

C. R. E. D. O. C.  
BIBLIOTHÈQUE

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

par

Jacques LAURIAC

Sou1970-2411

Extrait de CONSOMMATION - ANNALES DU C. R. E. D. O. C.

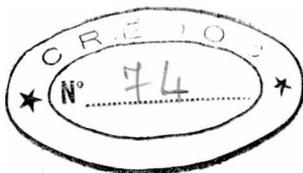
N° 1-1964

Liste des enquêtes de  
consommation effectuées en  
France de 1959 à 1963. Extrait de **OD** PARIS-VI<sup>e</sup>  
consommation - Annales du  
Crédoc / Crédoc. (1970).

CREDOC•Bibliothèque



104



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

## PREMIÈRE PARTIE

### Enquêtes effectuées en 1959, 1960 et 1961

La présente publication constitue une première mise à jour de la bibliographie des enquêtes de consommation parue dans le n° 2, 1959. La liste ci-après porte sur les années 1959, 1960 et 1961. Une deuxième liste concernant les années 1962 et 1963 paraîtra dans le prochain numéro de « Consommation ».

Comme par le passé, nous nous sommes intéressés à toutes les enquêtes auprès des particuliers, quel que soit leur objet, leur nature (budget de famille, enquête par produit, étude de motivation, etc.), la taille de l'échantillon, la méthode de sondage, que les résultats de ces enquêtes aient été ou non publiés.

Tous les bureaux d'études susceptibles de réaliser des enquêtes auprès des particuliers ont été contactés. Les réponses qui nous sont parvenues émanent d'une trentaine d'organismes, parmi lesquels se trouvent les principaux spécialistes des études de marché, des sociétés faisant des études de motivation ou des recherches sur un produit particulier et des agences de publicité disposant d'un département d'études de marché.

Les réponses portent principalement sur les études réalisées au moyen des techniques classiques de sondage, tirage aléatoire et quotas notamment, certains bureaux d'études n'ayant pas inclus dans la liste qu'ils nous ont communiquée les études de motivation à caractère purement qualitatif, les tests et pré-tests d'annonces ou de documents publicitaires ainsi que les enquêtes effectuées sans plan de sondage préalable (interviews dans la rue, questionnaires postaux, etc.).

La nécessité de présenter l'ensemble des enquêtes sous une forme homogène nous a amené dans certains cas à modifier légèrement ou à condenser les indications relatives à l'objet de l'étude et à la méthode d'enquête.

Une grande partie des enquêtes mentionnées ont été réalisées à la demande d'entreprises privées ou de groupements professionnels. Elles ont le plus souvent un caractère confidentiel. Seules les enquêtes suivies d'un numéro dans la colonne « objet de l'étude » peuvent être consultées par le public (1).

Jacques LAURIAC.

(1) Les renseignements relatifs à ces enquêtes figurent en Annexe.

1  
\* R<sup>5</sup> 4  
(1er ep.)

I. — ORGANISMES PUBLICS ET PARA-PUBLICS

2

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET DE L'ÉTUDE	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
C.R.E.D.O.C.	1959	Épargne (1)*	Échantillon de volontaires	Salariés cadres	300 ménages	Seine
I.N.H.	1959	Alimentation et budget familial 1 <sup>re</sup> enquête (2)	Aléatoire	Toutes catégories	1 655	Marseille, Saint-Étienne, Lyon
	«	Alimentation et budget familial 2 <sup>e</sup> enquête (3)	«	« «	711	« «
	«	Consommation des légumes et fruits (4)	Quotas	« «	2 079	« «
	«	Alimentation et hygiène des nourrissons (5)	Aléatoire	« «	533	Marseille
		Alimentation des malades (6)	«	« «	147	Hôpital Bichat
	«	Répercussion du travail assidu sur la fréquence des troubles digestifs (7)	Quotas	Ouvriers	145	Mantes
	1960	Boissons (8)	Aléatoire	Ouvriers mineurs	518	Bassin de la Loire
	«	Consommation de boissons (9)	Quotas	Population rurale	2 500	5 régions de France
	«	Matières grasses (10)	Aléatoire	Ménagères toutes catégories	747	Doubs
	«	Alimentation familiale rurale (11)	Volontaires	Familles rurales	49	Eure, Calvados
	1961	Consommation de matières grasses (12)	Aléatoire	Toutes catégories	735	Marseille
	«	Alimentation du travailleur (13)	Interviews	Ouvriers du bâtiment	1 998	Région Parisienne

