

Zeitschrift: Habitation : revue trimestrielle de la section romande de l'Association Suisse pour l'Habitat

Herausgeber: Société de communication de l'habitat social

Band: 41 (1968)

Heft: 9

Artikel: Comment les familles dépensent-elles leur revenu?

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-126509>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Comment les familles dépensent-elles leur revenu ?

21

A première vue, la tâche paraît simple, mais à la réflexion on constate que sa réalisation soulève de nombreuses difficultés. En fait, l'organisation d'une enquête sur le revenu et les dépenses des ménages est une entreprise complexe, mais non impossible.

En effet, il ne suffit pas de demander, tout simplement, à chacun ce qu'il gagne et ce qu'il dépense. Il faut encore, si l'un des objectifs de l'enquête est de déterminer le coût de la vie, relever périodiquement les variations des prix à la consommation aux points de vente. Auparavant, il faut préciser la méthode de sondage: qui questionnera-t-on parmi les millions d'habitants que compte la population? Comment sélectionnera-t-on les postes de dépense alors que des milliers d'articles sont mis en vente au public? La pondération relative des postes est également importante, car le prix d'un tapis, par exemple, peut augmenter de 100 fr. sans se répercuter sur le coût de la vie d'une manière aussi sensible qu'un relèvement de quelques centimes du prix du pain ou du riz.

Une fois mise au point la méthode, l'exécution pratique de l'enquête exige une organisation à la fois minutieuse et rapide pour assurer que les données recueillies dans un ménage restent comparables à celles fournies par les autres ménages.

Trois questions se posent donc: Sur quelles familles l'enquête portera-t-elle? Quelles questions leur seront posées? Suivant quelle méthode? Et, diront les sceptiques, pour quoi faire?

Trois objectifs principaux

Les enquêtes sur le revenu et les dépenses des ménages répondent à trois objectifs principaux. Le plus souvent elles sont destinées à établir l'indice des prix à la consommation qui permet aux autorités de déceler les fluctuations du marché, habituellement à intervalles mensuels. L'indice sert à des fins diverses, dont la mieux connue est la fixation des salaires. Des millions de travailleurs sont protégés par des clauses contractuelles ou des conventions collectives disposant que leur salaire sera indexé sur le niveau des prix de certains articles de première nécessité. La hausse de l'indice peut constituer un argument de poids pour les syndicats lors de négociations collectives. Par ailleurs, la plupart des Etats mènent une politique économique qui vise essentiellement à assurer la stabilité des prix; s'ils ne disposaient pas d'un indice des prix à la consommation et de la somme de données qu'il représente, les gouvernements seraient obligés de

fonder une grande partie de leur planification sur des hypothèses.

Un deuxième objectif des enquêtes est de permettre une analyse plus poussée des niveaux de vie et de leurs éventuelles insuffisances. Certaines insuffisances, attribuables à l'ignorance, sont corrigibles par l'enseignement, les conseils ou les campagnes d'information. D'autres, cependant, résultent de la misère, et les enquêtes peuvent grandement aider les autorités à y remédier par l'aménagement de leurs politiques sociale et fiscale si l'on tient compte dans le plan de sondage des différentes catégories sociales, telles que les familles nombreuses, les retraités isolés, les ménages urbains et ruraux.

Certes, le niveau de vie d'un individu ne se mesure pas à son seul revenu, ni même à la nature de ses dépenses; les «facteurs immatériels» jouent à cet égard un rôle non négligeable. Ainsi, voici deux hommes: l'un gagne modestement sa vie, mais ses heures de travail sont limitées, il aime sa profession, il dort bien et partage ses loisirs avec les siens; l'autre gagne davantage, mais il a un travail ingrat, il se surmène et, bien qu'il puisse s'offrir quelques agréments interdits au premier, il rentre chez lui trop harassé pour jouir de la vie de famille. Lequel des deux bénéficie-t-il du niveau de vie le plus élevé?

