

# *Introduction :* *Objectifs du Sondage* *et Méthodologie*

---

# *Objectifs*

---

## *du*

---

## *sondage*

---

■ Etudier les **habitudes alimentaires des Français** en général et la **satisfaction ressentie** par rapport à ces comportements.

■ **Définir et pondérer les attentes** des Français en 1993 en matière d'alimentation.

Définir plus particulièrement les repas favoris, les produits alimentaires essentiels.

Appréhender ce que recouvre en 1993 pour les Français le terme **d'harmonie alimentaire**.

■ **Mesurer les évolutions et les modifications vécues par les Français au cours des 5 dernières années** en termes d'habitudes et de comportements alimentaires et le pourquoi de ces évolutions.

■ En matière d'information alimentaire, vérifier les sources et mettre en évidence l'opinion des Français sur la qualité de cette information.

■ **755 interviews ont été menées** par téléphone sur la base d'un questionnaire de 20 minutes auprès d'un **échantillon représentatif de la structure de la population française**, en termes :

- de sexe
- d'âge (15 ans et plus)
- de catégorie socio-professionnelle de la personne de référence (chef de famille)
- de répartition régionale
- de taille d'agglomération

Le terrain de cette étude s'est déroulé du 15 au 20 mars 1993.

## ■ Intervalle de confiance

Le tableau ci-dessous indique l'intervalle de confiance que l'on peut accorder à un résultat chiffré d'étude, en fonction de la taille de l'échantillon, sur la base d'échantillons aléatoires.

Par exemple, pour un échantillon de 800 personnes, si un résultat donne 20 % des personnes interrogées déclarant utiliser un produit X, l'intervalle de confiance est de 2,8 %, c'est-à-dire qu'il y a 95 % de chances pour que l'utilisation du produit soit comprise entre 17,2 % et 22,8 %, dans l'ensemble de la population étudiée.

Déclarations	...5	10	15	20	25	30	35	40	45	50
%	ou	ou	ou	ou	ou	ou	ou	ou	ou	
	95	90	85	80	75	70	65	60	55	
Echantillon	1,5	2,1	2,5	2,8	3,0	3,2	3,3	3,4	3,5	3,5
800										