

Présentation & Bon de commande

COURTS SEJOURS, VACANCES, NOUVELLES TENDANCES & E-TOURISME BAROMETRE ANNUEL 2010

Bilan de l'année 2009
& perspectives 2010



Cabinet Raffour Interactif
fondé en 1988

51, Rue des Belles Feuilles
75116 PARIS

tel : 33 (0)1 47 04 02 27

fax : 01 47 04 02 28

tourisme@raffour-interactif.fr

Plus de vingt ans
d'expertise sectorielle
& de recommandations
opérationnelles aux
acteurs du tourisme

METHODOLOGIE DU BAROMETRE

"COURTS SEJOURS, VACANCES, NOUVELLES TENDANCES & E-TOURISME"

UN TERRAIN FACE À FACE À DOMICILE AUPRES DE 1100 FRANÇAIS

Le terrain s'est déroulé en **face à face à domicile** auprès de **1100** personnes représentatives de la population "mère" : la population française âgée de 15 ans et plus (14 ans révolus). La méthode des quotas croisés (âge x sexe x CSP x région x taille de la commune) a été appliquée. Il s'est déroulé au cours des mois de **janvier et février 2010**.

Le face à face à domicile est la seule méthodologie garantissant que **tous les types de Français** ont été interrogés car les enquêteurs **professionnels** les recrutent sans les qualifier par leur possession de tel ou tel média qui servirait d'interface (téléphone, Internet) mais sur la base de **quotas spécifiés**. Ceci est primordial pour comprendre un taux de départ sur une population totale (celle ici des 15 ans et plus) et le réel impact justement de ces médias, donnant ainsi une vraie proportion de Français concernés, par exemple par le E-tourisme et par le m-tourisme.

Par ailleurs le "face à face" garantit que la personne interrogée correspond aux caractéristiques du quota précisé et garantit la vérité de ses réponses : elle est à son domicile, dans son environnement, disponible. L'enquêteur professionnel peut la relancer, lui expliquer un terme, écouter **qualitativement** les remarques et nous les transmettre. Ces entretiens qualitatifs enrichissent l'analyse des résultats de façon explicative.

La même méthodologie a été employée depuis le 1^{er} baromètre en 2002.

Le questionnaire a été mis au point après des **réunions qualitatives** avec des touristes, en analysant les principales tendances issues de notre **veille informationnelle** et en tenant compte des **résultats** des précédents baromètres (celui de 2010 est le 8ème).

Ce baromètre inclut les **cours séjours marchands** et les **longs séjours, marchands ou non**, pour du **tourisme de Loisir à titre personnel**.

Il exclut, *volontairement*, les courts séjours **non-marchands**, les "visites" hors tourisme à des parents / amis (fêtes, baptêmes, mariages...), les séjours de santé, pour affaires, motifs professionnels, les missions, réunions, pèlerinages, manifestations sportives, voyages scolaires et linguistiques.

Nous exploitons les résultats (traitements, analyses, graphiques) en travail piloté, réalisé par un chargé d'études et un ingénieur statisticien.



PRINCIPALES THEMATIQUES DU BAROMETRE

"COURTS SEJOURS, VACANCES, NOUVELLES TENDANCES & E-TOURISME"

Courts et longs séjours : Combien de Français partent en courts et/ou longs séjours ? Quels sont leurs profils ? Et avec quelle fréquence de départ ? Qui part en vacances d'été ? Combien sont fidèles à leur lieu de villégiature ?

Délai de réservation : Qui réserve 15 jours avant le départ, de 15 à 30 j, plus tôt ?

Qui part en France, à l'étranger ?

Choix du séjour : Qui privilégie le thème du séjour ? La destination ?

Réussite des vacances : Combien de Français ont réussi leurs vacances ?

Les vacances sont-elles un besoin vital pour lequel les Français sont prêts à sacrifier d'autres dépenses ?

Nouveaux comportements de consommation touristique : Combien de Français partis adoptent (ou accentuent) de nouveaux comportements face à la conjoncture économique difficile ? Lesquels parmi 21 mesurés ? Avec quelle évolution par rapport à l'année passée ?

Potentiel du e-tourisme : Qui sont les internautes ? Qui prépare son séjour en ligne ? Combien ont uniquement préparé en ligne ? Quels types de prestations réservent-ils ?