Aux Nations Unies, l'assemblée générale pria le Conseil économique et social en 1952 de «faire élaborer des méthodes et des techniques statistiques» permettant de mieux définir et évaluer le niveau de vie. Dès l'année suivante se réunissait, sous les auspices de l'Organisation des Nations Unies, de l'Organisation internationale du travail et d'autres institutions spécialisées, un Comité d'experts qui proposait, en 1954, une liste des éléments constitutifs du niveau de vie applicable à l'échelon international. Sur les douze éléments proposés, la moitié environ ont trait aux enquêtes sur les dépenses des ménages, les autres intéressant des domaines tels que les conditions sanitaires, les conditions de travail et les libertés de l'homme. Les enquêtes sur le revenu et les dépenses des ménages sont, en effet, le complément indispensable des enquêtes sur le niveau de vie en général.

Un troisième objectif des enquêtes sur les familles est de mettre en relief les tendances de la consommation. Répétées à intervalles réguliers, elles reflètent les fluctuations de la demande et indiquent, par exemple, si les familles ont tendance à dépenser davantage pour l'acquisition de postes de télévision et moins pour les billets de

cinéma, ou à acheter plus de chaussures et moins de chapeaux. Il s'agit souvent de changements de mode ou de goût, mais aussi de l'évolution du niveau économique. La structure des dépenses familiales aux différents niveaux de revenu que révèlent les enquêtes les plus détaillées permet de prévoir quelles catégories de biens et de services seront le plus demandées à mesure que les revenus augmentent.

On ne saurait, en outre, sous-estimer la valeur de telles prévisions pour l'établissement des plans de production, tant dans les pays à économie planifiée que dans les pays à régime économique plus libéral. Les techniques de production modernes ont atteint un tel degré de spécialisation que les entreprises ne peuvent plus changer de fabrication sans préavis; elles ont besoin de prévisions sur l'évolution de la demande. Il en va de même pour l'investissement des capitaux, qu'ils soient d'origine privée ou publique. Les fluctuations de la consommation peuvent ruiner tel secteur industriel dans son ensemble, comme elles peuvent favoriser l'essor de tel autre secteur. Si, pour une raison quelconque, certaines tendances paraissent inopportunes, on peut s'efforcer d'en arrêter le cours au moyen de campagnes de publicité ou d'information.

Qu'est-ce qu'un ménage ?

Les enquêtes sur le revenu et les dépenses des ménages sont parfois dénommées enquêtes sur les «budgets familiaux». Les statisticiens internationaux ne sont pas partisans de l'expression «budgets» qui, pour bien des personnes, est synonyme de planification ou d'estimation des dépenses, alors que ce que l'on cherche le plus souvent à déterminer par ces enquêtes, c'est comment les familles dépensent leur revenu en pratique. De même, au terme «familles», les statisticiens préfèrent le terme «ménages», qui correspond généralement mieux aux besoins de l'enquête.

En effet, s'il est vrai que le concept de ménage coïncide souvent avec celui de famille, une même famille peut se trouver répartie entre plusieurs ménages, comme un seul ménage peut abriter les membres de plusieurs familles. Il n'est pas facile de donner une définition universelle de la famille. Le ménage, en revanche, n'est pas seulement un concept plus aisé à définir, mais encore une unité de dénombrement plus logique aux fins d'une enquête sur les dépenses. Si l'humanité se composait uniquement de solitaires, la tâche serait simple, mais la majorité des hommes partagent leurs principaux postes de dépense

avec d'autres, pour ne citer que les frais d'alimentation et de logement. C'est pourquoi l'on regroupe les enquêtés par foyer. Le ménage privé, réunissant tous ceux qui partagent le même toit et mangent à la même table, constitue l'unité de sondage la mieux appropriée au but envisagé. Le Bureau de statistique des Nations Unies distingue deux types fondamentaux de ménages privés: le ménage d'une personne et le ménage multiple. Le premier est défini comme «un ménage composé d'une personne vivant seule dans une unité d'habitation distincte, ou un locataire qui occupe une ou plusieurs pièces distinctes faisant partie d'une unité d'habitation, mais qui ne forme avec aucun autre occupant de l'unité d'habitation un ménage multiple». Le second est «un groupe de deux ou plusieurs personnes qui s'associent pour occuper une unité d'habitation, en totalité ou en partie, et pourvoir à leurs besoins alimentaires ainsi qu'à leurs besoins vitaux. Les membres de ce groupe peuvent, dans une mesure variable, mettre leurs revenus en commun et avoir un budget unique. Ce groupe peut se composer soit de personnes apparentées, soit de personnes non apparentées, soit de personnes appartenant à l'une ou l'autre de ces catégories, par exemple d'une famille et des employés de maison qui vivent avec elle. Par conséquent, les critères généraux à utiliser pour identifier les membres d'un ménage multiple sont le fait d'avoir organisé une vie domestique commune, de partager les principaux repas au sens que les provisions communes sont consommées en commun ou payées sur des fonds communs, et de prendre des dispositions en commun pour les besoins vitaux essentiels».

