

L'habitat partagé dans les petites annonces

Mourad Bahfir

GRS-Université Lyon II
mouradbahfir@yahoo.fr

Résumé

La communication portera sur l'exploitation d'un corpus de textes sur la colocation très intéressant à analyser. En effet, l'exploitation des informations que les candidats à la colocation fournissent par le biais d'une annonce-modèle nous donnent, d'une part, certaines caractéristiques sociales de cette population et, d'autre part, les manières dont ces candidats se présentent, décrivent le logement (description des différents éléments du logement et de l'environnement dans lequel il s'inscrit) qu'ils proposent ou qu'ils souhaitent acquérir, ce qu'ils attendent (les comportements et les attitudes qu'ils jugent importants pour le « bon » fonctionnement de la colocation) et ce qu'ils exigent (âge, sexe, nationalité, profession, etc.) de leur futur colocataire. Il s'agit donc de dégager les différentes formes de présentation de soi des candidats à l'habitat « partagé » et ce qu'ils attendent de leur futur colocataire. Cette dimension constitue une partie du travail consacré à construire une des clés de lecture permettant de comprendre les « groupes des cohabitants » produits par ce phénomène. Par ailleurs, l'intérêt ne se réduit pas seulement à comprendre cette pratique mais, dans une certaine mesure, à l'étude des groupes domestiques.

Introduction

La thèse porte sur l'étude du phénomène de la colocation très peu investi par les sciences sociales. L'intérêt de cette recherche réside dans le fait que cette forme d'habiter permet d'éclairer autrement le rapport à l'espace domestique qui est historiquement et socialement construit comme étant l'espace par excellence du privé et de la famille. En effet, le logement, comme le rappelle Michel de Certeau (de Certeau, 1999, p.205), est « ce lieu propre qui, par définition, ne saurait être le lieu d'autrui » mais il peut, également, être le lieu de vie de personnes « étrangères » les unes aux autres. Qu'engendre la coprésence de plusieurs personnes qui vivent sous le même toit ? Quels sont les stratégies de marquage du territoire, les conventions tacites ou écrites, les frontières entre les espaces communs et les espaces collectifs, les investissements matériels (étudiés par d'autres chercheurs dans le cadre du conjugal, du parental) développés dans ce cadre bien particulier. Comment se définissent, dans cette configuration sociale particulière, les attentes des habitants et les modes d'appropriation d'un territoire constitué de plusieurs « chez-soi ». Si la conquête d'un chez-soi dans l'espace conjugal, d'un chez-soi dans des institutions d'hébergement, d'un chez-soi chez ses parents ont fait l'objet de plusieurs travaux sociologiques, la construction d'un chez-soi dans un logement partagé par plusieurs personnes révélant ainsi les bouleversements dans les représentations et les manières d'investir l'espace domestique reste absente. L'objectif de cette recherche est d'analyser cette inscription particulière de la vie à plusieurs dans un même espace domestique.

Vivre ensemble sans vivre en couple qui constitue, selon François De Singly (De Singly, 2000, p.21) « une quasi-expérimentation pour découvrir les bienfaits et les inconvénients de la vie dans un espace commun » est un phénomène qui a échappé, pour diverses raisons (ça concerne, ou supposé concerné, que les étudiants), à une quantification (qui sont-ils ? ; combien de logements représente-t-elle ?). Il s'agit dans ces conditions de produire des données, d'une part, sur les caractéristiques sociales de la population (qui selon certaines sources concerne de plus en plus une population qui débordera la population étudiante) qui a recours à la colocation et, d'autre part, sur les caractéristiques physiques des espaces qu'elle occupe. L'absence d'une instance permettant

l'identification de la population des colocataires rend nécessaire et difficile ce travail de construction des données (il faut mobiliser plusieurs sources : annonces, CAF, INSEE, etc.).

Outre les entretiens qui constituent le matériau le plus important dans ma recherche, un des moyens que j'ai mobilisés pour identifier certaines caractéristiques de la population des colocataires (distribution spatiale des logements, la superficie, le type, âge des colocataires, sexe, situation sociale, etc.) est le traitement statistique de centaines d'annonces (six cents environ) d'offre et de demande de colocation. En effet, ce corpus d'annonces constitue un matériau très intéressant à exploiter pour saisir les logiques de présentation de soi de la population des colocataires, et les manières dont ces derniers (offreurs et demandeurs) mettent en texte l'espace domestique. Cette analyse permet de différencier des manières de décrire l'espace qu'on habite ou qu'on souhaite habiter, les manières de se présenter et de décrire son futur colocataire selon notamment le sexe et la situation sociale (étudiant/ non étudiant). C'est une partie de ma thèse que j'exposerai dans le cadre de la journée d'étude autour du logement.

La colocation dans les petites annonces

Le site colocation.fr permet de constituer un corpus de textes sur la colocation très intéressant à analyser. En effet, l'exploitation des informations que les candidats à la colocation fournissent par le biais d'une annonce-modèle nous donnent, d'une part, certaines caractéristiques sociales de cette population et, d'autre part, les manières dont ces candidats se présentent, décrivent le logement (description des différents éléments du logement et de l'environnement dans lequel il s'inscrit) qu'ils proposent ou qu'ils souhaitent acquérir, ce qu'ils attendent (les comportements et les attitudes qu'ils jugent importants pour le « bon » fonctionnement de la colocation) et ce qu'ils exigent (âge, sexe, nationalité, profession, etc.) de leur futur colocataire.

Structure des annonces

Données factuelles

Le premier type d'informations est un ensemble de réponses à des demandes de renseignements bien précises car il s'agit d'estimer le loyer (loyer maxi), type du logement, d'indiquer la date d'entrée et la durée de la colocation souhaitée (date d'entrée souhaitée), de préciser le nombre de colocataires recherché, le nom, l'âge, la dépendance au tabac, le signe astrologique [1], possession d'animaux, expérience en matière de colocation. Une information très importante dans la caractérisation de la population existe mais les modalités de réponses imposées (actif, étudiant ou autre [2]) ne permettent pas de saisir la réalité du poids des individus actifs (non étudiants) au sein de ce groupe. En effet, comment est perçue la catégorie « actif » par la population ? recouvre-t-elle uniquement la situation où l'individu a un emploi ? Un étudiant salarié est-il actif ou étudiant ? On peut néanmoins supposer que selon la perception des enjeux de la situation (valoriser la caractéristique qui est susceptible d'être perçue comme un atout et non un handicap) telle dimension est plus mise en valeur que l'autre. Dans d'autres situations la même personne jugerait que se définir d'abord comme étudiant est plus avantageux. Un travail plus minutieux consistant à comparer, sur chaque annonce, la situation déclarée (actif, étudiant ou autre) et celle donnée dans la rubrique « quelques mots [3] » présente l'avantage d'identifier les étudiants salariés ainsi que l'aspect qu'ils valorisent en premier [4]. Mais il ne peut nullement servir à « corriger » la dimension que les candidats ont favorisée. En effet, si un individu choisit de mettre plus en valeur le fait qu'il est actif, même s'il déclare qu'il est étudiant [5] dans la partie « quelques mots » le chercheur doit prendre en compte la manière dont les candidats ont « résolu » l'ambiguïté de leur situation (salarié et étudiant) ont et non pas la considérer comme un obstacle qui va en quelque sorte réduire la portée de l'analyse. L'arbitrage entre ces deux dimensions est le produit de la perception des enjeux liés à la situation dans laquelle les individus s'inscrivent. En émettant cette