I.N.S.E.E.	1959	Conditions de vie dans les logements neufs (14)	Aléatoire	Toutes catégories	4 400	Agglomérations de plus de 50 000 hab.
	1960	Budgets de familles (15)	«	« «	2 000	Bretagne, Bordeaux, Hérault
	«	Répercussion de la charge des dépenses de logement sur les budgets de ménages (16)	«	Ménages urbanisés	600	Paris, Lille, Toulouse
	«	Logement (17)	«	Toutes catégories	1 000	Marseille, étang de Berre
	«	«	«	Ménages non agricoles	12 000	France entière
	«	«	«	Toutes catégories	2 000	Reims
	«	Dépenses de vacances (18)	«	« «	6 000	France entière
I.N.S.E.E.-C.A.P.A.	1959	Dépenses assurances	«	« «	3 500	« «
I.N.S.E.E.-C.R.E.D.O.C.	1959	Utilisation des voitures (19)	«	« «	12 000	« «
	«	Intentions d'achats automobiles, radios, habillement, équipement ménager, 1 <sup>re</sup> enquête (20)	«	« «	6 000	« «
	«	Intentions d'achats 2 <sup>e</sup> enquête (21)	«	« «	6 000	« «
	1960	Dépenses de santé (22)	«	« «	3 500	« «
	«	Intentions d'achats 1 <sup>re</sup> enquête (23)	«	« «	6 000	« «
	«	Intentions d'achats 2 <sup>e</sup> enquête (24)	«	« «	7 000	« «
	1961	Intentions d'achats 1 <sup>re</sup> enquête (25)	«	« «	7 000	« «
	«	Intentions d'achats 2 <sup>e</sup> enquête (26)	«	« «	7 000	« «

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

## II. — ORGANISMES PRIVÉS

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET DE L'ÉTUDE	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
ANGER (François)	1961	Étude de motivation pour le lancement d'un nouvel acier inoxydable	Interviews de groupe non dirigées	Toutes catégories	100	Paris, Lyon, Lille, Bordeaux
	«	Motivation de la consommation du riz	«	Ménagères toutes catégories	60	Paris, Drôme, Hérault
	«	Étude de motivation sur le tourisme	Interviews non dirigées	Toutes catégories	1 200	France entière
	«	Motivation de l'achat d'un rasoir électrique	«	« «	25	Paris
CENTRE D'OBSERVATION ÉCONOMIQUE	1959	Habitudes et préférences des ménagères parisiennes dans leurs achats de produits alimentaires	Enquêtes à domicile	« «	400	Région parisienne
	«	«	Enquête complémentaire par correspondance	« «	1 500	Région parisienne
DORSET-VENTINDEX	1959	Habitudes de lecture d'un périodique spécialisé	Questionnaire dans publication	Lecteurs	7 000	France entière
	1961*	Produits alimentaires, textiles, équipements ménager, loisirs	Échantillon semi-aléatoire à partir d'une liste de quotas	Toutes catégories	10 000 par an	« «

ELVINGER

«	Habitudes de lecture d'un périodique féminin	Random à domicile	Lecteurs	950	«	«
1959	Disques	Recherche systématique	Acheteurs de disques	300	Caen, Dijon, Tours	
«	Appareils électro-ménagers	Route au hasard	Ménagères toutes catégories	2 501	France entière	
«	Écoute à la radio	«	«	2 501	«	«
«	Moyens de protection hygiénique	«	Femmes de moins de 45 ans	1 800	«	«
«	Appareils électro-ménagers	«	Ménagères toutes catégories	2 500	«	«
«	Écoute de la radio le dimanche	«	«	479	«	«
«	Revêtements de sols	«	«	2 500	«	«
«	Appareils électro-ménagers	«	«	2 500	«	«
1960	Appareils électro-ménagers	«	«	2 501	«	«
«	Préparation des glaces domestiques	«	«	2 501	«	«
«	Lait en poudre	Recherche systématique	Consommateurs de lait en poudre	250	Paris-Marseille	
«	Produits de déjaunissement	Route au hasard	Ménagères toutes catégories	120	Région parisienne	
«	Produits pour vitres	«	«	2 506	France entière	
«	Appareils électro-ménagers	«	«	2 506	«	«