L'unité d'habitation, à son tour, est définie comme étant «un local distinct et indépendant utilisé comme habitation».

Bien que le regroupement en ménages multiples constitue le mode de vie le plus fréquent, les données relatives aux personnes vivant seules présentent également un grand intérêt du fait qu'elles mettent en relief les difficultés particulières auxquelles les isolés ont souvent à faire face.

Différentes catégories de ménages

Au Royaume-Uni, l'Office de statistique classe les ménages en quinze catégories, suivant leur composition: un bénéficiaire d'une pension de vieillesse vivant seul; deux bénéficiaires d'une pension de vieillesse (non nécessairement conjoints) faisant ménage commun; un adulte non pensionné vivant seul, un adulte et un enfant, et ainsi

de suite en énumérant successivement les diverses combinaisons d'adultes et d'enfants habitant sous un même toit. Cet exemple est sans doute représentatif des classifications complexes en vigueur dans les pays industriels; ailleurs, il peut suffire de distinguer deux grandes catégories, à savoir les ménages ruraux et les ménages urbains. Il est parfois malaisé d'établir quels sont les membres d'un ménage. Il peut arriver au cours d'une enquête que des hôtes soient de passage dans un ménage ou que des membres permanents soient absents pour une longue période parce que leur travail, leurs obligations militaires ou leurs études les appellent ailleurs. Certaines personnes travaillent dans une localité éloignée de leur domicile et ne rentrent chez elles qu'à la fin de chaque semaine, les jours fériés ou en vacances. Il faut aussi considérer le statut des pensionnaires.

Les statisticiens vouent une grande attention à ces cas. On admet en règle générale que toute personne qui réside au moins six mois par an dans un ménage en est un membre régulier. Un élève inscrit dans un internat n'est cependant considéré comme tel que si ses frais d'études et de pension sont à la charge du ménage. La personne qui est absente les jours ouvrables ne compte comme membre du ménage que si elle participe aux charges; toutefois, ses absences sont prises en considération séparément si l'objet de l'enquête est d'analyser les moyennes de consommation des différents produits alimentaires. Les hommes qui accomplissent leur service militaire ne sont pas normalement comptés, leur logement, leur nourriture et leur habillement étant à la charge de l'Etat; mais s'ils font parvenir régulièrement une partie de leur solde à leur famille, ces versements viennent s'ajouter au calcul du revenu du ménage. Si le chef de famille sert dans les forces armées, les personnes à sa charge sont exclues de l'enquête générale pour faire l'objet d'enquêtes spéciales sur les conditions de vie des familles des militaires.

Quant aux pensionnaires, à condition de ne pas dépasser un nombre limite, ils sont assimilés aux membres du ménage hôte, dont ils partagent les repas et les charges. Ici se pose le problème épineux du critère à adopter pour distinguer les ménages privés des ménages collectifs. A partir de quel nombre de pensionnaires ou sous-locataires un foyer cesse-t-il d'être considéré comme un ménage privé? S'il saute aux yeux de chacun qu'un «palace» de mille lits n'entre pas dans cette catégorie, il est moins facile de préciser le statut d'un petit établissement qui reçoit six ou sept «hôtes payants». Le groupe d'experts réuni par

les Nations Unies, l'OIT et les autres institutions spécialisées a proposé le nombre limite de cinq. Le critère est sans doute quelque peu arbitraire, mais l'essentiel est qu'il soit universellement appliqué aux fins de dénombrément.