M-tourisme : Les applications pour téléphones mobiles sont-elles très utilisées pour préparer les séjours ? Comment sont-elles appréciées ?

Web 2.0 : Quels profils de e-touristes participent au Web 2.0 ? Combien lisent les avis déposés par d'autres touristes sur les sites de prestataires ? En sont-ils influencés ?

Perspectives 2010 : Qui prévoit de partir en 2010, en court séjour marchand et/ou en long séjour marchand/non marchand ?

Réchauffement climatique : Quelle est l'influence du respect de l'environnement sur le taux de départ ? Combien de Français se disent concernés par cette problématique ? Quelles actions concrètes envisagent-ils pour lutter contre l'émission des gaz à effet de serre ?

RÉSULTATS PRÉSENTÉS DANS UNE APPLICATION INTERACTIVE AUTORISANT TOUS LES TRIS

L'intérêt de cette application réside dans la possibilité qui est offerte à l'utilisateur de choisir les traitements qu'il souhaite réaliser en fonction des questions qu'il se pose. Les résultats apparaissent instantanément.

Ainsi l'utilisateur se voit-il offrir un choix très étendu d'analyses, sans jamais être submergé par la quantité d'informations : seul le résultat souhaité apparaît.

Le fichier permet de croiser chaque **variable d'intérêt** (ex : Français partis, Français partis en long séjour, etc.) avec de multiples **variables de croisement** (ex : Région, Catégorie de l'agglomération, Age et sexe de l'interviewé, Revenu du foyer, etc.).

POUR CHAQUE CROISEMENT SÉLECTIONNÉ, L'APPLICATION PRODUIT 3 TYPES DE RÉSULTATS

1. LE TRI À PLAT SUR LA VARIABLE D'INTÉRÊT

Exemple : si la variable d'intérêt est "Français partis", on obtient le pourcentage et l'effectif estimé des français de 15 ans et plus qui sont partis en court séjour marchand ou en long séjour (marchand ou non)

2. LE TRI CROISÉ EN COLONNE

Exemple : si on croise la variable d'intérêt "Français partis" et la variable de croisement "Revenu mensuel", on obtiendra le pourcentage de Français partis pour chacune des tranches de revenu. On pourra dire que :

- ▶ x % des Français de 15 ans et plus appartenant à un foyer dont le revenu mensuel est inférieur à 3000 € sont partis en 2009
- ▶ y % des Français de 15 ans et plus appartenant à un foyer dont le revenu mensuel est compris entre 2000 € et 3000 € sont partis en 2009



3. LE TRI CROISÉ EN LIGNE

Exemple : si on croise la variable d'intérêt "Français partis" et la variable de croisement "Revenu mensuel", on obtiendra la répartition des Français partis en fonction des tranches de revenus. On pourra dire que :

- ▶ x % des Français partis appartiennent à un foyer dont le revenu mensuel est inférieur à 3000 €
- ▶ y % des Français partis appartiennent à un foyer dont le revenu mensuel est compris entre 2000 € et 3000 €





Bon de commande

Télécopier uniquement cette page au 33 (0) 1 47 04 02 28

Baromètre 2010

"Courts séjours, Vacances, Nouvelles tendances & E-tourisme"

Tarif de base : 4 900 euros HT, réduit de **20 %** en période de lancement, soit **3 920,00 € HT**
+ TVA 19,6 % (sur encaissement) **+ 768,32 €**
TOTAL TTC 4 688,32 € TTC

Règlement à fin de mois. Facture envoyée par PDF protégé par e mail (à indiquer ci-dessous).

Etude disponible en **avril** pour l'**application interactive**, en **juin** pour l'ensemble des **graphiques thématiques** (près de 300).

Fait à Paris, le 23 mars 2010

Guy Raffour, P-DG.

Le client s'engage, par ce bon de commande, une fois l'étude réceptionnée, à ne pas la divulguer à des tiers externes à sa propre organisation, étant tenu au respect du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle le plus strict.

Le prix de vente de cette étude tient compte d'une souscription multiple et est donc largement inférieur au coût de la mise au point de cette étude.

Toute diffusion non autorisée donnera lieu à des poursuites.

Organisme _____

Mme ou Mr _____

(nom ; prénom)

Fonction _____

Adresse complète : n° et rue

Code postal _____

Ville _____

E-mail professionnel personnel * _____

Téléphone _____

(signature précédée de la mention "Bon pour commande" avec tampon)

* Usage de l'e-mail réservé au Cabinet Raffour Interactif, celui-ci ne sera jamais transmis à des tiers.