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

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET DE L'ÉTUDE	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
ELVINGER (suite)	1960	Efficacité de la publicité des poudres à laver	Route au hasard	Ménagères toutes catégories	306	Paris, Valenciennes, Évreux
	«	Appareils électro-ménagers	« « «	« « «	2 500	« «
	«	La consommation des agrumes	« « «	« « «	150	Région parisienne
	«	Le marché des oranges	Quotas, entretiens non directifs	« « «	60	Paris, Lille, Moulins
	1961	Consommation du lait et des aliments pour bébés	Enquête par correspondance	Mères d'un bébé de 8 mois	1 998	France entière
	«	Appareils électro-ménagers	Route au hasard	Ménagères toutes catégories	2 504	« «
	«	Produits pour l'entretien des sols	« « «	« « «	2 504	« «
	«	Eaux minérales	« « «	« « «	2 504	« «
	«	Acceptation d'un nouveau produit blanchissant	« « «	« « «	215	Tours
	«	Efficacité de la publicité des poudres à laver	« « «	« « «	400	Paris, Valenciennes
	«	Appareils électro-ménagers	« « «	« « «	2 500	France entière
	«	Serviettes en papier	« « «	« « «	502	Région parisienne
	«	Le marché des produits gélifiants	Entretiens libres	Ruraux	28 ménages	Grande banlieue parisienne, Loir-et-Cher

ESSOR

«	Moutarde	Route au hasard	Ménagères toutes catégories	2 504	France entière
«	Efficacité de la publicité des poudres à laver	« « «	« « «	400	Paris, Valenciennes, Évreux
«	Produits autolustrants	Quotas	« « «	300	Paris, Longwy, Montpellier
«	Efficacité de la publicité dans les magazines	Route au hasard	« « «	646 (échantillon visité 3 fois)	Arras
1959	Consommation de différents types de petits déjeuners	Quotas	Toutes catégories	3 000	«
«	Enquête d'opinion sur les petits déjeuners	«	« «	300	Paris, Lyon, Est, Sud-Est
«	Notoriété d'une marque de produits d'entretien	«	« «	2 000	France entière
1961	Notoriété de marques de chemises d'hommes	«	« «	2 034	« «
«	Sondage de contrôle	«	« «	1 200	« «
«	Motivation d'achat d'un costume en Tergal	Interviews	3 catégories de revenus : aisé, moyen, modeste	78	Paris, Lille, Tours Avignon, Lyon, Toulouse
«	Motivation des achats de jouets	Réunion de groupes	Toutes catégories	40	Paris
«	Étude quantitative sur des achats de jouets	Quotas	« «	1 500	France entière
«	Motivation des achats de produits avec primes	«	Ménagères toutes catégories	45	Sud-Ouest

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET DE L'ÉTUDE	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
ETMAR	1959	Le marché du riz et son évolution	Quotas	Ménagères	1 512	France entière
	«	Les français et leur médecin (27)	Quotas Interviews approfondies	Toutes catégories « «	1 618 36	« « Paris, banlieue
	«	Les femmes et la soie (28)	Quotas Interviews approfondies	« « « «	1 000 102	France entière « «
	«	Les femmes françaises et l'amour	Quotas Interviews approfondies	Femmes	1 050 80	« «
	«	La situation internationale vue par le public en décembre 1959	Quotas	Toutes catégories	1 071	« «
	»	Alcool : consommation des Français en 24 h (29)	«	Alcooliques	120	Région parisienne, Normandie, Bretagne, Midi
	1959-1961	Habitudes d'écoute : radio et télévision	«	Échantillon permanent	2 500	France entière
	1960	Éducation des enfants (30)	Échantillon proportionnel	Enfants de 10 à 14 ans	901	France entière
	«	Les heures de repos	Quotas	Toutes catégories	960	« «