hypothèse, le travail long et minutieux qui consiste à identifier les doubles appartenants (étudiant salariés) et ce qu'ils valorisent ne constitue pas une valeur ajoutée à l'analyse du corpus des petites annonces. L'insistance sur le flou de la catégorie « activité » et des modalités imposées (actif, étudiant, autre) est d'autant plus nécessaire que l'une des hypothèses de ce travail consiste précisément à repérer des modes de présentation de soi, des attentes et des exigences du futur colocataires différenciés selon, entre autres variables, la situation professionnelle des candidats.

Décrire en « quelques mots »

Le deuxième type d'informations est recueilli par le biais de deux espaces ou rubriques, dans lesquels les candidats rédigent deux textes, l'un répondant à l'intitulé « descriptif » qui rassemble des éléments liés au logement [6], l'autre désigné par « quelques mots », espace mis à la disposition des candidats pour se présenter, présenter les occupants du logement, décrire ce qu'ils attendent et ce qu'ils exigent du futur colocataire. En effet, deux aspects de la colocation font l'objet d'un travail de mise en texte : le premier concerne la configuration spatiale du logement, le second la composition et les caractéristiques sociales qui composent le ménage. C'est l'ensemble de ces textes rédigés [7] qui va constituer un matériau important pour comprendre la hiérarchie des caractéristiques du logement (quel élément prend plus d'importance dans la description du logement ?), du candidat (quels sont les éléments de la biographie qui sont les plus mis en valeur ?) et du futur cohabitant (les comportements les plus recherchés). L'obligation, mentionnée par un astérisque dans l'annonce modèle, de remplir la partie consacrée à la présentation est contournée parfois par les annonceurs qui pour éviter de se décrire rédigent ce type de textes : « je cherche une colocataire sérieuse et motivée. M'appeler plutôt sur mon portable » (Femme active de 27 ans). Si on regarde le taux d'abstention selon le sexe on s'aperçoit que ce sont les hommes (36.2%), plus que les femmes (31.5%), qui « refusent » ou qui ne jugent pas important de se décrire. Ce rapport sexué aux consignes imposées par les concepteurs de l'annonce est très intéressant à signaler même si l'écart observé entre les hommes et les femmes n'est pas très important. En revanche, l'écart se creuse davantage quand on regarde le comportement des demandeurs et des demandeuses (à situation équivalente) face aux mêmes consignes [8]. Par ailleurs, certaines différences, comme le taux d'abstention plus important chez la population des offreur(se)s (40.4%) que celles des demandes (25.8%) apparaissent comme le produit du rapport offre/demande sur le marché de l'immobilier [9]. Ces constatations découlent de l'observation du taux de réponse à « l'injonction » de se décrire en quelques mots.

Le traitement du corpus des petites annonces de colocation permet de repérer les dimensions de la vie sociale que les annonceurs jugent « indispensables », supposées être perçues par l'ensemble de la population comme des atouts, pour avoir toutes les chances d'être vu comme le candidat idéal ou du moins comme celui avec qui partager un logement est envisageable (le choix final se fait lors de la rencontre entre l'offreur et le demandeur). La perception différenciée de cet enjeu (l'enjeu n'est pas le même selon qu'on est offreur ou demandeur compte tenu des difficultés de trouver un logement) et la hiérarchie des valeurs qui lui sont associées conduit à identifier des formes différenciées de présentation de soi et des définitions du colocataire idéal. Certaines annoncent contiennent la mention « je suis un colocataire idéal » d'une manière explicite [10], dans d'autres, elle est plus suggestive [11]. En fait, cette source ne permet pas d'identifier le type de colocation (caractéristiques sociales des colocataires formés par le biais des petites annonces) que ces annonces ont favorisée (qui a été sélectionné par qui [12]) mais elle permet de saisir des formes de présentation de soi, ainsi que les représentations sociales du « bon » colocataire à partir de l'occurrence de certaines notions et de leur répartition dans la population. En effet, quand les annonceurs décrivent ce qu'ils attendent de leur futur colocataire, ils évoquent, en fait, comme l'a constaté Claire Bidart (C. Bidart, 1997) à propos des définitions de l'amitié, plus « une figure idéalisée » et ce en mobilisant un ensemble de « référents fixés » appelés représentations sociales. Bidart rappelle que « lorsqu'une personne évoque ce qu'est un ami en général, elle fait sans doute appel à une figure idéalisée, à « un prototype », à savoir une sorte de « meilleur exemple » au sein

d'un ensemble de cas ressemblants ». (C. Bidart, 1997, p.18). L'auteur a en effet construit un panorama des représentations sociales de l'amitié à partir « de l'étude du contenu des représentations révélées dans (les) enquêtes, du repérage de quelques thèmes clés, de leur occurrence et de leur répartition dans la population » (p. 18).

Décrire son logement

En plus de la mise en texte de ce qu'on pourrait appeler l'aspect « social » de la colocation qui permet aux candidats de sélectionner, sur l'ensemble de la population, les individus dont les critères leur paraissent compatibles, proches de l'image du « bon » colocataire qu'ils se font, il y a également la partie consacrée à la description du logement qui fournit un matériau important pour saisir les différentes manières dont elle se fait. Comment décrit-on son logement ? quels sont les éléments du logement qui sont jugés importants de valoriser pour l'habitant au moment de décrire ses atouts ? Quelle est la place de chaque caractéristique dans la déclinaison des qualités liées au logement ? Le traitement des textes recueillis dans cette rubrique permet de répondre à ces questions et de construire des formes différenciées de valorisation du logement qu'on souhaite partager. En émettant l'hypothèse que « les petites annonces forment un texte descriptif synthétique des caractéristiques et qualités que les habitants et les agents immobiliers prêtent à la maison dont il s'agit de présenter les atouts pour mieux la vendre » (G. Rodriguez et D. Siret « Sympathique maison ensoleillée de 4 chambres... » La maison individuelle dans les petites annonces, in B. Collignon et J.F. Staszak, espaces domestiques, Bréal, 2004, p. 385), les deux auteurs montrent à quel point l'analyse du contenu sémantique de ce type de document est fécond [13]. L'intérêt des petites annonces, ajoutent les auteurs, réside dans le fait que celles-ci « constituent en effet un discours indirect sur la maison, qui n'est pas dirigé ou induit par le chercheur, mais qui est fortement orienté par les enjeux liés à la transaction immobilière ». (idem p. 385). Cette observation ne doit pas minimiser par ailleurs l'effet qu'induit la lecture d'autres annonces sur la description des qualités de la maison qu'on souhaite vendre.

