

# LISTE DES ENQUÊTES DE CONSOMMATION EFFECTUÉES EN FRANCE DE 1959 A 1963

## DEUXIÈME PARTIE

### **Enquêtes effectuées en 1962 et 1963**

Cette seconde publication poursuit la mise à jour de la bibliographie des enquêtes de consommation parue dans le numéro 4 de 1963 de notre revue.

On trouvera en annexe l'adresse complète de chacun des organismes ayant accepté de voir publier la liste de leurs enquêtes, ainsi que les indications relatives à une publication éventuelle.

Jacques LAURIAC

## I. — ORGANISMES PUBLICS ET PARA-PUBLICS

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
C.R.E.D.O.C.	1962	Budgets de famille	Aléatoire	Familles nombreuses de salariés	1 300 ménages	Villes de 10 000 habitants et plus
	«	Consommations collectives	Interviews	Toutes catégories	90	Aix-en-Provence
	1962-1963	Épargne	Échantillon de volontaires	Exploitants agricoles	455	Sud-Ouest, Sud-Est, Ouest, Bassin Parisien
I.N.E.D.	1962	Niveau de vie, emploi et croissance de la population (1)	Échantillonnage proportionnel	Toutes catégories	2 268	France entière
I.N.H.	1962	Influence du jour de la semaine sur la valeur nutritionnelle de l'alimentation familiale (2)	Aléatoire	Ouvriers et employés	19	Saint-Étienne
I.N.S.E.E.	1962	Logements neufs (3)	«	Toutes catégories	6 000	Agglomérations de plus de 20 000 hab.
	«	Équipement ménager, ameublement (4)	«	« «	10 000	France entière
	«	Intentions d'achat équipement ménager, habillement, auto, radio, 1 <sup>re</sup> enquête (5)	«	« «	7 000	« «
	«	Intentions d'achats, 2 <sup>e</sup> enquête (6)	«	« «	7 000	« «
	1963	Budgets de famille (7)	«	« «	20 000	« «
	«	Intentions d'achat 1 <sup>re</sup> enquête (8)	«	« «	7 000	« «
«	Intentions d'achat 2 <sup>e</sup> enquête	«	« «	7 000	« «	

## II. — ORGANISMES PRIVÉS

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
ANGER (Français)	1962	Attitudes à l'égard de certains produits pharmaceutiques	Interviews non dirigées	Ménagères toutes catégories	50	Seine, Seine-et-Oise
	«	Motivation pour l'achat d'une voiture de sport	« «	Revenus élevés	25	Paris, deux régions de province
	«	Casques de protection pour utilisateurs de véhicules deux roues	Questionnaires	Utilisateurs	60	Paris
	«	Choix du jersey pour l'habillement	Interviews de groupe, non dirigées	Ménagères toutes catégories	150	Paris, villes dans 15 départements
	«	Motivation et test de conditionnement pour un analgésique	Interviews de groupes	Toutes catégories	150	Paris, Poitiers, Grenoble
CECODIS	1962-1963	Marché des produits alimentaires et d'entretien	Tirage aléatoire d'un panel permanent	« «	2 000	France entière
C.O.F.R.E.M.C.A.	1962	Chauffage	Aléatoire	« «	11 000	« «
	«	Textile	Quotas	« «	1 000	« «
	«	Automobile	«	« «	1 400	Paris
	«	Poudre de vaisselle	Itinéraire aléatoire	« «	1 800	Paris-Banlieue
	«	Savonnettes	«	« «	130	Dijon
	1963	Textile	Quotas	« «	1 000	France entière
	«	Savonnettes	Itinéraire aléatoire	« «	260	Dijon