«	Étudiants d'outre-mer (31)	«	Étudiants africains	500	Villes universitaires françaises
1961	Audience de Télé-Luxembourg	Non précisé	Possesseurs TV	439	Est
1960-1961	Alimentation des enfants de moins de 3 ans	Quotas, Interviews guidées	Mères d'enfants de moins de 3 ans	1 567	France entière
1961	L'information du public sur les problèmes d'hygiène et de santé	Quotas	Toutes catégories	50	Paris et 15 localités de moins de 20 000 hab.
«	Conditions de vie des Français de plus de 60 ans (32)	Quotas	Toutes catégories de plus de 60 ans	1 500	Villes de 20 000 hab.
«	Point de vue du public sur les personnes âgées en France (33)	«	Toutes catégories	1 062	France entière
«	L'Église catholique et les prêtres (34)	«	« «	2 769	« «
«	Don du sang (35)	Interviews approfondies, Quotas	« «	1 624	« «
«	Le marché de l'ameublement	Proportionnel	Ménages dans les logements neufs	154	« «
«	Aspirations de la jeunesse européenne (36)	Quotas	Jeunes gens	2 024	« «
				2 011	« «
				1 523	« «

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET DE L'ÉTUDE	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
I.F.E.C.	1961	Emballage des produits d'usage courant (37)	Quotas	Urbains	2 000	France entière
INTER-PLANS	1959	Motivation des achats de jupes	«	Femmes de tous âges	200	Région parisienne Midi, Est. Ouest
	«	Motivation des achats de pantalons	«	Hommes de 15 à 64 ans	200	« «
	«	Étude d'un nouveau produit pharmaceutique	Questionnaires et tests	Non précisé	200	Paris et province
	«	Attitudes envers les produits coricides	Réunion de groupes	Hommes et femmes	33	« «
	1960	Étude d'un magasin d'habillement en libre service	Interviews	« «	200	Bordeaux
	«	Motivation des marques de revêtement de sol	Étude de cas	Utilisateurs et non-utilisateurs	20	Paris et province
	1961	Enquête sur les récepteurs radio	Questionnaires	Possesseurs de récepteurs	300	« «
«	Sous-vêtements	Questionnaires et tests	Hommes et femmes	300	« «	

	«	Enquête sur l'habillement	Entretiens semi-directifs	«	«	30	Paris et province
	«	Attitude envers les marques d'habillement	Tests projectifs et sémantiques	«	«	30	Paris, Tours, Lyon
	«	Marché de l'habillement masculin	Questionnaires	«	«	1 000	Paris et province
	«	Rôle de la marque dans la vente d'un article d'habillement	Tests	«	«	10	Paris, Lyon, Tours
NANCEY (Marcel)	1959	Primes pour une marque de margarine	Interviews	Toutes catégories		275	Paris, Bretagne, Touraine
	«	Habitudes alimentaires	«	«	«	370	Nancy
	«	Vente d'un type de ceintures pour pantalons	«	«	«	455	Paris, Metz, Nancy Valenciennes
	«	Biscottes	«	«	«	475	Non précisé
	1960	Vente d'un pain sous marque	«	«	«	410	Paris, Seine, Rouen
	«	Vente d'une marque de crème-dessert	«	«	«	485	Non précisé
	«	Emballage du yaourt	«	«	«	380	Paris, Seine-et-Oise, Seine-et-Marne, Seine-Maritime
	«	Vente d'un type de biscuit	«	«	«	460	Paris, Lyon, Touraine

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET DE L'ÉTUDE	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
NANCEY (Marcel) (suite)	1960	Vente d'un type de vaporisateur	Interviews	Toutes catégories	450	Région parisienne, Touraine
	«	Vente des semelles de cuir	«	« «	700	Toutes provinces
	«	Vente d'une marque de peinture	«	« «	394	Paris, Rouen
	«	Lancement d'une marque de conserves	«	« «	350	Paris, Rouen, Reims, Meurthe-et-Moselle, Touraine
	«	Politique de primes d'une marque de margarine	«	« «	375	Paris, Bretagne, Normandie, Touraine
	1961	Marché des marques régionales de vin	«	« «	470	Paris, Bretagne, Normandie, Centre
	«	Vente des laines peignées et cardées	«	« «	690	Paris, Nord, Est, Lyon Touraine
	«	Vente d'une marque de fromage	«	« «	495	Paris, Isère, Touraine
	«	Marché d'une marque de produits d'entretien	«	« «	450	Région parisienne, Lyon, Rennes, Lille
	«	Vente sous marque d'un pain grillé	«	« «	400	Région parisienne, Rouen
«	Politique de vente de salaisons	«	« «	310	Région parisienne, Lyon Bretagne, Touraine	