Le recours à l'analyse sémantique du contenu des petites annonces nous oblige donc à prendre au sérieux des différences comme par exemple entre les textes 1 et 2 et à ne pas les considérer que comme le produit d'une différence de style entre les deux annonceurs.

- ▶ Texte 1 : « magnifique appart (F4) situé en plein centre ville, côté opéra, il est très lumineux, couleurs pastels, une vue sur Fourvière, très calme. On ne peut qu'en tomber amoureux » (femme active de 22 ans)
- ▶ Texte 2 : « 3 pièces cuisine en tout 80 m², sous les toits, charmant, chambre fait 20 m², meublée » (étudiant, 24 ans)

En effet, les logiques qui sous-tendent ces manières de décrire son logement (attributs de situation pour le premier et mise en valeur de la surface du logement et de la chambre disponible pour le second) ne sont pas le produit d'une différence insignifiante mais révèlent des rapports différents, à travers notamment le choix entre deux stratégies de déclinaison des qualités liées au logement, à l'espace domestique. Pour qui le fait de mettre l'accent plus sur les espaces privés (les chambres) plutôt que sur les espaces collectifs paraît la stratégie la plus avantageuse ? ; pour qui la place accordée à la dimension spatiale (la superficie par exemple) dans la description du logement est plus importante que celle qui fait référence à l'aspect esthétique (magnifique salon par exemple) ? La réponse à ces interrogations nous aide à mettre de l'ordre dans ce qui apparaît en lisant les annonces comme un ensemble de petits textes correspondant à autant de logiques. C'est l'organisation de ce chaos apparent qui permettra précisément de sortir de la logique électorale qui laisse penser que le choix du conjoint, des amis, du lieu d'installation, du colocataire échappe à toute pesanteur sociale.

Pour le travail de prétraitement, aucun logiciel informatique n'a été utilisé. La procédure manuelle consiste donc à lire chaque annonce pour repérer les termes, les qualités, les atouts, les valeurs

utilisés pour décrire 1) le candidat lui-même, 2) le futur colocataire avec qui il est possible (après évidemment une rencontre) de partager un logement, 3) les éléments du logement (les différentes unités spatiales, le quartier si celui-ci est mentionné, sa situation géographique, etc.)

Caractéristiques générales de la population étudiée

- ▶ Population : 480 individus
- ▶ 210 Hommes (43,8% de la population totale)
- ▶ 270 Femmes (56,3% de la population totale)
- ▶ 239 étudiants (49,8% de la population totale)
- ▶ 219 actifs (45,9% de la population)
- ▶ 22 autres (4,6% de la population)
- ▶ 253 offres, 107 Hommes et 146 Femmes
- ▶ 225 demandes, 102 Hommes (45,3%) et 123 Femmes (54,7%)

Quelques idées reçues

Le sexe des colocataires

La structure dégagée permet de mettre à l'épreuve quelques idées reçues sur le public de la colocation. Compte tenu de la proportion des hommes (43,8%) et des femmes (56,3%) au sein de la population étudiée, nous pouvons avancer que le public utilisant le réseau Internet pour trouver un colocataire ou d'une manière plus large une colocation est davantage féminin que masculin. Choisir un colocataire parmi des candidats complètement inconnus est une pratique à laquelle ont recours aussi bien les hommes que les femmes. Par ailleurs, le nombre de personnes ayant recours à ce type de mise en colocation montre que l'espace domestique peut être le cadre d'un « vivre ensemble » d'un groupe d'individus n'ayant aucun lien de famille ou de parenté entre eux. La construction sociale et historique du logement comme l'espace par excellence de la famille est questionnée par l'introduction de cette pratique.

L'activité professionnelle

Le traitement statistique permet de constater que les étudiants, public associé (exclusivement) habituellement à la colocation, sont suivis de près par les actifs (49,8% d'étudiants et 45,9% d'actifs [14]). En fait, ce qui constitue une surprise quand on analyse les articles de presse réside moins dans le sexe des colocataires que dans le poids des actifs dans cette population. L'apparition de la catégorie « actif » dans la population des colocataires ne doit pas autoriser à annoncer comme le fait le fondateur du site colocation.fr, repris par l'ensemble de la presse écrite, que la colocation s'élargit à toutes les couches sociales (les professions telles que avocats, directeurs marketing, cadres supérieurs, enseignants, etc. sont souvent citées). En effet, c'est ainsi que la colocation est traitée dans *Femme actuelle* « longtemps réservée aux étudiants et aux étrangers, emporte aujourd'hui un vif succès auprès d'une population âgée et bien installée socialement » ou encore d'une manière plus explicite dans *Capital* (10/01/2003) « Une solution réservée aux étudiants et aux

jeunes salariés sans le sous, pensez-vous peut-être. Eh bien, c'est de moins en moins vrai ». L'activité professionnelle qui rassemble dans une même catégorie les « actifs » cache des situations sociales très disparates. Autrement dit, ne plus être étudiant, et encore moins être « actif », n'est pas synonyme d'une stabilité sociale comme le laisse entendre certains journaux de la presse écrite.

L'âge des colocataires

L'âge des colocataires a surpris les journalistes qui se sont intéressés à ce phénomène. En effet, on peut lire dans le Monde (du 18/09/2002) qui reprend les données avancées par le fondateur du site colocation.fr : « On misait sur les 18-34 ans, et on voit arriver des colocataires âgés de 35 à 49 ans » ou encore dans le guide de la colocation édité par le même site : « il n'y a pas d'âge pour l'adopter [15] » et d'ajouter un peu plus loin que les colocataires de plus de 30 ans représentent « une part non négligeable et qui augmente de mois en mois ». Le traitement des données recueillies dans les 480 petites annonces que j'ai étudiées confirme la tendance exprimée dans les écrits journalistique. En effet, les moins de 24 ans ne représentent que 45.8% de la population des colocataires ! Les moins de 26 ans représentent 69.5% de la population. Les plus de 35 ans quant à eux représentent 5.8%. Ce dernier chiffre confirme le fait qu'au delà de 35 ans « il faut parler de cas particuliers [16] ».

Le poids important de la catégorie « actif » et l'apparition d'une tranche d'âge supérieure à 26 ans qui confirme l'intuition que ce phénomène concerne aussi un public non étudiant conforte notre idée de départ qui pointait l'intérêt de prendre en compte l'entrée de cette population sur le marché de la colocation. Cette population introduit incontestablement des manières d'organiser la gestion quotidienne de l'espace domestique partagé intéressantes à analyser.

