

La recherche en ligne évince-t-elle la recherche traditionnelle et améliore-t-elle l'efficacité de l'appariement de l'offre et de la demande? Éléments de preuve dans les petites annonces Craigslist

Kory Kroft
Université de Toronto

Devin G. Pope
Université de Chicago
NBER

Novembre 2012

Résumé

Depuis l'ouvrage précurseur de Stigler (1962), les économistes ont reconnu que les données sur les marchés coûtent cher à obtenir et qu'elles peuvent causer des frictions dans les recherches. La croissance remarquable de la recherche en ligne a considérablement réduit le coût d'acquisition de l'information. Pourtant, il y a peu d'éléments probants sur l'importance que cette modification a entraîné sur le procédé de recherche et si elle a amélioré l'efficacité générale de l'appariement de l'offre et de la demande. Pour aborder ce problème, nous analysons la croissance de la liste informatique de petites annonces «Craigslist», qui permet aux utilisateurs d'afficher pratiquement gratuitement des offres d'emploi et de location de maisons ou d'appartements. En exploitant les importantes variations géographiques et temporelles dans la disponibilité de la recherche, telle qu'induite par cette liste, nous obtenons trois découvertes clés : Craigslist a considérablement réduit les petites annonces d'emploi dans les journaux, a entraîné une importante baisse du taux d'inoccupation des appartements et des maisons à louer, et n'a pas eu d'effet sur le taux de chômage.

Codes JEL : J22, J23, J24, J64 et O33

Mots clés : Internet, liste Craigslist, appariement, chômage, postes vacants