	«	Organisation de magasins à rayons multiples	«	«	«	530	Non précisé
	«	Politique de vente d'un négociant en vin	«	«	«	375	Meurthe-et-Moselle, Doubs, Haute-Saône, Meuse, Haute-Marne
ORIC-SOFRES	1959	Marché du café	Quotas		Foyers	1 500	France entière
	1960	Étude sur les lecteurs de 14 publications	Tirage au sort sur listes électorales		Adultes	5 000	«
	«	Marché du tabac	«		«	10 000	«
	1960-1961	Marché des produits de beauté	Quotas		Femmes de 16 à 65 ans	2 500	«
	1961	Marché du café, du cacao et des bananes	«		Foyers	1 200	«
PERROT DESNOIX	1959	Étude du marché du revêtement de sol	«		Toutes catégories	60	«
	1960	Besoins des agriculteurs en matière de services bancaires	«		Agriculteurs	800	Pas-de-Calais
	1961	Circuit commercial des panneaux de fibre	«		Toutes catégories	100	Région parisienne
PLANS ET ÉTUDES CAMBESSEDES	1959	Marché du compte en banque	«		«	2 000	France entière
	«	Conditionnement préféré pour 57 produits	«		«	2 000	«
	1960	Le pari, la loterie, le jeu	«		«	2 500	«
	«	Clientèle d'un type de magasin	«		«	1 000	4 villes

II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

N	RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET DE L'ÉTUDE	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
	PLANS ET ÉTUDES CAMBESSEDES (suite)	1960	Marché du vin	Quotas	Ménagères toutes catégories	300	Marseille
		1961	Marché du vin	«	« « «	500	Seine
	PUBLICIS	1960	Le public féminin et la pierre synthétique	Interviews non directives et semi-directives	Stratifié par choix raisonné	80	Paris, plusieurs zones de province
		1961	Attitudes du public à l'égard du cognac	«	Toutes catégories	245	Région parisienne et zones de province
	S.E.D.E.S.	1961	Étude de démographie urbaine	Aléatoire	« «	2 000	Nice
		«	Caractéristiques de la demande de logements	«	« «	900	Chambéry
	SERVICE DE SONDAGES ET STATISTIQUES	1959	Importance de la publicité	Non précisé	« «	2 000	France entière
		«	Cirage	« «	« «	800	« «
		«	Publicité	« «	Lecteurs de journaux	600	Nord
		«	Produits d'entretien	« «	Ménagères toutes catégories	900	Moitié nord du pays
		«	Produits pharmaceutiques	« «	Toutes catégories	1 200	France entière
		1960	Magasin à succursales	« «	« «	1 500	« «
		«	Articles de toilette	« «	Femmes	1 200	« «

SERVICO

«	Café	« «	Ménagères toutes catégories	1 600	« «	
«	Réfrigérateurs	« «	« « «	750	Population urbaine France entière	
«	Peinture domestique	« «	« « «	1 400	« «	
1961	Produits d'entretien	« «	« « «	400	Paris et Seine	
«	Articles de toilette	« «	Femmes	1 200	France entière	
«	Aliments pour bétail	« «	Toutes catégories	2 000	« «	
«	Vêtements	« «	« «	1 200	« «	
«	Logement	« «	« «	500	Sud-Est	
1961	Chaussures pour dames	Interviews non directives	Femmes 15 à 35 ans	120	Paris, Normandie	
«	Chaussettes pour hommes	Questionnaires	Toutes catégories	28	Paris et province	
«	Bas pour dames	Interviews non directives	Femmes 20 à 35 ans	20	Paris	
S.T.A.F.C.O. (*)	1959- 1961	Consommation produits d'épicerie et d'entretien	Tirage aléatoire d'un panel permanent	Toutes catégories	2 200	France entière
SYNERGIE-ROC	1959	Éponges	Non précisé	Femmes plus de 18 ans	600	Paris, Nancy, Marseille
«	Liqueurs	« «	Toutes catégories	3 000	France entière	
«	Cadeaux de fin d'année	« «	Adultes toutes catégories	860	Paris	
«	Petits déjeuners	« «	Toutes catégories	300	Région parisienne, Est, région lyonnaise. Sud-Ouest	