Raffour Interactif ■ **Cabinet d'études marketing** ■ **Spécialisé tourisme** ■

■ 51, rue des Belles-Feuilles ■ 75 116 Paris ■ Tél : 33 (0) 1 **47 04 02 27** ■ Fax 33 (0) 1 47 04 02 28 ■

■ www.raffour-interactif.fr

■ tourisme@raffour-interactif.fr ■

THÉMATIQUES DÉTAILLÉES DU BAROMÈTRE: LES SÉJOURS DES FRANÇAIS

► Profil des Français de quinze ans et plus

Profil et répartition dans les Régions françaises en janvier 2010

► Taux de départ des Français (Longs séjours, courts séjours marchands et fréquence)

Evolution de la population des 15 ans et plus et des partis en court séjour marchand et/ou long séjour

Différenciation entre Français partis et Français non partis (revenu, niveau d'étude, âge et habitat)

Taux de départ des Français et évolution des départs en longs séjours / courts séjours en 2009, marchand / non marchand

Evolution 2008-2009 des Français partis en courts ET longs séjours marchands et des Français partis en courts OU longs séjours

Français partis (courts ou longs séjours, marchands ou non) selon la Catégorie Sociale (PCS) du chef de famille et la nature du foyer

► Profil des partants en court séjour marchand

Régions françaises ayant le taux de départ en court séjour marchand le plus élevé

Taux de départ en court séjour marchand des Français : distinction Hommes / Femmes, actifs / non actifs, tris selon la catégorie d'âge, le niveau d'éducation et la PCS du chef de famille, la nature du foyer

Français partis en courts ET/OU longs séjours marchands selon la PCS du chef de famille et la nature du foyer

► Profil des partants en long séjour

Différenciation entre les Français partis en longs séjours marchands et ceux partis en longs séjours non marchands exclusif

Régions françaises ayant le taux de départ en long séjour le plus élevé

Taux de départ en long séjour marchand / non marchand des Français : distinction Hommes / Femmes et actifs / non actifs, tris selon la catégorie d'âge, le niveau d'éducation et la PCS du chef de famille, la nature du foyer

► Taux de départ et fidélité au lieu de vacances d'été

Evolution 2008-2009 du taux de départ en vacances d'été et de la fidélité des Français à leur lieu de vacances d'été : distinction Internautes / Non internautes

Part des Français qui, en 2010, pensent retourner ou non sur le même lieu de vacances d'été qu'en 2009, selon leur région

Profil des Français qui pensent retourner au même endroit que l'an passé pour leurs vacances d'été 2010, tris selon le sexe, la tranche d'âge, l'activité / inactivité, le diplôme et la PCS du chef de famille, la nature du foyer

► Taux de départ à l'étranger & DOM-TOM et profil des partants

Evolution 2008-2009 du taux de départ à l'étranger (DOM-TOM inclus) des Français de 15 ans et plus

Taux de départ à l'étranger et dans les DOM-TOM des Français partis

Régions françaises ayant le taux de départ à l'étranger (DOM-TOM inclus) le plus élevé

Profil des Français partis à l'étranger (DOM-TOM inclus)

Tendance à partir à l'étranger et/ou dans les DOM-TOM : distinction Hommes / Femmes et actifs / non actifs, tris selon l'âge, le niveau d'étude et la PCS du chef de famille, la nature du foyer





► **Choix du principal séjour entre le thème et la destination pour les Français de 15 ans et plus partis en 2009**

Répartition des Français de 15 ans et plus partis entre le choix du thème et de la destination pour le principal séjour de vacances

Choix du principal séjour : distinction Hommes / Femmes, actifs / non actifs, Internautes / Non Internautes, France uniquement / Etranger & DOM-TOM, tris selon l'âge, le diplôme et la PCS du chef de famille, le revenu, la nature du foyer, la région

► **Réussite du principal séjour de vacances pour les Français de 15 ans et plus partis en 2009**

Part des Français ayant passé des vacances très réussies / plutôt réussies / pas vraiment réussies