La proportion d'actifs chez les hommes diffère de celle observée chez les femmes (tableau 1). En effet, le groupe des femmes est constitué de 61.1% d'étudiantes, 36.3% d'actives et de 2.6% autre. Chez les hommes ce sont les actifs qui représentent 57.2 de la population masculine (35.2% d'étudiants et 7.1% autre). Par ailleurs, qu'ils soient demandeurs ou offreurs, la propension d'actifs est supérieur à celle d'étudiants (ils représentent 55.9% chez les demandeurs et 59.8% chez les offreurs). Inversement, qu'elles soient demandeuses ou offreuses, la propension d'étudiantes est la catégorie la plus importante (63.4% chez les demandeuses et 58.9% chez les offreuses) chez les femmes. Autrement dit, il y a plus (en proportion) d'actifs dans la population masculine et plus d'étudiantes dans la population féminine et ceci quelle que soit la position occupée sur le marché de l'offre et de la demande. Qui des actifs et des étudiants proposent le plus de logement à partager ? En fait, les actifs représentent 47.4% de la population qui dispose d'un appartement à partager et 44% de la population qui en cherche un.

Tableau 1 : répartition de l'activité selon le sexe

	Femmes	Hommes
Etudiant	61.1%	35.2%
Actif	36.3%	57.6%
Autre	2.6%	7.1%

A défaut d'informations plus précises sur l'activité professionnelle des candidats (des revenus, des statuts, etc.), il est difficile de tirer des conclusions à partir des résultats obtenus par ce type de récolte de données. A revenus équivalents les hommes ont-ils recours plus que les femmes à la colocation ? Pour les femmes, contrairement aux hommes, serait-elle une pratique correspondant essentiellement à la période des études [17] ? Même si les éléments dont je dispose ne permettent pas de répondre à ces interrogations le clivage actif/étudiant dans la population globale mais aussi dans les sous populations (femmes, hommes, offre, demande) apparaît pertinent dans la grille mise

en place pour l'identification des processus de différenciation dans les processus de mise en colocation.

Les catégories de description de soi et du colocataire souhaité

Une liste de 42 qualificatifs ont été recensés à partir de la lecture des 480 petites annonces. Cette liste de 42 qualités qui recouvre l'ensemble des éléments que les candidats à la colocation ont utilisé pour se présenter est trop longue pour pouvoir réaliser un traitement statistique efficace. La question qui se pose, alors, est comment construire des groupes pour réduire la liste des valeurs utilisées. L'élimination des termes les moins fréquents est une possibilité (communicatif constitue 1% de l'ensemble des valeurs, discret 0.6%, soigneux 0.8%, etc.) mais le choix de regrouper sans éliminer les moins significatifs statistiquement est motivé par le souci de construire des familles de valeurs appropriées aux enjeux de la colocation. C'est ainsi que par exemple une catégorie « comportements domestiques » est construite parce que la gestion de cet aspect est plus problématique dans une colocation que dans d'autres formes de vivre ensemble. Les 8 catégories ainsi obtenues recouvrent l'ensemble des dimensions mises en scène dans un espace domestique partagé.

1. *Dimensions personnelles* recouvre les caractéristiques d'une personne en « dehors » du groupe. En effet, être calme, cool, dynamique, tranquille, etc. sont des dimensions qui caractérisent l'individu qui n'est pas forcément en présence d'autres personnes.
2. *Dimensions relationnelles* : les qualificatifs que recouvre cette catégorie sont dites relationnelles dans le sens où ils décrivent des comportements d'un individu en rapport avec un groupe, ils mettent en avant le fait que la personne est « capable » de tenir compte de la présence des autres. Ils ne désignent pas des comportements en situation de partage d'un espace commun mais d'une attitude générale à l'égard d'autrui. Cette catégorie regroupe des termes tels que ouvert d'esprit, aime la vie en communauté, aime le contact, sens du partage, facile à vivre, etc.
3. *Comportements réservés ou distants* : Elle recouvre des termes tels que discret, réservé, peu envahissant, etc. Ce sont des éléments qui garantissent en quelque sorte le respect de la dimension individuelle dans un espace collectif. La personne qui se décrit de la sorte met en valeur un souci de séparer ce qui relève du privé (les espaces privés et moments « seul ») et ce qui relève du collectif (les activités et les espaces communs).
4. *Comportements domestiques* : Cette partie concerne la gestion « concrète » de la proximité spatiale propre au partage d'un espace domestique. L'individu ne se définit plus d'une façon générale et abstraite sur son rapport à autrui comme c'est le cas dans la deuxième catégorie (j'aime le contact, sens du partage, etc.) mais décrit ses comportements ou qualités dans la gestion quotidienne des interactions dans un espace colocataire. Elle regroupe des termes tels que ordonné, soigneux, partage les tâches ménagère, etc.)
5. *Sociabilités* : On retrouve dans ce groupe des termes tels que sociable, aime recevoir, aime partager les repas, etc. Mais plusieurs de ces éléments descriptifs sont à cheval entre les sociabilités et les dimensions relationnelles. En effet, être sociable peut être considéré comme une des manifestations positives du rapport avec les autres, donc de la dimension relationnelle. Dans le cas de la colocation, les sociabilités concernent une partie des dimensions relationnelles qui s'inscrivent uniquement dans l'espace domestique. C'est dans cette perspective que « aimer le contact » fait partie de la dimension relationnelle alors que « aime recevoir » se retrouve dans la dimension sociabilité.
6. *Présence* : Elle regroupe des expressions telles que « absent les week-end », « pas souvent à la maison », « souvent en déplacement », etc. Les candidats qui choisissent de donner ce type d'indications garantissent en quelque sorte au futur colocataire de disposer des espaces communs d'une manière plus « avantageuse » que dans une colocation où les cohabitants ne s'absentent que rarement.

7. *Activités extérieures* : Cette catégorie renseigne sur les pratiques sociales à l'extérieur du logement. Elles mettent en valeur le caractère non casanier de la personne. Elle regroupe des termes tels que « randonnées », « aime les sorties », etc.
8. *Responsabilité* : dans cette rubrique trois termes ont été recensés : sérieux, honnête, de confiance. Le premier représente à lui seul 8.8% de l'ensemble des éléments descriptifs utilisé pour se présenter dans les petites annonces étudiées (de confiance ne représente que 0.6%). Sérieux peut être considéré comme un gage de bon déroulement de la colocation et du fait de tenir les engagements pris notamment celui d'aller jusqu'au bout de la durée sur laquelle le candidat s'est engagé. Ce souci est au centre des négociations des obligations au début de chaque colocation.