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
C.O.F.R.E.M.C.A. (suite)	1963	Gaz liquéfié	Aléatoire	Toutes catégories	2 500	France entière
	«	Éponges	Itinéraire aléatoire	« «	560	Rouen-Nevers
	«	Eau chaude	Quotas	« «	200	Paris-Étampes
	«	Textile	«	« «	1 000	France entière
	«	Éponges	Itinéraire aléatoire	« «	550	Rouen-Nevers
	«	Produits pétroliers	Quotas	Possesseurs d'automobile	1 200	France entière
	«	Logements neufs	Aléatoire	Toutes catégories	500	Paris-Banlieue
DORSET-VENTINDEX (*)	1962 à 1963	Enquête sur les produits alimentaires, textiles, équipement ménager, loisirs	Échantillon semi-aléatoire à partir d'une liste de quotas	« «	10 000 par an	France entière
R. L. DUPUY et C <sup>ie</sup>	1963	Lecture des pages féminines de la presse quotidienne parisienne	Quotas	Femmes	1 000	« «
ELVINGER	1962	Efficacité de la publicité sur la vente des biscuits	Route au hasard	Ménagères toutes catégories	480	Arras, Douai, Nîmes, Montpellier
	«	Efficacité de la publicité sur la vente des savons de toilette	« «	« «	400	Paris, Saint-Quentin, Bourges
	«	Les principales marques de biscuits : étude de comportement	« «	« «	200	Région Parisienne
	«	Lait	« «	Population urbaine	1 500	France entière
	«	Écoute de la radio	« «	Toutes catégories	2 504	« «

E.S.A.F.	1962	Bonneterie	Questionnaires	5 catégories	2 000	France entière
	«	Médicaments	Interviews non-directives	Mères de famille	30	Paris
	1963	Voitures	Questionnaires	Toutes catégories	500	Grandes villes
ESSOR	1962	Attitudes à l'égard du blanchissage et du nettoyage	Quotas	Ménagères toutes catégories	200	Lille, Roubaix, Tourcoing
	«	Test d'affiches pour pâtes alimentaires	Interviews	Toutes catégories	271	Paris
	«	Test de goût des apéritifs	Réunions de groupes	Jeunes gens : milieu ouvrier, et classes aisées	28	«
	«	Notoriété d'une marque de cigarettes	Quotas	Toutes catégories	2 018	France entière
	«	Motivations des achats de casse-croûtes secs et fourrés, 1 <sup>re</sup> enquête	«	Ménagères toutes catégories	515	Champagne, Lorraine, Nord
	«	Motivations des achats de casse-croûte secs et fourrés, 2 <sup>e</sup> enquête	«	Enfants	105	« «
	«	Promotion des ventes de margarine	«	3 catégories de revenus : élevé, moyen, modeste	200	Nord
	«	Motivations des achats de « prêt à porter » pour enfants	«	Ménagères toutes catégories	500	France entière

(\*) Les résultats de cette enquête peuvent être achetés.

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
ESSOR (suite)	1962	Motivation pour un désodorisant	Interviews	Ménagères toutes catégories	210	Région parisienne
	«	Attitudes envers un type de magasin	«	« «	100	« «
	«	Conditionnement des pâtes alimentaires	Quotas	« «	100	« «
	«	Motivation pour un type de brosse à dents	«	2 catégories de revenus : aisé et modeste	308	Paris, Grenoble, Bourgoin
	«	Promotion de produits laitiers	«	Ménagères toutes catégories	326	Lyon, Toulouse, Nîmes, Cannes, Grenoble
	«	Test de goût pour un petit déjeuner	«	« «	300	Chambéry, Nîmes, Paris, Strasbourg
	«	Motivations d'achat du prêt à porter féminin	«	« «	470	Toutes régions sauf Nord
	1963	Habitudes d'achat de charcuterie	«	« «	200	Région parisienne
	«	Notoriété d'une marque de montre	«	Catégories de revenus : aisé et moyen	150	Paris
	«	« «	«	Toutes catégories	2 000	France entière
	«	Test de goût préalable au lancement d'un gâteau	«	Catégories de revenus : aisé et moyen	100	Lille, Carvin
«	Motivation pour un produit d'entretien	Interviews	Ménagères toutes catégories	40	Paris	

	«	Achat de bague de fiançailles	«	Catégorie de revenu : aisé	150	France entière
	«	L'image du diamant dans le public	Quotas	Couples mariés depuis 5 ans toutes catégories	1 000	« «
E.T.E.C.	1962-1963	Produits alimentaires, d'équipement et d'entretien	Panel de volontaires	Toutes catégories	2 000	« «
ETMAR	1962	Étude sur l'alcoolisme : habitudes du public	Quotas	Ménagères toutes catégories	500	Var, Mayenne
	1962-1963	Les Français et les vacances	Area sampling	Toutes catégories	3 947	France entière
	«	Radio-télévision : habitudes d'écoute	Quotas	« «	2 500	« «
	1963	Opinion des habitants du district de Paris sur le développement de la Région parisienne	«	« «	3 016	« «
	«	Viande congelée	«	Ménagères toutes catégories	778	« «
	«	Le marché de la viande congelée	«	« «	1 726	Paris, Lyon, Marseille
	«	Marché du champagne	«	« «	2 080	France entière
	«	Opinion des provinciaux à l'égard du développement de la Région parisienne	«	Toutes catégories	1 621	France entière sauf Paris-Banlieue
HAVAS	1962	Contrôle de la publicité d'une marque d'aspirateurs	«	Adultes	1 172	Paris