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

## II. — ORGANISMES PRIVÉS (suite)

RAISON SOCIALE	ANNÉE	OBJET DE L'ÉTUDE	MÉTHODE D'ENQUÊTE	NATURE SOCIALE DE L'ÉCHANTILLON	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON	RÉGION DE L'ENQUÊTE
SYNERGIE-ROC (suite)	1960	Lotion capillaire	Non précisé	Toutes catégories	480	Région parisienne
	«	Produits de beauté	« «	Femmes toutes catégories	300	Paris
	«	Appareil à gaz	« «	Toutes catégories	600	France entière
	«	Rasoir mécanique	« «	Catégories sociales à revenus aisés	500	« «
	«	Laine à tricoter	« «	Femmes toutes catégories	1 300	« «
	«	Matières grasses	« «	Femmes 25 à 45 ans	200	Région parisienne
	«	Matières plastiques	« «	Toutes catégories	1 000	Paris, Lille, Rennes
	«	Revue mensuelle spécialisée	« «	Abonnés	500	France entière
	1961	Briquet	« «	Toutes catégories	225	Paris, Lille, Le Mans
	«	Produits antimites	« «	Ménagères toutes catégories	300	Région parisienne Est
	«	Charcuterie	« «	« « «	1 000	Paris, Région Est
	«	Liqueurs	« «	« « «	420	Paris et province
	«	Briquet à gaz	« «	Fumeurs	360	France entière
	«	Tissu d'ameublement	« «	Ménagères toutes catégories	400	« «
	«	Porcelaine	« «	« « «	500	Paris, Limoges, Strasbourg
«	Maisons de retraite	« «	Retraités, futurs retraités	100	Paris, Saint-Étienne	

	«	Café	«	«	Toutes catégories	1 000	France entière
	«	Appareils de radio, télévision, électrophones	«	«	«	900	«
	1961	Textile artificiel	«	«	«	350	«
	«	Produits alimentaires concentrés	«	«	«	2 000	«
	«	Hebdomadaire	«	«	Lecteurs	225	France entière, régions O.J.D.
	«	Savon	«	«	Toutes catégories	155	Région parisienne
	«	Les courses de la ménagère	«	«	Ménagères toutes catégories	1 700	«
	«	Shampooing	«	«	«	400	France entière
SYNTEC	1959	Polos hommes et enfants		Quotas	Toutes catégories	200	«
	1960	Sous-vêtements masculins		«	«	200	«
	1961	Sous-vêtements masculins		«	«	200	«
	«	Bas nylon		«	«	800	«
WALTER THOMPSON	1960	Étude du marché des rasoirs électriques		«	«	3 000	«
	1961	Étude des habitudes de consommation de la bière		Aléatoire	«	1 200	Région parisienne
	«	Étude du marché des bouillons		Quotas	«	2 500	«
	«	Étude du marché des vins mousseux		Enquête postale auprès d'un panel	«	800	«
	«	Étude psychologique sur la consommation des vins mousseux		Quotas	«	400	«

## ANNEXE

### LISTE DES ORGANISMES EFFECTUANT DES ENQUÊTES DE CONSOMMATION

Les enquêtes ayant fait l'objet d'une publication sont indiquées à la suite de la raison sociale de l'organisme qui les a réalisées.

#### I. — ORGANISMES PUBLICS ET PARA-PUBLICS

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

Enquête n° 1, **Consommation 1960**, n° 4.

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

Enquête n° 2, **Bulletin I.N.H.** n° 17, mai-juin 1962.

— n° 3, **Bulletin I.N.H.** n° 17, novembre-décembre 1962.

— n° 4, **Bulletin I.N.H.** n° 17, juillet-août 1962.

— n° 5, **Bulletin I.N.H.** n° 16, mai-juin 1961.

— n° 6, **Bulletin I.N.H.** n° 16, juillet-août 1961.