L'étude des variations du poids, au moment de la rédaction de l'annonce, de chacune de ces catégories dans la déclinaison des qualités associés au candidat et au colocataire souhaité permettra de distinguer les formes différenciés de présentation de soi selon certains critères et l'image sociale du colocataire idéal.

Présentation de soi

Le taux d'abstention, comme je l'ai mentionné, ou les stratégies de contournements sont plus importants chez les hommes que chez les femmes. Par ailleurs 74.2% des demandeurs (hommes et femmes) se plient à cette obligation alors qu'ils ne sont que 59.9% quand ils sont offreurs. Si la différence entre les demandeurs et les offreurs est le produit des enjeux liés à la situation (le demandeur a tout intérêt, plus que l'offreur qui dispose déjà d'un logement, à respecter d'une part toutes les consignes, et d'autre part à mettre en valeur ses qualités, donc à se décrire), la variation constatée entre les hommes et les femmes, d'une part, et entre les femmes elles-mêmes selon qu'elles soient demandeuses ou offeuses, d'autre part, est d'un autre ordre. En effet, si la propension à se décrire varie incontestablement selon la position que l'on occupe (qu'on soit homme ou femme) sur le marché offre/demande puisque ne pas se décrire pénalise moins l'offreur que le demandeur, les femmes contrairement aux hommes varient plus leur comportement en fonction de la position occupée [18]. Elles sont plus nombreuses à s'abstenir de se décrire quand elles sont en situation « dominante » alors qu'elles répondent favorablement aux consignes imposées quand elles occupent la situation fragile.

Deux familles de qualificatifs représentent à elles seules près de la moitié (49.3%) de l'ensemble des qualificatifs utilisés par les candidats pour se décrire. En effet, le candidat met en forme d'une part, les qualités personnelles par lesquelles il se perçoit en mobilisant un univers linguistique composé essentiellement de mots tels que calme (10.8% des réponses), cool (15.4%) et d'autre part, les qualités relationnelles qui caractérisent son rapport à autrui et ce en puisant dans un champ lexical marqué essentiellement par « facile à vivre » (17.5%) et « ouvert d'esprit » (8.5%). Par ailleurs les qualités personnelles et relationnelles ont les mêmes poids (24.1% pour les premières et 25.2% pour les secondes) dans la structure des qualités avancées. La description de deux « formes identitaire du soi » (F. De Singly, 2000, p. 27), le soi avec les autres et le soi en leur absence (soi « seul ») répond aux exigences liées à la situation de colocation. En effet, pour cohabiter, les informations sur ces deux dimensions de l'identité du candidat sont indispensables, ce qui explique l'importance du poids qu'elles représentent dans la rubrique « quelques mots ».

Tableau 2 : répartition des catégories de description dans la présentation de soi

Dimensions	Présentation de soi		
	Hommes	Femmes	Total
Personnelles	22.9%	25%	24.1%
Relationnelles	22.3%	27.6%	25.2%
Domestiques	11.6%	10.9%	11.2%

Après ces dimensions viennent les qualités domestiques (11.2%), les sociabilités (10.7%), les activités extérieures (6.6%), la responsabilité (6.3%). Sur l'ensemble des éléments que les candidats à la colocation mobilisent pour mettre en forme ce qu'ils perçoivent comme atouts liés directement à la proximité spatiale imposée par le partage d'un logement, les comportements domestiques et de sociabilité représentent 21.9% (les pratiques domestiques seules ne représentent que 11.2%). Contrairement à ce que l'on pourrait s'attendre, les qualités domestiques ne constituent pas la dimension la plus mobilisée dans l'ensemble des qualités par lesquelles se décrivent les candidats. Ce résultat est surprenant quand on sait que les pratiques domestiques constituent une des importantes sources de conflits. Au moment de la mise en colocation cette question est souvent explicitement posée par les futurs cohabitants. La surprise est d'autant plus importante lorsqu'on regarde le poids de la catégorie domestique dans le corpus des offres et dans celui des demandes [19]. En effet, compte tenu des difficultés d'accès au logement, on aurait pu s'attendre à ce qu'elle soit mise davantage en valeur par les demandeurs (hommes et femmes) que les offreurs. Elle reste non seulement faiblement utilisée par tous les candidats mais ne clive pas les offres des demandes. Si la hiérarchie des qualités avancées varie peu selon la position occupée sur le marché de l'offre et de la demande il n'en demeure pas moins que des écarts plus ou moins significatifs statistiquement sont observables entre les hommes et les femmes. La part des comportements domestiques des actives représente 13.6% alors qu'elle n'est que de 10.3% chez les actifs. Dans la population active se sont les femmes qui accordent plus d'importance aux comportements domestiques que les hommes. Le rapport aux tâches domestiques qui fait que, par exemple, concernant le nettoyage « les femmes ont des actions préventives du désordre là où les hommes ont des actions curatives » Sous la direction de Laurette Wittner et Daniel Welzer-Lang « Les faits du logis », Collection « Vie et société » Aléas, 1996,p.75) va tellement de soi que les filles, plus que les garçons, sentent « moins » le besoin de se décrire par ces qualités ? A cette différenciation selon le sexe s'ajoute des comportements différenciés selon « l'activité ». En effet, alors que les tâches domestiques représentent 13.3% des qualités décrites par la population active, elles ne le sont que de 7% dans la population étudiante. Les actifs ont davantage recours que à la dimension domestique pour se décrire que les étudiants. Dans la mise en forme de leurs qualités ou de ce qu'ils perçoivent comme atouts dans la situation de mise en colocation, les actifs accordent plus de place aux tâches ménagères que ces derniers. Deux formes de « partage du logement » en découlent : la première tend à pondérer le poids de chaque dimension (personnelle, relationnelle, domestique), la seconde est caractérisée par le déséquilibre en défaveur de la dimension domestique. La première exprime une cohabitation caractérisée préférentiellement par un « vivre ensemble » où la gestion des tâches liées à la vie quotidienne apparaît importante, la seconde, quant à elle, renvoie à une conception de la colocation comme un « être ensemble » permettant des relations, des échanges, des sociabilités etc. Pour les premiers, vivre ensemble c'est partager un espace sans forcément partager toutes les pratiques qui s'y déroulent et tous les moments collectifs qu'il rend possible, pour d'autres c'est avant tout un cadre qui permet d'être ensemble.

Les qualités attendues du futur colocataire

Les tableaux 2 et 3 permettent de visualiser le poids relatif des catégories les plus significatives dans la structure de la présentation de soi et de celle concernant le colocataire souhaité.