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
HAVAS (suite)	1962	Test de forme pour une bouteille	Itinéraire	Femmes	153	Paris
	«	Notoriété et image d'un grand magasin de vêtements	Quotas	Adultes	500	Nancy, Toul, Lunéville, Château-Salins
	«	Consommation du jus de fruits	«	Toutes catégories	2 642	France entière
	«	Clientèle du bonbon en vrac	«	Adultes	2 000	« «
	1963	Habitudes de consommation du poisson de mer	«	«	2 000	« «
	«	Opinions sur un parfum nouveau	Itinéraire	Femmes	300	Paris
	«	Test comparatif de 2 biscuits pour apéritifs	«	«	500	Localités de plus de 100 000 habitants et de 5 à 10 000 habitants
	«	Image d'une marque d'automobile	Interviews non directives	Adultes	160	Paris et Banlieue, Rouen, Avignon
	«	Étude du prix de 3 articles électro-ménagers	Quotas	«	600	Région parisienne départements du Nord et du Loiret
	«	Entremets instantanés	Interviews non directives	Femmes	200	Paris, Nord, Est

INTER-PLANS	1962	Motivations achats de chemises d'homme	Questionnaires et tests projectifs	Hommes seuls, hommes et femmes mariés	300	
	«	Pardessus, étude de motivation	Entretiens semi-directifs	Hommes	50	Seine, Aisne, Cher
	«	Marché du pardessus	Questionnaires	Toutes catégories	500	9 départements
	«	Motivations achats de pardessus	Tests	Hommes	50	Seine, Aisne, Cher, Amiens, Toulouse, Toulon
	1963	Notoriété des fibres synthétiques	Questionnaires	Toutes catégories	1 000	Paris et province
	«	Motivations des marques de blue-jeans	«	«	70	Région parisienne
	«	La montre, étude de motivation	Entretiens semi-directifs	Hommes et femmes	50	Région parisienne et milieu rural
	«	Habitude de lecture des magazines	Questionnaires	Toutes catégories	1 000	Paris et province
NANCEY	1962	La bière, étude de motivation	Interviews	«	200	Nord
	«	La peinture domestique étude de motivation	«	«	475	Région parisienne, Nord
	«	Le pain vendu sous marque, étude de motivation	«	«	390	Paris, Seine
	«	Le fromage frais, étude de motivation	«	«	350	Région parisienne, Normandie

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
NANCEY (suite)	1962	Crème glacée, étude de motivation	Interviews	Toutes catégories	400	6 grandes villes de province 6 localités secondaires
	1963	La bière, étude de motivation	«	« «	250	Nord
	«	Étude de motivation pour un magasin à rayons multiples	«	« «	75	Région du Nord
O.R.I.C.-S.O.F.R.E.S.	1962	Lecture de la presse et fréquentation des cinémas	Tirage au sort sur listes électorales	Adultes	20 000	France entière
	«	Marché des produits de beauté	Quotas	Femmes de 16 à 65 ans	2 500	« «
	1963	Étude sur les lecteurs de 10 quotidiens régionaux	«	Adultes	5 000	Régions de diffusion de 10 quotidiens régionaux
PERROT-DESNOIX	1963	Habitudes de lecture d'une revue périodique	Test	Milieus populaires	500	Paris et Basse Normandie
PLANS ET ÉTUDES CABBASSEDES	1962	Marché de l'électrophone	Quotas	Toutes catégories	2 000	France entière
	1963	Marché des ustensiles de cuisine	«	Ménagères toutes catégories	2 500	« «
	«	Livres de bibliothèque	«	Toutes catégories	2 000	« «