L'indice des prix à la consommation est souvent connu sous le nom d'indice du coût de la vie, bien que là encore la terminologie spécialisée opte pour la première version, plus précise. Certes, le niveau des prix de détail influe sur le volume des dépenses familiales, mais d'autres facteurs, tels que les changements de goûts ou d'habitudes et l'accroissement ou la diminution d'autres postes du budget, exercent aussi leur influence sur les budgets. L'individu qui se met à boire du champagne au lieu de bière, par exemple, ou qui doit parcourir un trajet plus long pour se rendre à son travail, verra ses dépenses augmenter alors même que les prix de détail et les tarifs des transports sont restés stables dans son pays. De même, une nouvelle naissance entraîne presque toujours l'augmentation de certains postes des dépenses familiales. A moins de se restreindre sur d'autres postes, de puiser dans leurs économies ou de bénéficier d'allocations familiales plus élevées, ces foyers connaîtront une hausse du coût de la vie en dehors de toute fluctuation des prix à la consommation. Si ces familles ne disposent pas de moyens suffisants pour supporter les nouvelles charges, le total de leurs dépenses restera le même, mais leur *niveau* de vie baissera.

L'homme qui abandonne sa bicyclette pour s'acheter une voiture constatera certainement que ses dépenses augmentent rapidement, mais il est permis de penser qu'il ne se serait pas décidé pour cette acquisition si son revenu n'avait pas suffisamment augmenté pour lui permettre de couvrir les frais d'entretien et de carburant d'une automobile. Dans de tels cas, le revenu, le coût de la vie et le niveau de vie se sont élevés simultanément. Aucun de ces trois facteurs n'est nécessairement en relation directe avec l'indice des prix à la consommation. Il se pourrait même que l'indice ait baissé de quelques points.

Dans ces conditions, pourquoi ne suffit-il pas de contrôler le niveau des prix de détail aux points de vente, sans mener une enquête parallèle dans les ménages? De fait, ces contrôles ont effectivement lieu, mais l'objet des enquêtes sur les dépenses des ménages est d'indiquer aux autorités quels sont les articles dont le prix de vente doit être suivi, ainsi que le coefficient de pondération qu'il convient de leur attribuer. Si le ménage moyen consacre 50% de ses

disponibilités à l'alimentation et 5% à l'habillement, il est évident qu'une hausse du prix des denrées alimentaires aura des effets dix fois plus importants sur l'indice qu'une hausse correspondante du prix des vêtements. Si le ménage moyen n'achète aucun produit de beauté, l'augmentation du prix des bâtons de rouge n'influera guère sur l'indice des prix. Si elle consacre un cinquième de son revenu au loyer et que les loyers baissent de 10%, le résultat en sera une baisse d'un cinquième de 10% – soit 2% – dans l'indice des prix, à condition que les autres prix restent inchangés.

Le « panier de la ménagère »

Le calcul de l'indice mensuel des prix à la consommation permet aux autorités de mesurer les variations du coût d'un lot déterminé d'articles d'un mois à l'autre. L'échantillon de biens et de services qui sert de base à ce calcul est parfois comparé au « panier de la ménagère ». On cherche ainsi, en simplifiant l'opération, à expliquer qu'elle consiste à vérifier chaque mois ce qu'il en coûte au consommateur de « remplir le panier », le contenu restant naturellement le même que lors de la dernière enquête sur les dépenses familiales. Ce n'est là qu'une image, et il est bien évident que le consommateur n'acquiert pas au marché tout ce dont il a besoin pour vivre et ne rapporte pas tous ses achats dans un panier. Des postes tels que le loyer, l'électricité, les réparations, les frais de transport ou taxe sur les appareils de radio viennent aussitôt à l'esprit. L'échantillon de base consiste en fait en une liste des biens et des services couramment utilisés par les ménages.

Ce que l'indice reflète est donc le pouvoir d'achat, c'est-à-dire la valeur de l'argent en tant que moyen d'échange. Les biens et les services restant inchangés, si l'indice passe de 110 à 130 points, par exemple, cela signifie que 130 unités monétaires, qu'il s'agisse de francs, de dollars, de shillings, de marks ou de roubles, n'ont plus le pouvoir d'achat que de 110 unités précédemment. La parité de l'indice est généralement fixée à 100 au moment de l'enquête sur les ménages.