Tableau 3 : répartition des catégories de description du colocataire idéal

	Hommes	Femmes	Total
Personnelles	35.4%	33.8%	34.4%
Relationnelles	26.2%	20.8%	22.6%
Domestiques	21.5%	16.9%	18.5%

Ainsi on peut lire, par exemple, que la dimension domestique occupe 11.2% de l'ensemble des éléments descriptifs des candidats (tableau 2) alors qu'elle passe à 18.5% dès lors qu'elle concerne le colocataire souhaité (tableau 3). Le poids relatif des dimensions personnelles et relationnelles dans la structure de la présentation de soi est sensiblement identique (respectivement 24.1% et 25.32%), il enregistre un écart très significatif dans la description du colocataire souhaité (respectivement 34.4% et 22.6%). Le mot « cool » est plus utilisé dans la description de soi (15.4%) que dans la description du colocataire souhaité (10%). Attendre de son colocataire qu'il soit « facile à vivre » (2.3%), qu'il soit calme (2.3%), ouvert d'esprit (4.4%) alors que ces mêmes caractéristiques représentent respectivement 17.5%, 10.8% et 8.5% des qualités utilisées dans la présentation de soi montre que les valeurs par lesquelles les candidats se décrivent ne sont pas celles qu'ils utilisent lors de la description du colocataire souhaité. Autrement dit, les candidats utilisent davantage la caractéristique « facile à vivre », « ouvert d'esprit » lorsqu'ils parlent d'eux-mêmes que quand ils décrivent leur colocataire idéal. On attend davantage du futur colocataire [20] des qualités personnelles (34.4%) que relationnelles (22.6%), des qualités domestiques (18.5%) que de sociabilités (3.6%).

D'un point de vue « activités » (tableau 4), deux logiques se distinguent selon principalement le poids des dimensions personnelles et domestiques que l'on espère trouver chez son colocataire. En effet, chez les étudiants 40% des valeurs attribuées à son colocataire idéal concernent ses qualités personnelles, la dimension domestique ne représente que 13.5%, en revanche chez la population active les deux catégories représentent respectivement 28.7% et 24.5%. En fait les deux logiques se distinguent non pas par une opposition dans l'ordre de préférence des différentes caractéristiques qu'elles mettent en forme mais dans le poids relatif de chacune. Chez les étudiants, la dimension domestique apparaît plutôt accessoire par rapport aux qualités personnelles et relationnelles du colocataire idéal. Ce qui oriente cette hiérarchie c'est l'expression d'un désir d'être ensemble qui se manifeste par l'importance de l'aspect collectif dans la gestion de la vie quotidienne dans le logement. Les étudiants favorisent davantage cet aspect du « vivre ensemble ». Partager un appartement c'est pouvoir créer des conditions de mise en commun de pratiques, d'activités et de temps des cohabitants. Chez les actifs les comportements domestiques du colocataire souhaité, certes est en troisième position, mais représente tout de même 24.5% des qualités requises du colocataire souhaité. C'est l'écart entre les différentes dimensions (personnelles, relationnelles, domestiques) qui différencient les actifs (hommes et femmes) des étudiant(e)s. Par ailleurs, on retrouve le même schéma observé dans les manières de se présenter.

Tableau 4 : Description du colocataire souhaité selon l'activité

	Activités	Etudes
Personnelles	28.7%	40.4%
Relationnelles	23.4%	22.5%
Domestiques	24.5%	13.5%

Les actifs pondèrent le poids de chaque dimension (personnelle, relationnelle, domestique) non seulement quand ils se décrivent mais également lorsqu'ils expriment leurs attentes vis-à-vis du futur colocataire. Les étudiants, même s'ils adoptent le même classement des trois dimensions, se distinguent des actifs par la surreprésentation des qualités personnelles et la sousreprésentation de la dimension domestique dans la déclinaison de ces qualités non seulement dans la présentation de soi mais également dans la description de ce qu'ils souhaitaient voir chez le futur colocataire.

Il est intéressant toutefois de signaler que si 66.4% des candidats ont en quel que sorte joué le jeu des présentations par au moins un élément descriptif (parmi les huit catégories construites dans le prétraitement), il n'en demeure pas moins que 76.5% d'entre eux n'ont décrit d'aucune manière, leur colocataire souhaité. Dans les deux cas de figure, ce sont les femmes qui sont les plus nombreuses aussi bien à se présenter (à jouer donc le jeu) que les hommes, qu'à décrire le

colocataire souhaité. Les stratégies de contournement des consignes des concepteurs des annonces sont davantage mobilisées par les hommes.

Décrire son logement

La deuxième partie de ce travail est consacrée au traitement des données recueillies dans la rubrique intitulée « descriptif » où il est demandé aux candidats de décrire le logement qu'ils proposent à la colocation. Dans quels termes les candidats décrivent-ils leur logement ? Quelle est la place accordée à chaque élément du logement ? Quelles sont les valeurs associées à chaque objet décrit (la chambre, le salon, la cuisine...) ? Comment est géré le rapport espaces privés/espaces communs ? Décrit-on plus l'un que l'autre ? révèle-t-il des logiques différentes ? C'est à ce type d'interrogations que tente de répondre ce travail en s'appuyant sur les textes descriptifs dans lesquels les habitants présentent les atouts du logement qu'ils proposent à la colocation.

Les valeurs recensées

Après la lecture des annonces, une liste de 26 « valeurs » ou atouts a été construite. Cette liste contient des éléments sur la dimension physique du logement (la superficie, le nombre de pièces, l'étage, etc.), son état (vieux, neuf, etc.) ainsi que son environnement (référence au quartier). Comme pour la présentation de soi et la description du colocataire souhaité, j'ai procédé à un travail de regroupement de ces 26 éléments en 8 catégories

- ▶ Le bâti : cette catégorie regroupe des éléments faisant référence à - l'état physique du logement : vieux, récent, moderne, refait.
- ▶ La dimension spatiale : Elle recouvre les références à l'étendue du logement (grand, immense, petit, etc.)
- ▶ La dimension esthétique : Elle regroupe des valeurs telles que « beau, magnifique, très beau, a du cachet, etc.
- ▶ Equipement : concerne l'état d'ameublement du logement : meublé, équipé.
- ▶ Luminosité : elle regroupe : clair, lumineux, ensoleillé, etc.
- ▶ Ambiance : accueillant, agréable, chaleureux, etc.
- ▶ Agencement : bien agencé,
- ▶ Calme : concerne les qualités sonores : calme.