PUBLICIS	«	Clientèle de différents types de magasins	«	Ménagères toutes catégories	2 000	«	«	
	«	Marché du petit déjeuner	«	«	1 500	«	«	
	«	Affichage routier	Interviews	Automobilistes	300		Abbeville	
	1961-1963	Consommation des crèmes glacées	Non précisé	Toutes catégories	«		France entière	
	1962	Attitudes du public à l'égard du livre de poche	Interviews non directives et semi-directives	«	«	203	Région parisienne et zones de province	
	«	Achat et entretien des pneus	«	«	Automobilistes	341	«	«
	«	Marché des chaussettes	Interviews semi-directives		Femmes	60	«	«
	1963	Étude de motivation des réfrigérateurs	Interviews non directives et semi-directives		Toutes catégories	2 430	«	«
	«	Attitudes du public à l'égard de la consommation du poisson	Interviews non directives et semi-directives		«	«	3 200	France entière sauf départements producteurs
«	Attitudes du public à l'égard du champagne	«	«	«	«	250	Région parisienne et province sauf départements producteurs	
«	Motivations achats de draps	Interviews semi-directives		«	«	150	Région parisienne et zones de province	

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
PUBLICIS (suite)	1963	Consommation d'eau minérale	Random sampling	Ménagères toutes catégories	889	Région parisienne
S.E.D.E.S.	1962	Budget des touristes français et étrangers	Enquête dans la rue	Touristes	400	Biarritz
S.T.A.F.C.O. (*)	1962-1963	Consommation des produits d'épicerie et d'entretien	Tirage aléatoire d'un panel permanent	Toutes catégories	2 200	France entière
SYNERGIE-ROC	1962	Textile synthétique	Non précisé	Femmes toutes catégories	500	Paris, Province
	«	Lait en poudre	«	« «	700	France entière
	«	Hebdomadaire féminin	«	« «	300	« «
	«	Briquet de luxe	«	Cadres supérieurs	300	Région parisienne
	«	Couches en cellulose pour bébés	«	Jeunes ménages avec enfants	1 000	Paris
	«	Éponges	«	Femmes toutes catégories	300	Paris, Lyon, Nevers, Troyes, Chalons/Marne
	«	Peinture	«	« «	300	France entière
	«	Draps de lit	«	Femmes 25 à 50 ans	1 000	« «
	«	Achats de produits de marque par les ménagères	«	Femmes + de 20 ans	1 000	« «

	«	Lingerie féminine	«	Femmes 18 à 60 ans	1 400	«	«
	1963	Aliments pour enfants	«	Mères d'enfants de 4 à 12 mois	180	Région parisienne	
		Whisky	«	Toutes catégories	1 200	Communes de plus de 5 000 habitants	
	«	Écoute radiophonique	«	«	1 000	France entière	
	«	Détergent	«	Femmes toutes catégories	3 000	«	
	«	Coffre-fort	«	Catégorie de revenus : aisés	250	Paris, Lyon, villes de plus de 25 000 habitants	
	«	Chaussures	«	Femmes toutes catégories	510	Paris, villes de plus de 50 000 habitants	
	«	Quotidien	«	Toutes catégories	497	Région parisienne	
SYNTEC	1962	T-Shirt homme	Quotas	«	200	France entière	
	«	Polo homme	«	«	200	«	
WALTER-THOMPSON	1962	Étude du marché des raisins secs	Enquête postale auprès d'un panel	«	800	«	
	«	Étude psychologique de la consommation des boissons	Quotas	«	1 200	«	
	1963	Étude du marché des produits de toilette pour hommes	«	«	1 800	«	

(\*) Les résultats de ce panel peuvent être achetés.

## ANNEXE

### LISTE DES ORGANISMES EFFECTUANT DES ENQUÊTES DE CONSOMMATION

#### ORGANISMES PUBLICS

C.R.E.D.O.C. (Centre de Recherches et de Documentation sur la Consommation), 30, rue d'Astorg, Paris (8<sup>e</sup>).

I.N.E.D. (Institut National d'Études Démographiques), 23, Avenue D.F. Roosevelt, Paris (8<sup>e</sup>).

Enquête n° 1 **I.N.E.D.** n° 17, octobre-décembre 1962.

I.N.H. (Institut National d'Hygiène), 3, rue Léon Bonnat, Paris (16<sup>e</sup>).

Enquête n° 2, **Bulletin de l'I.N.H.** n° 17, novembre-décembre 1962.

I.N.S.E.E. (Institut National de la Statistique et des Études Économiques), 29, quai Branly, Paris (VII<sup>e</sup>).

