

**ZA3683**

**Flash Eurobarometer 128**

**(Special Target: Cross-Border Commerce)**

**Questionnaire**

**France**

FXSA

---

 %RETVAL% \_\_\_\_\_ (38)
 

---

FXTESA

---

 %RETVAL% \_\_\_\_\_ (39)
 

---

FXGEO

---

 %RETVAL% \_\_\_\_\_ (40)
 

---

FXPHONE

---

 %RETVAL% \_\_\_\_\_ (41-55)
 

---

FXDEPT

---

 %RETVAL% \_\_\_\_\_ (56-57)
 

---

FXUDA9

---

 %RETVAL% \_\_\_\_\_ (58)
 

---

HEADER PROTECT PROTTEXT

---

 TITRE PROTECT' •[7m CONTRAT : 70CN8801A '+'FLASH 128 - SEPTEMBRE 2002 •[m'
 

---

Bonjour. Cette enquête concerne les entreprises qui travaillent tant au niveau national qu'au niveau européen. Elle vise à évaluer les pratiques commerciales et publicitaires des entreprises dans l'Union Européenne.

---

QA (a) - Votre entreprise s'adresse-t-elle aux consommateurs finaux, c'est-à-dire le grand public, que ce soit par la vente, par la publicité ou les deux ?

(14) SP

Oui.....1  
 Non.....2  
 Don't know.....Y

---

PRINT 'SI NON OU NSP EN QA ==> HORS CIBLE'

---

QB (b) Dans votre entreprise, quelle est votre fonction exacte ?  
NOTER EN CLAIR

(15-24)

QC (c) CODER [+qb+]

- (25) SP
- Patron, Directeur Général .....1
- Dirigeant, principal responsable du Marketing,  
des ventes, de la publicité .....2
- AUTRES CAS .....3 GO TO HORSCIBL

PRINT 'SI AUTRES CAS EN QB ==> HORS CIBLE'

D1 D1. Combien de personnes votre entreprise emploie-t-elle  
régulièrement en FRANCE ?

- 0 TO 99999 \_\_\_\_\_ (26-30)
- Don't know.....Y

PRINT 'Si 0 à 9 ou NSP EN D1 ==> HORS CIBLE'

D2 D2. Dans combien d'autres pays de l'union Européenne, disposez-vous  
de points de vente ou de filiales ?  
NOTER EN CLAIR

- 0 TO 14 \_\_\_\_\_ (34-35)
- Don't know.....Y

D3 D3. Votre entreprise est :

	(36)	SP
Une entreprise indépendante .....	1	
La maison mère d'un groupe multinational .....	2	
Membre d'un groupe multinational autorisé par la maison mère à vendre et à faire de la publicité à des consommateurs vivant dans d'autres pays de l'Union Européenne .....	3	
Membre d'un groupe multinational à qui il n'est pas autorisé par la maison mère de vendre et de faire de la publicité à des consommateurs vivants dans d'autres pays de l'Union Européenne	4	GO TO HORSCIBL
Don't know.....	Y	GO TO HORSCIBL

---

PRINT 'SI NSP OU CODE 4 EN D3 ==> HORS CIBLE'

---

PRINT 'SI D2 = 0 DIRE : '

---

Dans cette étude nous aimerions étudier vos ventes et/ou publicités transfrontalières. Ce sont des ventes et des publicités destinées aux particuliers résidant dans d'autres pays de l'Union Européenne

---

PRINT 'SI D2 > 0 ou D2 = DK DIRE : '

---

Dans cette étude nous aimerions étudier les ventes et publicités transfrontalières de l'ensemble des membres de votre groupe. Une vente transfrontalière est une vente à un consommateur qui vit dans un autre pays de l'Union Européenne que celui du membre de votre groupe qui fait la vente. Une publicité transfrontalière est une publicité qui vise à encourager ce type de vente.

