

*Elan pour Vivastreet*



Les Français et les petites annonces

*Janvier 2010*

# Méthodologie



# Méthodologie

- ▶ Étude réalisée auprès d'un **échantillon de 1001 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus**, composé de la manière suivante :
- ▶ L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.
- ▶ **Mode d'interrogation:** L'échantillon a été interrogé en ligne sur système Cawi (Computer Assisted Web Interview).
- ▶ **Dates de terrain:** les interviews ont été réalisées **du 6 au 8 janvier 2010.**



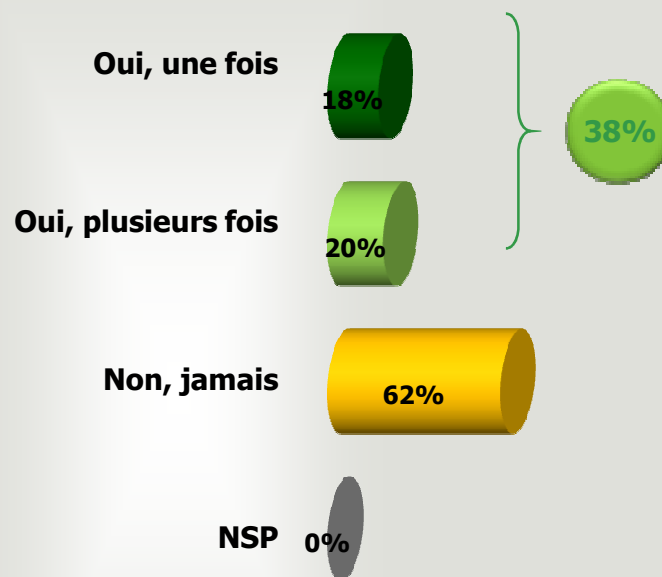
A

## Résultats



# Publication d'une annonce dans un commerce de proximité

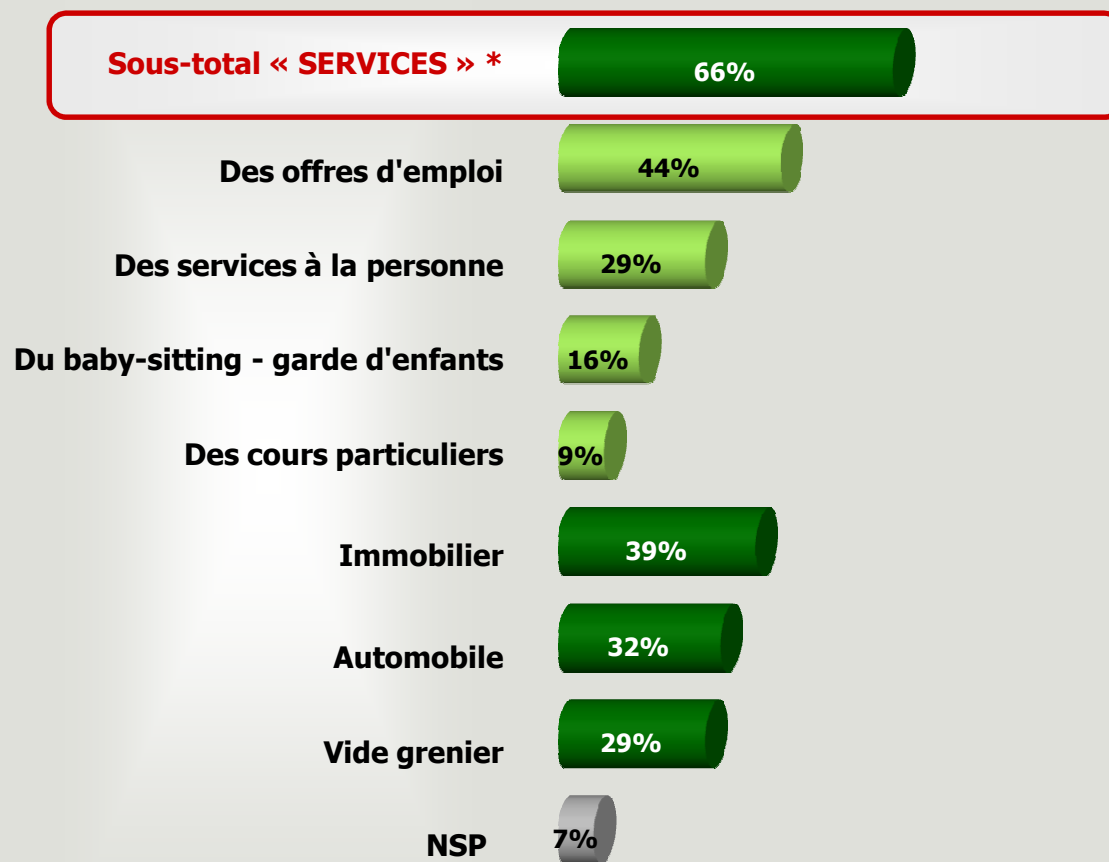
Q : Est ce que vous avez déjà passé dans votre vie une petite annonce dans un commerce de proximité (boulangerie, boucher, épicerie, supermarché...)?



# Type de biens et services consultés en ligne

Q : Parmi les biens et services suivants, lesquels sont pour vous prioritaires lorsque vous consultez ou passez une annonce en ligne ?

3 réponses possibles, total supérieur à 100%



*\* Sous total logique : personnes ayant répondu au moins un service*



# Avantages des achats/ventes de services sur Internet

Q : Diriez-vous que l'achat/vente de services sur Internet, tels que les services à la personne, l'emploi, le covoiturage ou le baby sitting, permettent de ...?

