

Une étude



pour



Questions de communication - Hebdocom Janvier 2023

Vague 9 – La communication des collectifs de boulangers



Jean-Daniel Lévy, Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

Pierre-Hadrien Bartoli, Directeur des études politiques

Hadrien Gouttefangeas, Chargé d'études au Département Politique – Opinion

Sommaire

Méthodologie d'enquête

P.3

Le regard des Français sur la communication des collectifs de boulangers

P.5

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** les **24** et **25 janvier** 2023.



Échantillon de **1 133** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle**, **région** et **taille d'agglomération** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 points).



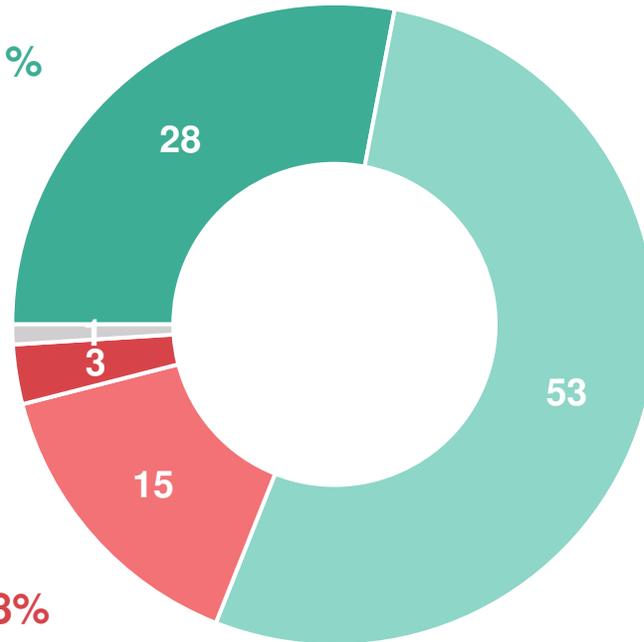
Le regard des Français sur la communication des collectifs de boulangers

Une large majorité de Français déclarent avoir été convaincus par la communication des collectifs de boulangers ne suivant pas la ligne des représentants officiels de la profession, un sentiment partagé de manière relativement homogène dans l'ensemble des catégories de la population

Dans un contexte de hausse des coûts des matières premières et du prix de l'énergie, le gouvernement, en accord avec la Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie française, a déclenché des aides pour accompagner les artisans boulangers. Cependant, plusieurs collectifs de boulangers (des regroupements de boulangers notamment issus des réseaux sociaux) ont pris la parole dans les médias pour appeler à la mise en place d'un bouclier tarifaire sur les prix de l'énergie et à une manifestation à Paris. Vous personnellement, avez-vous été convaincu(e) ou non par la communication des collectifs de boulangers qui ne sont pas d'accord avec la Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie française et expriment leurs positions en manifestant, en étant présent dans les médias... ?

- À tous, en % -

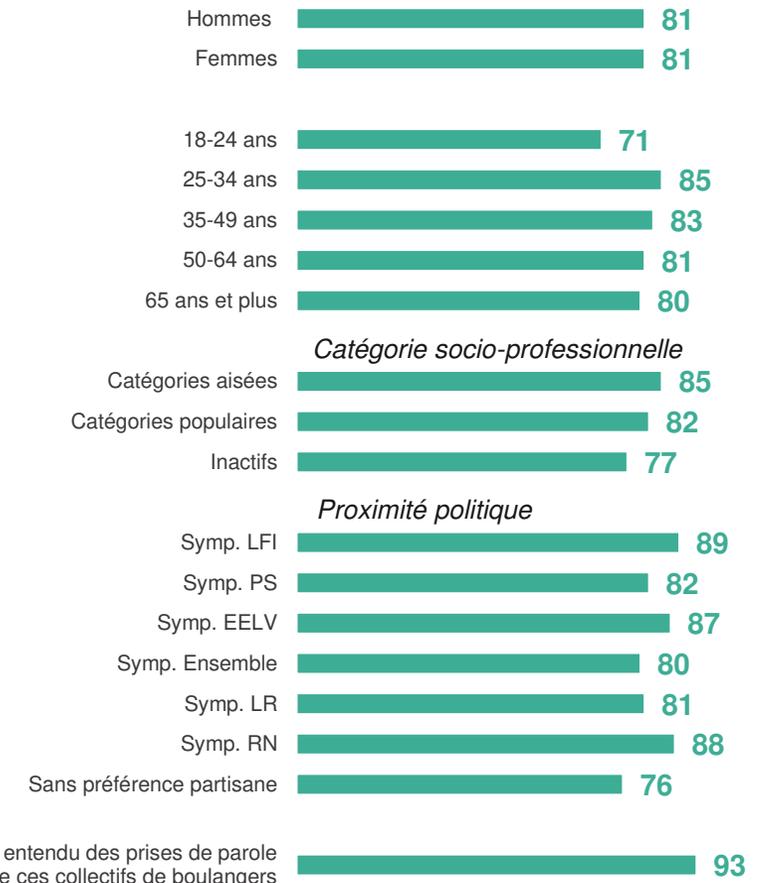
Convaincu(e) : 81%



Pas convaincu(e) : 18%

- Tout à fait convaincu(e)
- Plutôt convaincu(e)
- Plutôt pas convaincu(e)
- Pas du tout convaincu(e)
- Ne se prononce pas

Convaincu(e), en %



Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr