Source : CouchSurfing, 2008.

**Graphique 2**

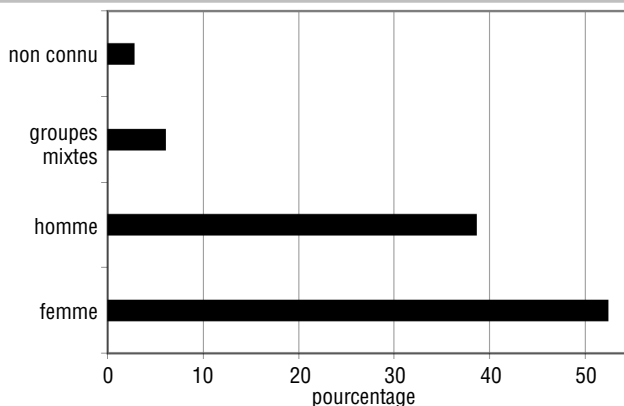
**Le Top 10 des pays d'origine**



Source : CouchSurfing, 2008.

**Graphique 3**

**Sexe des membres**



Source : CouchSurfing, 2008.

## Sécurité

Voyager nécessite un certain degré de sécurité et la cybersécurité en requiert encore davantage, étant donné que les hôtes et leurs invités se retrouvent dans un lieu privé sans se connaître. En tant qu'organisme, CouchSurfing prend de multiples mesures de sécurité, mais cette responsabilité incombe d'abord aux membres. Alors que n'importe qui peut créer un profil sur le site de CouchSurfing, nul n'est tenu de fournir des renseignements personnels qu'il veut garder confidentiels. Le profil peut n'être accessible qu'aux « membres seulement » et personne n'est obligé d'héberger d'autres membres. Un membre peut toujours refuser de prêter son « canapé » à un autre, peu importe la raison. Les membres de CouchSurfing peuvent demander que l'on « vérifie » l'adresse qu'ils ont saisie dans leur profil. La sécurité repose également sur les commentaires des utilisateurs. Après un séjour, l'hôte et son invité peuvent, s'ils le désirent, utiliser cette option du site Web pour faire des observations l'un sur l'autre, facilitant ainsi la comparaison entre membres ; la plupart d'entre eux aiment bien cependant y ajouter des remarques personnelles. Avant de décider de rester chez une personne ou de l'accueillir chez eux, les couchsurfers peuvent donc se faire une idée. Il est évident qu'un membre qui obtient beaucoup de commentaires négatifs aura moins de chances d'être hébergé chez d'autres membres ou d'en recevoir chez lui. De cette façon, chacun peut faire un choix éclairé en ce qui concerne ses échanges en dehors du réseau en ligne. Enfin, un membre digne de confiance peut aussi se porter garant d'un autre membre, certifiant qu'il est fiable et établissant ainsi un climat de confiance.

CouchSurfing offre une série de conseils pratiques à ses membres sur la façon de se comporter en logeant chez d'autres membres et sur les problèmes qui pourraient survenir. Seuls deux ou trois cas de fraude et de vol sont survenus jusqu'à maintenant. Dans de tels cas, l'« équipe de sécurité » de CouchSurfing en avertit les autorités compétentes. Le profil de membre fautif est supprimé et l'« équipe de sécurité » contrôle le profil de nouveaux membres pour éviter que le fraudeur ne récidive.

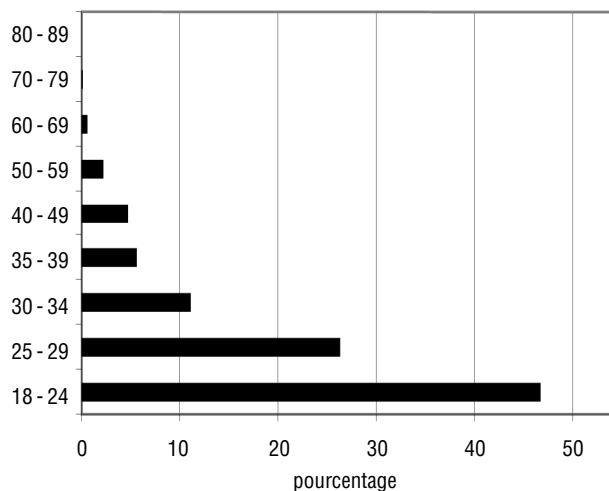
## L'impact du couchsurfing

Bien que le couchsurfing ait été décrit comme une forme de tourisme intime (Bialski, 2007), il existe actuellement très peu de documents qui affirment que les réseaux de voyage en ligne contribuent au développement durable de destinations touristiques.