Enquête n° 3, **Études statistiques** n° 3, 1963.

— n° 4, **Bulletin hebdomadaire de statistique**, 10 août 1963.

— n° 5, **Études et conjoncture**, juillet 1962.

— n° 6, **Études et conjoncture**, novembre 1962.

— n° 7, **Études et conjoncture**, juillet 1963, et **Bulletin hebdomadaire de statistique**, 10 août 1963.

— n° 8, **Études et conjoncture**, juillet 1963.

— n° 9, **Études et conjoncture**, novembre 1963.

#### ORGANISMES PRIVÉS

ANGER, François Conseil en Marketing, 60, rue du Président Wilson, Levallois-Perret.

CECODIS (Centre d'Études de la Consommation et de la Distribution). Bureaux : 8, rue de Penthièvre, Paris (VIII<sup>e</sup>). Siège Social, 5, rue Clément Marot, Paris (8<sup>e</sup>).

COFREMCA, 1 avenue du Parc des Expositions, Paris (15<sup>e</sup>).

DORSET et C<sup>ie</sup>, 132, rue du Faubourg Saint-Denis, Paris (10<sup>e</sup>).

R.L. DUPUY et C<sup>ie</sup>, 62, avenue Marceau, Paris (8<sup>e</sup>).

ESSOR, 63, avenue Marceau, Paris (16<sup>e</sup>).

E.T.E.C. (Sté d'Études Économiques du Marché), 26, rue Vernet, Paris (8<sup>e</sup>).

ETMAR (Institut pour l'Étude des Marchés), 20, rue d'Aumale, Paris (9<sup>e</sup>).

Enquête n° 9, **France-Soir**.

— n° 10, revue **Sondage**.

— n° 11, **Les Communautés**.

— n° 12, Ministère de la Coopération.

HAVAS, 62, rue de Richelieu, Paris (2<sup>e</sup>).  
INTER-PLANS, 83, Bd de Sébastopol, Paris (2<sup>e</sup>).  
NANCEY Marcel, 44 bis, rue de la Voûte, Paris (12<sup>e</sup>).  
ORIC-SOFRES, 87, rue La Boétie, Paris (8<sup>e</sup>).  
PERROT-DESNOIX et Cie, 217, rue Saint-Honoré, Paris (1<sup>er</sup>).  
PLANS ET ÉTUDES CAMBESSEDES (Études Économiques et Commerciales), 10, rue Royale, Paris (8<sup>e</sup>).  
PUBLICIS, 133, Champs-Élysées, Paris (8<sup>e</sup>).  
S.E.D.E.S. (Société d'Études pour le Développement Économique et Social), 67, rue de Lille, Paris (7<sup>e</sup>).  
S.T.A.F.C.O., 18, rue Gambetta, Le Mesnil-le-Roy, (S. et O.).  
SYNERGIC-ROC, 112 ter, rue Cardinet, Paris (17<sup>e</sup>).  
SYNTEC, 142, rue Montmartre, Paris (2<sup>e</sup>).  
J. WALTER THOMPSON S.A., 17, avenue Matignon, Paris (8<sup>e</sup>).

## ANNALES DE RECHERCHES ET DE DOCUMENTATION SUR LA CONSOMMATION (complètement épuisé)

**1954.** — L'évolution de la consommation alimentaire de 1950 à 1960. — L'influence du pouvoir d'achat sur la consommation. — La consommation de la viande à Paris. — Les dépenses de santé des Français. — La consommation des carburants par département. — La consommation des corps gras à Paris.

**1955.** — La consommation de sucre à Paris. — La consommation de viande en province. — La consommation de viande en France de 1949 à 1954. — Perspectives sur l'évolution de la consommation des particuliers de 1952 à 1957. — La consommation des produits laitiers à Paris. — Le marché de la télévision en France. — Atlas de la consommation alimentaire de la France. — Résultats d'une enquête sur le comportement de la ménagère.

**1956.** — Les dépenses de consommation des particuliers de 1950 à 1954. — L'élasticité de la consommation d'après deux enquêtes sur des budgets de famille (1951 et 1955). — La consommation des boissons en France. — La consommation de bière en France de 1920 à 1956. — La consommation de viande et de produits laitiers.

**1957.** — L'évolution des dépenses médicales de 1950 à 1955. — La demande de logements en France (disponible). — Les modèles économétriques du marché de l'automobile (disponible). — Le marché de la chaussure en France 1956-1965.