La liste type d'articles

Dans les sociétés évoluées, on compte par milliers les articles à contrôler. Même dans les communautés les moins avancées, leur nombre peut atteindre plusieurs centaines. L'indice des prix à la consommation de l'île

Maurice, un petit pays en voie de développement ayant une population de 800 000 âmes, est calculé sur la base de 206 articles différents. L'indice a été établi avec la collaboration d'un expert du BIT qui a effectué une mission de dix-huit mois à cette fin. Et même sur un territoire aussi exigu que le Honduras britannique, avec ses 90 000 habitants, l'indice a été calculé sur la base de 100 à 120 articles, dont la liste a été déterminée avec le concours d'un autre expert du BIT.

En règle générale, la pondération de l'ensemble de l'assortiment type est fixée à 1000, chaque article se voyant attribuer un coefficient proportionnel à son importance. Dans l'indice de l'île Maurice, par exemple, l'alimentation a un coefficient global de 493; autrement dit, l'enquête préalable a montré que les ménages consacrent en moyenne près de la moitié de leur revenu à la nourriture. Le coefficient de pondération est de 32 pour les boissons alcooliques; il est égal à l'unité pour les dentifrices. Ainsi, les variations du prix de la pâte dentifrice auront une répercussion négligeable sur l'indice, alors que les fluctuations du prix des denrées alimentaires détermineront des écarts considérables. Le coefficient global de l'alimentation se décompose en coefficients particuliers s'appliquant à 76 denrées différentes, telles que la viande de bœuf (23), le pain (32), l'huile comestible (36), trois qualités de riz (total 106) ou les tasses de thé consommées hors du foyer (2). Les prix de toutes ces denrées doivent être contrôlés à intervalles réguliers dans les magasins et sur les marchés; le prix des consommations prises à l'extérieur est vérifié dans les cantines et les cafés.

Une des principales difficultés du calcul réside dans le fait que les achats sont effectués à des intervalles variables. L'approvisionnement alimentaire se fait quotidiennement, le loyer est souvent payé par mensualités, l'électricité par trimestre; on peut n'acheter des vêtements qu'une fois par an, ne renouveler ses ustensiles de cuisine que tous les cinq ans et sa literie tous les dix ans.

L'indice des prix doit cependant être calculé tous les mois en tenant compte des dépenses moyennes pour chacun de ces articles. Sur le plan mathématique, il n'y a aucun problème: si un ménage s'achète une nouvelle poêle à frire tous les cinq ans, sa dépense mensuelle moyenne à ce titre égalera un seizième du prix d'achat de l'ustensile.

La difficulté consiste à obtenir des données sûres concernant les achats espacés.

Exécution de l'enquête

On étonnerait bien des personnes en leur apprenant que des enquêtes sur le revenu et les dépenses des ménages sont menées régulièrement dans leur pays. Jamais ni elles, ni les personnes de leur entourage n'ont été interrogées sur leur budget. Cela n'a rien de surprenant car les plans de sondage se fondent en général sur une méthode dite d'«échantillonnage au hasard», selon laquelle les échantillons sont constitués par tirage au sort. Ils n'englobent que le nombre de ménages nécessaire à assurer que les données recueillies seront représentatives de l'ensemble de la population. C'est ainsi que lors de l'enquête sur les budgets familiaux organisée en Suède en 1958, la taille de l'échantillon était fixée à 4500 ménages, soit un ménage sur 500 environ. L'enquête menée au Royaume-Uni en 1953-1954 portait sur 12 000 foyers, soit environ un ménage sur 1000. L'enquête de 1955-1956 en Côte-d'Ivoire a touché approximativement un ménage sur 12. Aux Etats-Unis, en 1959, le rapport était d'environ un à 1500.