Comme les touristes ordinaires, les couchsurfers font fonctionner l'industrie parce qu'ils voyagent en empruntant les modes de transport habituels. Ils partagent souvent le transport, surtout lorsqu'ils se déplacent en voiture. Jusqu'à maintenant cependant, aucune étude ne permet de dire où ils vont et pourquoi, ni quelle est leur contribution à l'économie locale. Étant donné que les couchsurfers logent chez d'autres membres, ils sont exclus des statistiques officielles d'hébergement et, pourtant, ils participent de façon importante aux activités économiques locales. Ils contribuent également aux recettes touristiques officielles d'une destination en visitant ses attraits touristiques, en prenant part à une variété d'activités culturelles et en fréquentant des bars et des restaurants, tout comme les autres touristes. Ils se différencient surtout par le fait qu'ils sont en quête d'une expérience authentique et qu'ils visiteront, grâce à leur hôte, des en-

Graphique 4

Groupe d'âge des membres



Source : CouchSurfing, 2008.

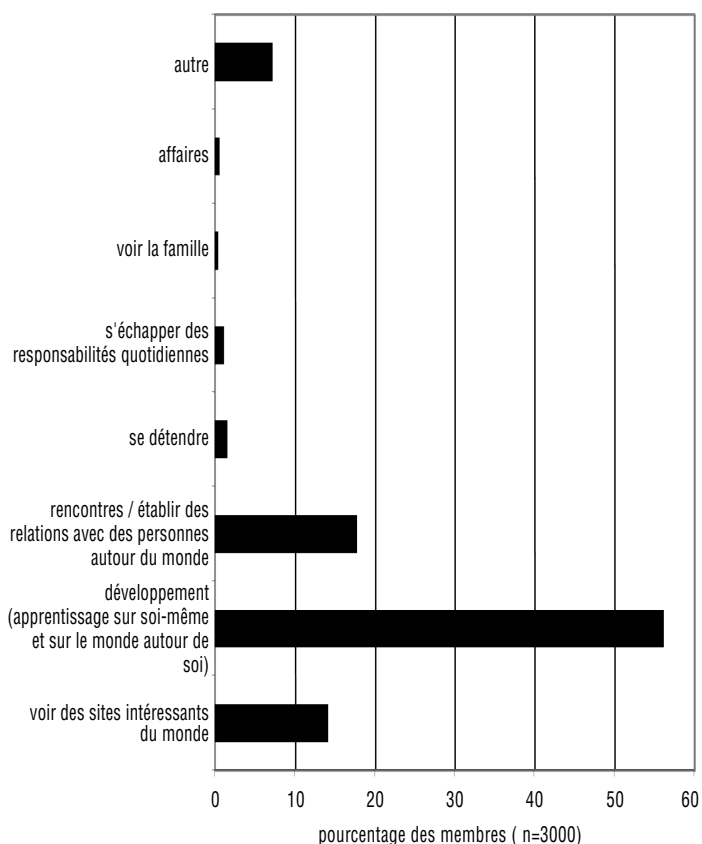
droits qui ne figurent pas sur les cartes touristiques officielles. Ainsi, leur contribution économique devrait inclure la consommation de produits et de services qui ne sont pas offerts au « visiteur moyen ».

CouchSurfing est plus qu'un service d'hébergement gratuit puisqu'il favorise les échanges entre résidents de divers pays et la création de liens interculturels. En plus de vouloir changer la façon de voyager des gens, CouchSurfing espère également changer leurs rapports avec le reste du monde. Il s'efforce en outre de bâtir des liens dans le monde afin de susciter et de renforcer la compréhension (inter)culturelle (CouchSurfing, 2008) ; ses membres recherchent des expériences profondes liées à la découverte, où le tourisme peut servir de véhicule ou d'outil pour changer les choses. Ils tiennent également à tisser des liens profonds avec des étrangers. Basée sur un sondage auprès de 3000 couchsurfers, une étude a montré que ces derniers désiraient surtout (56,21 %) en apprendre davantage sur eux-mêmes et le monde qui les entoure (graphique 5). Certains couchsurfers qui voyagent fréquemment pour affaires restent dans des hôtels et d'autres endroits traditionnels ; pour leurs voyages d'agrément, ils logent chez des couchsurfers : la nouveauté de chaque expérience leur fournit beaucoup de plaisir ainsi qu'une foule d'émotions liées à l'inconnu, au danger, à la peur, voire, à certaines épreuves. Les expériences mémorables que favorise CouchSurfing sont d'un tout autre ordre.

Selon la destination, l'empreinte écologique des couchsurfers dépend de la distance qu'ils parcourent et du mode de transport qu'ils utilisent. Étant donné qu'aucune étude sur leur comportement environnemental en voyage n'a été faite, il est impossible de savoir s'ils sont respectueux de l'environnement ou non. Cependant, puisqu'ils logent chez des gens « ordinaires », ils sont moins susceptibles de consommer les ressources telles que l'eau et l'électricité de façon irréfléchie. Il est fort probable qu'ils consomment les produits et services utilisés et recommandés par leur hôte.