Réussite du principal séjour de vacances : distinction Hommes / Femmes, actifs / non actifs, Internautes / Non Internautes, France uniquement / Etranger & DOM-TOM, tris selon l'âge, le diplôme et la PCS du chef de famille, le revenu, la nature du foyer, la région

► **Français prêts à faire des sacrifices sur d'autres dépenses pour partir en vacances**

Part et profil des Français actifs partis en longs séjours prêts à sacrifier d'autres dépenses pour partir en vacances en dépit d'une conjoncture économique difficile

Français actifs partis en longs séjours considérant que partir en vacances est un besoin vital : distinction Hommes / Femmes, tris selon l'âge, le diplôme et la PCS du chef de famille, la nature du foyer, par région

► **Délais de réservation pour les longs séjours marchands**

Temps de réservation à l'avance pour les vacances 2009

Part et profil des Français partis en longs séjours marchands ayant réservé durant les 15 derniers jours avant leur départ, segmenté par région

Tendance à réserver ses vacances à J-15, de J-15 à J-30, et avant J-30 : distinction Hommes / Femmes et actifs / non actifs, tris selon l'âge, le diplôme et la PCS du chef de famille, la nature du foyer

► **Profil des Français dont le revenu mensuel brut est supérieur à 3000 €**

Répartition dans les régions et profil des foyers Français dont le revenu mensuel brut est supérieur à 3000 €

Part des Français dont le revenu mensuel brut du foyer est supérieur à 3000 € étant partis en 2009, segmenté par partis en séjours marchands / partis en longs séjours d'été / partis à l'étranger & DOM-TOM / ayant réservé leurs vacances à J-15 / estimant que partir en vacances est un besoin vital / étant Internautes / se disant concernés par la lutte contre les gaz à effet de serre / adoptant un nouveau comportement face à la conjoncture économique / pensant partir en courts séjours marchands cette année, en longs séjours marchands et en longs séjours non marchands



THÉMATIQUES DÉTAILLÉES DU BAROMÈTRE: LE E-TOURISME

► Profil des Internautees

Evolutions comparées de la population des Internautees et de la population Française en 2008 vs 2009

Nombre d'Internautees de plus en 2009 par rapport à 2005

Répartition et part des Internautees dans les régions en janvier 2010

Profil des Internautees en janvier 2010, tris selon l'âge, le diplôme et la PCS du chef de famille, la nature du foyer

► Evolution du taux d'utilisation d'Internet

Evolution du taux d'utilisation d'Internet selon le niveau de formation et la PCS du chef de famille, le revenu mensuel brut du foyer

Evolution du taux d'utilisation d'Internet selon la PCS du chef de famille

Evolution du taux d'utilisation d'Internet selon le revenu mensuel brut du foyer

► Lieux de connexion à Internet

Modes d'accès à Internet, combiné avec le mode d'accès principal, segmenté par le sexe et la tranche d'âge, par le diplôme et la PCS du chef de famille, par la nature du foyer, par le type d'agglomération et le revenu mensuel

Nombre de lieux de connexion, segmenté par le sexe et la tranche d'âge, par le diplôme et la PCS du chef de famille, par la nature du foyer, par le type d'agglomération, par le revenu mensuel

► Taux de départ des Internautees vs non Internautees

La part de l'e-tourisme au fil des années

Nombre d'Internautees partis en 2009

Part des Internautees étant partis en 2009 contre la part des non Internautees

Part des Internautees dont le revenu mensuel brut du foyer est supérieur à 3000 € étant partis en séjours en

2009, contre la part des non Internautees

Taux de départ / départ à l'étranger : distinction Internautees / non Internautees, tris selon l'âge, l'habitat, la PCS du chef de famille

Internautees partis (court ou longs séjours, marchands ou non) selon la PCS de l'interviewé et la nature du foyer

Internautees partis en longs séjours marchands / non marchands / courts séjours marchands / courts ET longs séjours marchands, tris selon la PCS du chef de famille et la nature du foyer

► Comparaison Internautees vs non Internautees

Différenciation entre Internautees et non Internautees

Part des réservations plus de 30 jours avant le départ

Part des Français partis retournant au même endroit en vacances d'été

Incidence du réchauffement climatique sur les projets de séjour

Actions envisagées par les Internautees et non Internautees partis pour limiter l'émission de gaz à effet de serre

Part des Français partis ou prévoyant de partir en séjours marchands adoptant au moins un nouveau comportement face à la crise