La relative étroitesse des échantillons de sondage ne signifie pas qu'aux yeux des statisticiens toutes les familles soient semblables. Ainsi, l'hypothèse sur laquelle se fonde le Bureau central de statistique du Royaume-Uni est qu'un échantillon de 12 000 ménages est suffisant pour lui fournir les données qu'il recherche sur la dimension moyenne des ménages des différentes catégories sociales, étant bien entendu que les effectifs de l'échantillon sont tirés de l'ensemble de la population.

Au demeurant, il est possible de contrôler l'exactitude des résultats par recoupement afin de confirmer la représentativité de l'échantillon. C'est ainsi que les autorités disposent de données chiffrées sur le total des ventes de biens sujets à l'impôt, tels que le tabac, la bière, le thé, les automobiles ou les bicyclettes. Elles disposent également, dans la plupart des pays, de renseignements précis sur les dépenses de la population en matière d'électricité, de transports et de communications téléphoniques.

Les statisticiens savent d'expérience quelle taille doit avoir un échantillon pour fournir des renseignements qui restent dans les limites de l'exactitude désirée. Si, par exemple, on veut obtenir des données dont la marge d'erreur ne dépasse pas 2%, on peut calculer statistiquement la dimension à donner à l'échantillon; bien entendu, plus celui-ci sera large, plus les renseignements seront précis. En revanche, les caractéristiques d'une population nombreuse peuvent être analysées au moyen d'échantillons

proportionnellement plus petits que celles d'une population limitée. Ainsi, on ne peut trouver le nombre total des œufs consommés par les habitants d'un village de cent foyers en multipliant simplement la consommation d'œufs d'une seule famille par cent. En questionnant dix ménages dans une ville qui en compte mille, le chiffre sera déjà plus précis; en interrogeant mille ménages dans une ville de 100 000 unités familiales, enfin, le résultat sera vraisemblablement très proche de la réalité, à condition, une fois de plus, que l'effectif de l'échantillon représente convenablement les différentes couches de la population. On notera que dans chacun des cas qu'on vient de citer le taux d'échantillonnage (1 : 100) est le même.

De même, lorsqu'on cherche à obtenir certaines données particulières, il convient d'élargir l'échantillon. En effet, un échantillon limité peut suffire pour déterminer combien de personnes portent des lunettes, mais pour savoir combien il y a d'hommes qui portent le monocle, il faut un filtrage plus fin, donc un échantillon plus large.

Dans la pratique on commence généralement par quadriller le pays, les compartiments pouvant correspondre aux divisions administratives ou aux circonscriptions électorales, par exemple. Selon le taux d'échantillonnage retenu, qui peut varier d'un pays à un autre, on calcule le nombre d'unités de sondage pour chaque zone. Si l'on dispose de registres ou de fichiers tenus à jour, on peut y désigner une adresse sur cinquante ou sur cent, par exemple. Dans certaines parties des Etats-Unis on emploie l'annuaire téléphonique. Ailleurs, il peut être nécessaire de pointer les maisons sur le terrain.

Il arrive fréquemment qu'un sondage à plusieurs degrés s'impose lorsque la population est très nombreuse. On choisit alors parmi les zones résultant du quadrillage initial des sous-districts, voire des villages ou des quartiers, qui serviront de base au tirage au sort final. Les responsables de l'enquête s'assurent alors une dernière fois que l'échantillon représente effectivement toutes les catégories religieuses, politiques et sociales de la population. En Union soviétique, où les enquêtes sont menées au niveau de l'entreprise, la sélection s'opère sur la base du nombre total des entreprises de toutes tailles de chaque branche d'activité dans chaque république ou région.

Une fois les ménages sélectionnés, il leur est demandé de noter leurs dépenses pendant une période déterminée. Parfois des carnets leur sont remis pour consigner ces renseignements, parfois des enquêteurs professionnels vont les questionner de vive voix. Il n'est pas rare que les

Les conditions de vie des ménages en France

26

deux méthodes soient combinées: le chef de famille tient un livre de comptes selon les conseils que l'enquêteur lui donne au cours d'une série d'entrevues.