**HORS SÉRIE.** — Les migrations agricoles depuis un siècle. — Perspectives des dépenses d'habillement des Français 1954-1965. — L'élasticité des dépenses alimentaires d'après deux enquêtes sur les budgets familiaux (1951-1953).

### CONSOMMATION (ANNALES DU C. R. E. D. O. C.)

#### 1958

- N° 1. — Les revenus non agricoles. — Les budgets familiaux en 1956. — La consommation en 1957.
- N° 2. — Le tableau de la consommation des Français de 1950 à 1957.
- N° 3. — Les variations saisonnières des dépenses des ménages. — Les dépenses médicales en 1956.
- N° 4. — Numéro spécial sur le crédit à la consommation.

#### 1959

- N° 1. — Numéro spécial sur les dépenses régionales.
- N° 2. — Les dépenses d'automobiles des ménages français. — La consommation des produits animaux.
- N° 3. — L'analyse des budgets familiaux. — Niveau de vie et consommation de la population non agricole. — La consommation des particuliers de 1956 à 1958.
- N° 4. — Un modèle prospectif du marché de l'automobile. — La consommation de fruits et légumes. — Le matériel ménager dans les foyers français.

#### 1960

- N° 1. — Développement économique et équipements urbains. — L'appareil commercial français.
- N° 2. — La consommation des ménages français en 1956 : compte rendu d'une enquête, volume 1.
- N° 3. — La consommation des ménages français en 1956 : compte rendu d'une enquête, volume 2.
- N° 4. — Numéro spécial sur l'épargne. — La consommation des Français en 1958 et 1959.

#### 1961

- N° 1. — La consommation alimentaire en 1956. — La consommation des boissons.
- N° 2. — Consommation et niveaux de vie de quelques groupes sociaux. — Les perspectives à long terme de la demande de textile.
- N° 3 et 4. — Tableau général de la consommation des Français de 1950 à 1960.

#### 1962

- N° 1. — Une enquête sur la consommation médicale. — Théorie sommaire de la distribution.
- N° 2. — Les perspectives de consommation dans le 4<sup>e</sup> Plan. — L'appareil commercial français en 1960. — Essai d'analyse régionale de la consommation des ménages agricoles.
- N° 3. — Les conditions de logement des Français en 1961.
- N° 4. — L'écart entre revenus et dépenses et la dispersion des dépenses dans une enquête sur les budgets familiaux. — Croissance industrielle et développement du commerce dans le bassin de Berre. — Les achats de produits alimentaires par les collectivités.

#### 1963

- N° 1. — Une enquête sur les dépenses d'utilisation des automobiles. — La consommation des Français en 1961.
- N° 2. — Une enquête sur les dépenses d'utilisation des automobiles. — Précision des estimations dans les enquêtes sur les budgets familiaux.
- N° 3. — Aspect de la croissance urbaine 1954-1962. — Les activités tertiaires. — Les champs d'action des équipements hospitaliers.
- N° 4. — La consommation en France en 1961 et 1962. — Liste des enquêtes de consommation effectuées en France de 1959 à 1963.

### SOMMAIRE DES PROCHAINS NUMÉROS

L'étude de la demande de biens de consommation en économie planifiée. — L'équipement des ménages en énergie domestique. — Évolution de la population des ménages de 1954 à 1962. — Étude des dépenses d'habitation. — Analyse de la demande de quelques fruits en France.

# sommaire

## ÉTUDES

- Andrée et Arié MIZRAHI  
Un modèle des dépenses médicales appliqué aux  
données d'une enquête. . . . . 3
- E. A. LISLE  
L'épargne des ménages en Israël . . . . . 37

## BIBLIOGRAPHIE

- Y. VAN EFFENTERRE  
L'épargne . . . . . 87
- S. SANDIER  
Dépenses médicales. . . . . 98
- J. LAURIAC  
Liste des enquêtes de consommation effectuées en  
France de 1959 à 1963 (Deuxième Partie) . . . . . 93

**CENTRE DE RECHERCHES  
ET DE DOCUMENTATION  
SUR LA CONSOMMATION**

**30, rue d'Astorg, PARIS - 8<sup>e</sup>  
Tél. : ANJ. 79-57**

**1964 n° 1**

**janvier mars**