Intentions de départ pour 2010 des Français de 15 ans et plus en courts séjours marchands & longs séjours marchands et non marchands

► Part des Internautees chez les Français partis en séjours

Évolution de la part des Internautees chez les Français partis

Taux de départ en séjour des Français et taux d'Internautees parmi les partants, selon les régions

Evolution du taux de départ en séjour des Français et des taux d'Internautees parmi les partants, segmenté par tranche d'âge, par le diplôme et la PCS du chef de famille, par la situation matrimoniale, par le revenu mensuel brut du foyer

► La préparation en ligne

Part des Internautes préparant ayant exclusivement utilisé Internet pour organiser leurs séjours

Préparants et non préparants sur Internet segmenté par sexe, par tranche d'âge, par diplôme et PCS du chef de famille, par la nature du foyer, par la situation familiale, par le revenu mensuel

Préparation en ligne et nombre de courts séjours marchands, fidélité au lieu de vacances, pour les vacances d'été 2010

► Préparation des séjours sur Internet exclusivement

Part des Internautes préparants ayant exclusivement utilisé Internet pour organiser leurs séjours

Préparation uniquement sur Internet vs Internet et autres moyens traditionnels segmenté par le sexe, la tranche d'âge, par le diplôme et la PCS du chef de famille, par la nature du foyer, par la situation de famille, par le revenu mensuel

► Profil des réservants vs non réservants sur Internet & pourquoi certains préparants n'ont pas réservé

Part des Internautes partis ayant réservé tout ou partie de leurs séjours sur Internet en 2008, segmenté par la PSCS et la nature du foyer

Réservation : profil des réservants et des non réservants segmenté par la tranche d'âge, par le diplôme et la PCS du chef de famille

Réservation en ligne et nombre de courts séjours

► Taux de transformation (part des préparants sur Internet qui réservent en ligne)

Evolution du taux de transformation en 2009

Taux de transformation segmenté par le sexe, par la tranche d'âge, par le diplôme et la PCS du chef de famille, par la nature du foyer, par le revenu mensuel, par le type d'agglomération,

► Types de prestations réservées sur Internet

Type de produit réservé en premier sur Internet en 2009

Combinaisons des types de réservations effectuées dans l'année

Réservation d'hébergement, de train et d'avion segmenté par sexe, par âge, par diplôme et PCS du

chef de famille, par nature du foyer, par type d'agglomération, par revenu mensuel

Variété des types de réservations effectuées en ligne

Pluralité des types de réservation segmenté par sexe, par âge, par diplôme et PCS du chef de famille, par nature du foyer, par type d'agglomération, par revenu mensuel

► Web 2.0 (Lecture des avis, dépôt de contenus, qualification des contenus déposés)

Evolution du tourisme dans le Web 2.0 en 2009

Part de la population française étant la plus nombreuse à pratiquer ou à être intéressée par la diffusion de ses souvenirs de vacances sur Internet selon l'âge, segmenté par le diplôme et la PCS, par la nature du foyer, par la situation familiale, par le revenu mensuel

Mise en ligne de souvenirs selon le nombre de lieux de connexion

Part des Internautes ayant déposé des contenus en ligne et exprimé des opinions positives

Part des Internautes préparants disant lire et être réellement influencés par les avis déposés par les e-touristes sur les sites de prestataires

Lecture, lors de la préparation des séjours, des avis des touristes sur les sites de prestataires segmenté par le sexe, l'âge, le diplôme et la PCS de la personne, la nature du foyer, la situation familiale, le revenu mensuel

► Le m-tourisme

Répartition des Internautes français âgés de 15 ans et plus partis ayant utilisé Internet sur leur téléphone mobile ou des applications mobiles de tourisme pour préparer leurs séjours de Loisir

Part des Internautes français âgés de 15 ans et plus partis ayant utilisé Internet sur leur téléphone mobile et trouvé cela pratique / non pratique

Internautes français âgés de 15 ans et plus partis ayant utilisé Internet sur leur téléphone mobile : distinction Hommes / Femmes, actifs / non actifs, longs séjours / courts séjours, France uniquement / Etranger & DOM-TOM

Internautes français âgés de 15 ans et plus partis ayant utilisé Internet sur leur téléphone mobile segmenté par la PCS, l'âge, le revenu, la nature du foyer et le diplôme de la personne, par région