Tableau 1 : répartition des logiques de description dans la population des offreurs

	Femmes	Hommes
Le bâti	16%	20.9%
Le spatial	9.3%	10.3%
L'esthétique	16%	8.1%
Equipement	25.3%	27%
Luminosité	16.9%	15.5%
Ambiance	5.8%	8.1%
Agencement	0.9%	0.7%
Calme	8.4%	8.1%

Il est d'abord intéressant de remarquer que 81.5% des femmes et 79.4% des hommes donnent au moins un élément du logement qu'ils mettent en colocation. Cette propension à décrire son logement est nettement supérieure à celle qui consiste à se présenter [21] ou à décrire ce que l'on attend de son futur colocataire. Décrire son logement plus que soi-même ou le locataire souhaité traverse tous les clivages (homme/femme, actif/étudiant). En effet, que l'on soit homme ou femme,

actif ou étudiant la tendance qui consiste à décrire plus son logement (20% ne donnent aucun élément descriptif du logement) que soi-même (environ 40% de la population des offreurs se sont abstenus) se confirme. Cependant, il est légitime, me semble-t-il, de s'interroger tout de même sur les 20% qui passent une annonce pour partager leur logement mais qui n'ont recours à aucun qualificatif autre que les indications « objectives » telles que le type de l'appartement et sa surface. La mise en parallèle de la propension à décrire son logement et de la propension à se décrire soi-même permet de constater que les petites annonces sont des espaces qui informent plus sur les caractéristiques de l'espace à partager [22] que sur le groupe qui le compose. Décrire le logement, accessoirement la personne qui le propose à la colocation et faire l'économie des attentes du futur colocataire est la procédure majoritaire dans la structuration des données communiquées par petites annonces.

Mais quelle sont les valeurs les plus associées au logement ?

Le traitement statistique permet d'observer que le poids de la référence au bâti dans la description du logement est plus important chez les hommes (20.9%) que chez les femmes (16%). Inversement ce sont les femmes (16%) qui mobilisent plus que les hommes (8.1%) des valeurs d'ordre esthétique pour décrire leur logement. A position équivalente sur le marché de l'offre et de la demande le rapport bâti/esthétique est en faveur du bâti chez les hommes mais s'inverse chez les femmes. Cette combinaison est observable aussi bien dans la population active que dans la population étudiante (tableau 2) Entre le bâti et l'esthétique les femmes optent plus pour le second et les hommes pour le premier quelle que soit la position qu'elles occupent.

Tableau 2 : récapitulatif des poids du bâti et de l'esthétique dans le corpus d'offre.

	Offres		Activités			Etudes		
	Hommes	femmes	actifs	actives	Total	Etudiants	Etudiantes	Total
Bâti	20.9%	16%	24.4%	17.9%	20.7%	14.7%	15.7%	15.7%
Esthétique	8.1%	16%	5.8%	14.7%	10.6%	12.5%	18.1%	16.3%

Lecture : sur l'ensemble des éléments descriptifs du logement le bâti représente 20.9% chez les hommes, 16% chez les femmes, 24.4% chez les hommes actifs, 17.9% chez les femmes actives...

Les catégories construites des caractéristiques générales liées au logement. Il s'agit donc d'atouts ou d'éléments perçus comme tels qui décrivent le logement en tant qu'objet (c'est un appart calme, bien orienté, vieux, etc.). En fait, le logement n'est pas seulement décrit mais situé par rapport à son environnement plus ou moins immédiat. Ainsi on peut lire « bel appart, 50 m du tramway, 5 minutes de Jean Macé » (Yves, actif de 25 ans) ou encore « Arrondissement calme proche centre ville gare et centre commercial. Desserte métro et bus à proximité » (Pierre, actif de 26 ans). L'analyse montre que près d'un annonceur sur trois (27.1%) n'a pas mobilisé un des éléments de l'environnement dans la rédaction de son annonce. Par ailleurs, le recours à ces éléments extérieurs au logement pour décrire son appartement est une démarche plus répandue dans la population active (72.3%) que dans celle des étudiant(e)s (61.5%). Mais au sein même du groupe étudiant, les hommes (74.3%) intègrent ces éléments extérieurs plus que les femmes (61.6%).

Qu'en est-il des différentes pièces du logement ? Comment sont présentées les chambres ou la chambre « disponible » ? comment est décrit le salon ? est-ce que ces différentes pièces sont décrites dans la rubrique « descriptif » ? il est clair que la liste des valeurs par lesquelles sont saisies les pièces est beaucoup plus réduite que celle qui concerne la qualification du logement (26 valeurs, voir plus haut). En effet, les caractéristiques les plus associées aux pièces (salon et chambre) sont essentiellement : grand, spacieux, lumineux, agréable, meublé.

Espaces privés/espaces collectifs

82.3% des hommes n'ont pas décrit leur salon. Elles sont autant de femmes (80.1%) à ne pas accorder de l'importance au salon dans la description du logement qu'elles proposent à la colocation. En revanche, 74.8% des hommes et 66.4% des femmes n'ont pas décrit la chambre qu'ils (elles) proposent à la colocation. Les espaces personnels (chambre) font davantage l'objet de description que les espaces communs (salon). Décrire plus la chambre que le salon nous renseigne sur la perception du rapport espaces collectifs/espaces personnels dans une colocation. En effet, l'objet le plus valorisé est l'espace privé. Juger que c'est plus important de décrire la chambre que le salon quand on est amené à présenter les atouts de son logement nous renseigne sur la place de cette pièce dans la vie quotidienne d'un colocataire. Par ailleurs, les entretiens montrent que le rapport quantitatif qui consiste à diviser la surface par le nombre d'occupants n'est pas l'unique critère dans le choix du logement à partager. Avoir sa chambre à soi est l'élément le plus déterminant. Dans certains logements le salon est affecté à la plus petite pièce du logement. [23]

Prendre en compte les éléments décrits et ceux ignorés dans le corpus des petites annonces permet d'identifier un consensus autour de la hiérarchie des objets les plus importants à décrire. Le logement est l'objet le plus décrit, mais il est décrit dans sa globalité plus que par les éléments qui le composent. Vient ensuite la chambre qui représente l'espace personnel, et enfin le salon. L'arbitrage en faveur des espaces personnels se traduit par l'importance accordée aux pièces dans la description du logement à partager. Ce consensus ne doit pas cacher des divergences que l'on peut observer quand on regarde de près la description de la chambre. En effet, ce sont les femmes, plus que les hommes qui accordent plus d'importance aux espaces personnels. Elles sont 33.6% à décrire la chambre alors que les hommes ne sont que 25.2%. Cette tendance se confirme quand on regarde le groupe des étudiants (31.3% d'étudiantes et 23% d'étudiants) et le groupe des personnes actives (35.7% des actives et 26.5% des actifs). A situation équivalente, ce sont les femmes qui mettent plus l'accent sur les espaces personnels.