Les enquêtes suscitent un vif intérêt

Lorsqu'on explique clairement l'objectif visé et qu'on garantit le secret, la plupart des familles sélectionnées se montrent prêtes à collaborer à l'enquête. On constate même qu'elles y portent un vif intérêt. Dans les régions où l'opération constitue une innovation, on peut faire précéder l'enquête d'une campagne d'information. Une telle campagne a été organisée dans l'île Maurice au moyen d'articles dans la presse, de programmes radio-diffusés en français, en hindou et en chinois, de lettres aux maires des villages, de tournées de projections cinématographiques dans les villages et de la projection d'un court-métrage dans les principales salles de cinéma. Il était souligné au cours de cette campagne que l'enquête aiderait la population de l'île à relever son niveau de vie et qu'elle serait menée sous l'égide de l'Organisation internationale du travail.

Une des contributions les plus importantes de l'OIT dans ce domaine prend la forme d'une assistance à ses Etats membres pour l'exécution d'enquêtes, pour la formation du personnel permanent nécessaire au dépouillement des données et pour la mise au point d'un système de contrôle des prix de détail. Le Service statistique du Bureau international du travail a pour tâche d'étudier les méthodes utilisées dans les différents pays en vue d'élaborer des normes et des méthodes applicables partout. Onze conférences internationales de statisticiens du travail ont été organisées sous les auspices du BIT, la dernière en date étant celle d'octobre 1966. Ces réunions permettent à d'éminents spécialistes venus de tous les pays de confronter leurs problèmes et de chercher en commun les moyens de les résoudre. Une autre contribution, et non des moindres, apportée par le BIT est la préparation régulière de rapports et de publications mettant les résultats de ces recherches à la disposition des sociologues et des statisticiens du monde entier.

Le Bureau international du travail répond ce faisant au mandat qui lui était assigné en 1919 par le Traité de Versailles. L'une de ces fonctions traditionnelles est, en effet, d'organiser «la centralisation et la distribution de toutes informations concernant la réglementation internationale de la condition des travailleurs et du régime du travail».

«BIT Panorama»

A mesure que son revenu s'accroît, le Français dépense davantage pour le transport, les télécommunications, les loisirs, les vacances et les services domestiques. Les dépenses d'alimentation et d'entretien courant du logement sont celles qui augmentent le moins avec le revenu.

C'est ce qui ressort d'une enquête générale sur les conditions de vie des ménages, menée en 1965 et dont les résultats viennent d'être divulgués par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE).

L'étude de l'INSEE porte successivement sur les principales fonctions utilisées habituellement dans l'analyse du comportement des consommateurs: alimentation, habillement, habitation, transport, hygiène et santé, loisirs.

1. *Alimentation*: Première constatation: les repas pris au restaurant ou dans une cantine, les consommations prises au café représentent en 1965 une part importante du budget alimentaire et même du budget total des ménages. Elle est par exemple de 4,8% du budget total des ménages dont le chef est cadre supérieur, 4,4% pour les cadres moyens et 3,5% chez les ouvriers. Pour l'ensemble des catégories socio-professionnelles, les dépenses d'alimentation figurent pour 39,7% dans le budget des ménages (agriculteurs exploitants: 47,2%, salariés agricoles: 50,3%; professions indépendantes: 37,6%; cadres supérieurs: 28,9%; cadres moyens: 33,1%; employés: 37,9%; ouvriers: 43,4%).

2. *Habillement*: La dépense annuelle d'habillement s'élève d'après l'enquête à 1777 F. en moyenne. Elle varie fortement suivant la catégorie socio-professionnelle du chef de ménage. Les cadres supérieurs, les industriels et gros commerçants dépensent presque deux fois plus, pour ce poste, que les cadres moyens. Quelles que soient les catégories, les dépenses d'habillement tournent autour de 11 à 12% environ du budget du ménage.

3. *Habitation*: La dépense moyenne d'habitation était de 2450 F. par ménage, ce qui représentait environ 16% du budget familial, 12% si l'on exclut les loyers des charges.

Pour l'ensemble des locataires et sous-locataires (ménages agricoles exclus), la dépense annuelle de loyers et charges s'élevait à 1330 F. en 1965. Ce chiffre peut paraître faible, en fait, les valeurs moyennes recouvrent de très grandes disparités. Le manque d'unité du marché du loge-