THÉMATIQUES DÉTAILLÉES DU BAROMÈTRE: INTENTIONS DE DÉPART POUR 2010

► Intentions de départs pour 2010 en CSM, LSM, LSNM

Intentions de départ pour 2010 des Français de 15 ans et plus / partis en 2009 en courts séjours marchands / longs séjours marchands / non marchands

Taux de départ prévisionnel global segmenté par région des Français prévoyant de partir en 2010

Intentions de départ pour 2010 en court séjour marchand / long séjour : distinction Hommes / Femmes, actifs / non actifs, segmenté par l'âge, le diplôme et la PCS du chef de famille, le revenu mensuel, la nature du foyer

► Evaluation des comportements face à la conjoncture économique difficile

Nouveaux comportements adoptés face à la conjoncture économique difficile : distinction partis en séjours marchands / non partis, Homme / Femme, actifs / non actifs, tris selon l'âge, le niveau d'études et la PCS du chef de famille, la nature du foyer

Part des Internautes ayant réservé en ligne des séjours "tout compris" pensant se limiter aux seuls transports/hébergements, en 2010

Part de Français partis en séjours marchands ou prévoyant de le faire en 2010 pensant réserver de plus en plus en ligne, en fonction de l'utilisation d'Internet pour la préparation de séjours

Part des partis en séjours marchands pensant aller de plus en plus vers du non marchand en 2010

Part des partis en longs séjours marchands pensant réduire la durée de leurs séjours en 2010

Part des Français ayant séjourné à l'étranger et étant partis en séjours marchands, pensant partir davantage en France en 2010

Part des Internautes préparants et partis en séjours marchands (ou prévoyant de le faire en 2010) lisant déjà des commentaires déposés en ligne par d'autres E-touristes et pensant demander de plus en plus l'avis d'autres personnes avant de prendre une décision

► Incidence du réchauffement climatique sur les séjours

Incidence du réchauffement climatique sur les projets de séjours

Part des Français partis se sentant la plus concernée par les Gaz à Effet de Serre selon le sexe, la tranche d'âge, le diplôme et la PCS de la personne, la nature du foyer, la situation familiale et le revenu

Comportement favorisé par les Français partis pour lutter contre les gaz à effet de serre

Actions envisagées par les personnes parties en long séjours marchands & non marchands / courts séjours marchands sensibles à la réduction des GES



CHIFFRES DU BAROMÈTRE 2009 PRÉSENTS DANS L'ÉDITION 2010

► Budgets vacances - Combien en prévoient, combien les respectent

Part des actifs partis en longs séjours en 2009 ayant dépensé JUSTE ce qui était prévu pour leur budget "vacances"

Part des actifs partis en longs séjours en 2009 ayant prévu un budget vacances selon la région d'appartenance

Profil des Français actifs ayant prévu un budget pour leurs vacances de 2009

Respect du budget vacances 2009 des Français actifs : distinction Hommes / Femmes, tris selon l'âge, le diplôme et la PCS du chef de famille, la nature du foyer

► Avantages perçus de la préparation en ligne sur Internet

Les avantages perçus de la préparation du séjour sur Internet

Intérêt perçu des sites Web pour préparer un séjour

Les avantages de la préparation sur Internet : distinction Hommes / Femmes et actifs / non actifs, tris selon l'âge, la PCS du chef de famille, la nature du foyer

► Sentiment d'expertise sur Internet pour la préparation en ligne des séjours

Part des Internautes préparants se disant devenir de plus en plus "expert" de la préparation de séjours, tris selon le sexe, l'âge, le revenu, le diplôme et la PCS de la personne, la nature du foyer

► Profil des réservants vs non réservants sur Internet & pourquoi certains préparants n'ont pas réservé

Raisons pour lesquelles les Internautes partis / non partis - ayant préparé leurs séjours en ligne - n'ont pas réservé en ligne

Raisons pour lesquelles les Internautes partis en longs séjours marchands - ayant préparé leurs séjours en ligne - n'ont pas réservé en ligne

► Web 2.0 (Lecture des avis, dépôt de contenus, qualification des contenus déposés)

Qualification des contenus déposés selon le sexe et l'âge

Part des Internautes ayant déposé des contenus en ligne et exprimé des opinions positives selon le diplôme de la personne et la PCS de la personne, la nature du foyer, la situation familiale, le revenu mensuel