Graphique 5

## Les motivations de voyage



Source : Bialski, 2007.

### Le couchsurfing est-il une forme de tourisme durable ?

Selon le critère principal du tourisme durable, tel qu'il est décrit par l'Organisation mondiale du tourisme, le couchsurfing peut probablement être considéré comme une forme de tourisme durable, bien que des recherches devront déterminer dans quelle mesure il l'est. Essentiellement, les membres utilisent les ressources environnementales de façon optimale parce qu'ils ne fréquentent pas les infrastructures touristiques souvent construites de façon artificielle et/ou inadéquate, telles que les grandes stations balnéaires aux formules « tout compris ». Les couchsurfers seront plus susceptibles de visiter des attraits touristiques authentiques que des établissements construits spécialement pour les touristes. Ils tiennent à respecter l'authenticité socioculturelle des communautés qui les accueillent et présentent un avantage économique pour les commerces qui leur fournissent les produits et services qu'ils consomment. Le couchsurfing est un produit du tourisme moderne, dans cette ère de la mobilité, qui regroupe les adeptes d'Internet et les membres de réseaux mondiaux. C'est une forme de tourisme qui écarte les voyageurs des lieux touristiques traditionnels. Bien que leurs modes de déplacement soient semblables à ceux des touristes classiques, les couchsurfers ont tendance à être plus respectueux de la communauté qui les accueille et de son environnement.

C'est surtout en ce sens que la cyberhospitalité peut être considérée comme une forme de tourisme durable. Étant donné que la majorité des membres recherchent l'authenticité en voulant tisser des liens émotionnels profonds avec des lieux par le biais de contacts humains, le rôle du paysage touristique traditionnel perd de son importance. De cette façon, les principaux attraits et les lieux touristiques cèdent le pas aux échanges sociaux, qui peuvent se retrouver au cœur de l'expérience du visiteur. En ce sens, le couchsurfing représente probablement une menace à la survie économique d'établissements touristiques tels que les hôtels et les stations balnéaires. On ne saurait prêter une importance excessive à cette menace, puisque le manque de « canapés » n'empêche pas les gens de voyager et les membres ne fréquentent généralement pas les stations balnéaires. Néanmoins, le fait même de chercher un espace privé ordinaire dans un lieu donné et de vouloir y établir des liens avec ses résidents signifie que n'importe quel endroit dans le monde peut devenir un refuge pour les couchsurfers.

Étant donné la voie prise par les télécommunications dans le monde et l'expansion globale du secteur touristique, des communautés telles que CouchSurfing continueront d'exister et de croître. Par conséquent, la création de sous-produits pourrait augmenter, donnant lieu à des communautés plus petites, plus spécialisées et répondant mieux aux besoins d'utilisateurs en quête d'expériences toujours différentes.

*Julianna Priskin est professeure associée au Département d'études urbaines et touristiques de l'Université du Québec à Montréal et chercheure à la Chaire de tourisme Transat de la même université.*

*Joris Sprakel est avocat et ambassadeur de CouchSurfing de la ville d'Amsterdam, Pays-Bas.*

### Bibliographie

- Bialski, Paula (2007), « Intimate Tourism. Friendship in a State of Mobility – the Case of the Online Hospitality Network », thèse de maîtrise, Institut de sociologie, Département de psychologie sociale, Université de Varsovie, Pologne.
- CouchSurfing (2008), [<http://www.couchsurfing.com/>], consulté le 23 janvier 2008.
- Global Freeloaders (2008), [<http://globalfreeloaders.com/>], consulté le 23 janvier 2008.
- Hospitality Club (2008), [<http://www.hospitalityclub.org/>], consulté le 23 janvier 2008.
- Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies (2008), [[http://www.unwto.org/frameset/frame\\_sustainable.html](http://www.unwto.org/frameset/frame_sustainable.html)], consulté le 23 janvier 2008.
- Péloquin, Claude (2007a), « Facebook, la nouvelle coqueluche du Web 2.0 », *Globe-Veilleur*, Réseau de veille en tourisme de l'École des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal, [<http://veilletourisme.ca/2007/09/06/facebook-la-nouvelle-coqueluche-du-web-20/?tagged=2>], consulté le 6 septembre 2007.
- Péloquin, Claude (2007b), « En quoi Facebook exerce-t-il un impact sur l'industrie touristique ? », *Globe-Veilleur*, Réseau de veille en tourisme de l'École des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal, [<http://veilletourisme.ca/2007/09/21/en-quoi-facebook-exerce-t-il-un-impact-sur-l-industrie-touristique/?tagged=2>], consulté le 21 septembre 2007.
- Servas International (2008), [<http://joomla.servas.org/>], consulté le 23 janvier 2008.