— n° 7, **Bulletin I.N.H.** n° 17, janvier-février 1962.

— n° 8, **Bulletin I.N.H.** n° 17, mars-avril 1962.

— n° 9, **Bulletin I.N.H.** n° 15, mars-avril 1960.

— n° 10, **Bulletin I.N.H.** n° 17, juillet-août 1962.

— n° 11, **Bulletin I.N.H.** n° 16, septembre-octobre 1961.

— n° 12, **Bulletin I.N.H.** n° 18, janvier-février 1963.

— n° 13, **Bulletin I.N.H.** n° 17, juillet-août 1962.

I.N.S.E.E. (Institut National de la Statistique et des Études Économiques), 29, quai Branly, Paris (7<sup>e</sup>).

Enquête n° 14, **Études statistiques**, avril-juin 1960.

— n° 15, Numéro spécial, **Bulletin conjoncture régionale d'étude et de formation économiques**.

— n° 16, **Études statistiques**, décembre 1961.

— n° 17, **Études et conjoncture** n° 10, octobre 1962 ; **Consommation**, n° 3, 1962.

— n° 18, **Études et conjoncture**, mai 1962.

— n° 19, **Consommation** n° 4, 1960.

— n° 20, **Études et conjoncture**, septembre 1959.

— n° 21, **Études et conjoncture**, novembre 1959.

— n° 22, **Études statistiques**, n° 1, 1962 ; **Consommation**, n° 1, 1962.

— n° 23, **Études et conjoncture**, juin 1960.

— n° 24, **Études et conjoncture**, octobre 1960.

— n° 25, **Études et conjoncture**, juin 1961.

— n° 26, **Études et conjoncture**, juillet 1962.

C.A.P.A. (Comité d'Action pour la Productivité dans les Assurances), 17, rue Lafayette, Paris (9<sup>e</sup>).

## II. — 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 (8<sup>e</sup>). Siège social : 5, rue Clément-Marot, Paris (8<sup>e</sup>).
- CENTRE D'OBSERVATION ÉCONOMIQUE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS, 14, rue de Chateaubriand, Paris (8<sup>e</sup>)
- DORSET et Cie, 132, rue du Faubourg-Saint-Denis, Paris (10<sup>e</sup>).
- ELVINGER, 78, avenue Marceau, Paris (8<sup>e</sup>).
- ESSOR, 63, avenue Marceau, Paris (16<sup>e</sup>).
- ESAF (Études et services associés), 104, avenue des Champs-Élysées, Paris (8<sup>e</sup>).
- ETMAR (Institut pour l'étude des marchés), 20, rue d'Aumale, Paris (9<sup>e</sup>).
- Enquête n° 27, Revue « **Sondages** ».
- n° 28, Livre.
- n° 29, Revue « **Sondages** ».
- n° 30, Revue « **Sondages** ».
- n° 31, Revue « **Sondages** ».
- n° 32, Revue « **Sondages** ».
- n° 33, Revue « **Sondages** ».
- n° 34, **La Vie Catholique**.
- n° 35, Société Nationale de Transfusions Sanguines.
- n° 36, Livre « Les 16-24 ans ».
- E.T.E.C. (Société d'Études Économiques du Marché), 26, rue Vernet, Paris (8<sup>e</sup>).
- I.F.E.C. (Institut Français de l'Emballage et du Conditionnement), 105, boulevard Suchet, Paris (16<sup>e</sup>).
- Enquête n° 37, « L'emballage des produits d'usage courant », décembre 1961.
- INTER-PLANS, 83, boulevard 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>).
- SERVICE DE SONDAGES ET STATISTIQUES, 18, rue Quantin-Bauchart, Paris (8<sup>e</sup>)
- SERVICO, 63, rue d'Hauteville, Paris (10<sup>e</sup>).
- STAFCO, 18, rue Gambetta, Le Mesnil-le-Roy (Seine-et-Oise).
- SYNERGIE-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>).

## 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

22

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
ESSOR	1963	Voitures	Questionnaires	Toutes catégories	500	Grandes villes
	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	Milieux 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 d haussertes	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 C<sup>ie</sup>, 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>).

10 SEP. 1970

lex: no 1

173 028 P... 5

C  
P

M  
2