Conclusion

L'analyse des petites annonces permet de dégager une logique dans la description du logement mis en colocation. Les candidats décrivent leur logement comme une entité globale, le situent par rapport à son environnement immédiat (proches transport, commodités, etc.), vient ensuite la description des espaces privés, puis enfin le salon. Les différents clivages hommes/femmes, actifs/étudiants ne déstabilisent nullement cette hiérarchie qui structure la mise en texte du logement. En revanche, les hommes et les femmes se distinguent par le poids de chaque objet (salon, chambre, etc.) dans la description qu'ils (elles) font du logement. Par exemple, dans la qualification du logement la dimension esthétique est plus répandue chez les femmes que chez les hommes, ces derniers mobilisent davantage la dimension physique du bâti ; les hommes, qu'ils soient actifs ou étudiants font appel plus que les femmes (qu'elles soient actives ou étudiantes) à des éléments extérieurs au logement comme atouts attribués à l'appartement qu'ils proposent à colocation ; L'arbitrage entre espaces personnels/espaces communs se fait en faveur des premiers pour les femmes et en faveur des seconds pour les hommes. L'activité professionnelle structure fortement les formes de présentation de soi ainsi que les caractéristiques attendus du futur colocataire. Les actifs et les actives utilisent d'une manière équilibrée les trois registres par lesquels non seulement ils (elles) se décrivent (qualités personnelles, relationnelles et domestiques) mais décrivent également les qualités attendues de leur futur colocataire. Cette combinaison renvoie à une perception de la cohabitation différente, voir opposée, de celle qui découle d'une combinaison où le poids de l'une des dimensions écrase les autres. Les étudiant(e)s se distinguent des actifs par la surprésentation des qualités personnelles et la sous représentation de la dimension domestique dans la déclinaison des qualités qu'ils souhaitent voir chez leur futur colocataire. En revanche, dans la description du logement et des différentes pièces qui le compose, le clivage

hommes/femmes se substitue à actifs/étudiants . Les femmes se distinguent des hommes par le fait qu'elles décrivent davantage les espaces personnels que collectif, qu'elles mobilisent plus des valeurs d'ordre esthétique pour décrire leur logement. Mais dans les deux registres, se sont les femmes qui respectent, plus que les hommes, les consignes imposées par le format du modèle d'annonce.

Bibliographie

BIDART C., 1997, *L'amitié un lien social*, Paris, La découverte

CERTEAU M. DE, 1990, *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard.(les deux tomes)

CHALVON-DEMESRAY S. "Une société élective. Scénarios pour un monde de relations choisies » in *Terrain*, 1996 n°27 p. 31-100.

ELAB M., 2002, *A deux chez soi. Des couples s'installent*, Paris, Ed. La Martinière

GOFFMAN E. , 1973, *la mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, ,Ed de Minuit

HERAN F., 1988, « La sociabilité, une pratique culturelle » in *Economie et statistique*, n° 216.

KAUFMAN J.C., 1994, « Les ménages d'une seule personne en Europe » *Population*, n° 4-5.

KAUFMAN J.C., 1994, « Vie hors couple : isolement et lien social ». *Revue Française de Sociologie*, vol. XXV, n° 4.

KAUFMAN J.C., 1997, *Le cœur à l'ouvrage. Théorie de l'action ménagère*, Paris, Nathan.

MANAHEM G., 1988, « Trois modes d'organisation domestique selon deux normes familiales font six types de famille ». *Population*, n° 6.

RODRIGUEZ G. et SIRET D., 2004, « Sympathique maison ensoleillée de 4 chambres... » La maison individuelle dans les petites annonces, in B. Collignon et J.F. Staszak, *espaces domestiques*, Bréal

SALIGNON B., 1991, *Qu'est-ce qu'habiter ?* Paris, CSTB/Z éditions

De SINGLY F., 2000, *Libres ensemble. L'individualisme dans la vie commune*,Nathan.

THAVE S., 1991, « Célibataires mais pas seuls : évolution récente des cohabitations de célibataires », in T. HIBERT et L. ROUSSEL, *La nuptialité. Evolution récente en France et dans les pays développés*, INED, Congrès et colloques, n°7.

Notes

[1] le signe astrologique n'est pas explicitement demandé mais tous les candidats le déclarent.

[2] Ils constituent 4.6% de la population étudiée.

[3] Dans cette rubrique il est demandé au candidat de se décrire en quelques mots sans consignes particulières.

[4] Chez ce groupe se déclare t-on majoritairement actifs ou étudiants ?

[5] C'est le cas d' Amélie, femme de 22 ans qui se déclare active mais qui se présente de cette façon « Bonjour ! je suis étudiante en psycho, musicienne et je bosse à mi temps dans un collège ».

[6] Cette partie n'est pas du tout exploitée par les demandeurs pour déclarer leurs exigences par exemple en matière du logement.

[7] Ce qui rend plus difficile le travail de prétraitement

- [8] 78.8% des demandeuses se plient à cette obligation de se décrire contre 58.8% des hommes quand ils sont dans la même position sur le marché de l'offre et de la demande.
- [9] Vaut mieux mettre toutes les chances de son côté quand on est demandeur,
- [10] « on est chouettes, rigolos et puis très sympa et puis plein d'autres trucs qui font qu'on est...les colocs idéaux ». Jérémie, étudiant de 23 ans.
- [11] « Je suis une personne ouverte, dynamique, respectueuse et aimant la vie » Patricia, femme active de 35 ans.
- [12] Les entretiens réalisés permettent mieux de saisir les différentes étapes du processus de mise en colocation et dans quelle mesure la rencontre conduit, parfois, à choisir par exemple un colocataire homme alors qu'au départ on voulait une femme.
- [13] Les auteurs ont analysé le contenu sémantique des annonces pour « aborder la notion d'ambiance résidentielle ». Par ailleurs ils inscrivent leur étude dans le prolongement de la démarche de Van Bastelaar qui étudie l'image sociale de la maison à partir des annonces immobilières.
- [14] Compte tenu de la procédure de recueil des données il est important de préciser que tous les actifs ne sont pas forcément non étudiants mais que sur les deux activités qui les caractérisent c'est celle d'actif qui est mise en valeur.
- [15] Guide de colocation, p. 6
- [16] idem, p.6
- [17] Cette interrogation est basée sur le fait qu'en proportion, les étudiantes sont plus nombreuses que les actives alors que ce rapport s'inverse chez les hommes.
- [18] Les hommes gardent la même proportion de réponse (58.8% quand ils sont offreurs et 58.3% quand ils sont demandeurs. En revanche les femmes varient fortement leur comportements selon qu'elles soient du côté des offres (60.2%) ou du côté des demandes (78.8)
- [19] Elle représente 11.3% chez les offreurs et 11% chez les demandeurs.
- [20] La répartition de ces catégories dans la présentation de soi est la suivante : personnelles (24.1%), relationnelles (25.2%), domestiques (11.2%) et sociabilités (10.7%).
- [21] 58.8% des offreurs et 60.2 des offreuses se présentent. Ils ne sont que 22.4% à décrire le colocataire souhaité (les femmes représentent 31.5%).
- [22] En fait il s'agit plus précisément de la description du logement dans sa totalité et non pas des différentes pièces qui le compose.
- [23] Certains colocataires que j'ai interviewés préfèrent avoir un petit salon et des grandes pièces que le contraire.