---

PRINT 'A TOUS '

---

Dans mes premières questions je vais vous demander votre opinion sur les difficultés que vous pouvez rencontrer dans vos ventes ou publicités au sein de l'Union européenne et sur les perspectives d'avenir.

---

Q1 1. Pour commencer, peut-on dire que votre entreprise s'intéresse davantage à encourager les ventes transfrontalières :

....

-1- ... depuis que l'internet et le commerce électronique se sont développés dans l'Union Européenne ?

-2- ... depuis l'introduction des billets et pièces en euro dans 12 pays de l'Union Européenne ?

	-1-	-2-	
	(37)	(38)	
Oui.....	1	1	
Non.....	2	2	
Don't know.....	Y	Y	SP

2. Certains facteurs peuvent encore rendre le développement de vos ventes et publicités plus difficiles partout dans l'Union européenne.

Q2 2. Par exemple .... : diriez-vous qu'il s'agit d'une difficulté :

- 1- les différences de langues
- 2- les différentes monnaies qui subsistent au Danemark, en Suède et au Royaume Uni à côté de la zone Euro
- 3- les différentes réglementations nationales sur les pratiques commerciales, la publicité et les autres règles sur la protection des consommateurs auxquelles il faut se conformer
- 4- les différentes réglementations nationales fiscales, de TVA et autres auxquelles il faut se conformer
- 5- des risques plus élevés de fraudes et d'impayés dans vos ventes transfrontalières
- 6- de plus grandes difficultés pour résoudre les plaintes et les conflits transfrontaliers
- 7- de plus grandes difficultés pour assurer un service après-vente efficace transfrontalier.

	-1-	-2-	-3-	-4-	-5-	-6-	-7-	
	(39)	(40)	(41)	(42)	(43)	(44)	(45)	SP
Très importante...	1	1	1	1	1	1	1	
Plutôt importante.	2	2	2	2	2	2	2	
Plutôt pas importante, ou....	3	3	3	3	3	3	3	
Pas importante du tout pour développer vos ventes et publicités transfrontalières								
?.....	4	4	4	4	4	4	4	
Don't know.....	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	

3. Certaines mesures pourraient faciliter le développement de vos ventes et/ou publicités partout dans l'Union Européenne.

Q3 3. Par exemple .... : diriez-vous que ce serait une mesure :

- 1- Une meilleure information des entreprises sur toutes les réglementations de protection des consommateurs dans les autres pays de l'Union Européenne
- 2- Le passage à l'euro des dernières monnaies nationales qui subsistent : au Danemark, en Suède et au Royaume-Uni
- 3- La mise en place de services d'arbitrage et de conciliation indépendants, compétents pour les plaintes et les conflits transfrontaliers
- 4- L'adhésion à un code de bonne conduite européen qui permette de se conformer aux différentes réglementations nationales sur la protection des consommateurs
- 5- L'harmonisation des réglementations nationales sur la publicité, les pratiques commerciales et les autres réglementations sur la protection des consommateurs

	-1-	-2-	-3-	-4-	-5-	SP
	(46)	(47)	(48)	(49)	(50)	
Très efficace.....	1	1	1	1	1	
Plutôt efficace...	2	2	2	2	2	
Plutôt pas efficace, ou.....	3	3	3	3	3	
Pas efficace du tout pour faciliter vos ventes et/ou publicités transfrontalières au sein de l'Union Européenne ?.....	4	4	4	4	4	
Don't know.....	Y	Y	Y	Y	Y	

PRINT 'SI D2 = 0 DIRE :@'

Voyons maintenant ce qu'il en a été de vos ventes transfrontalières à des particuliers résidant dans d'autres pays de l'Union Européenne ces 12 derniers mois.

PRINT 'SI D2 > 0 ou D2 = DK DIRE :@'

Voyant maintenant ce qu'il en a été de vos ventes transfrontalières ces 12 derniers mois. Une vente transfrontalière est une vente à un consommateur qui vit dans un autre pays de l'Union Européenne que celui du membre de votre groupe qui fait la vente

PRINT 'A TOUS'

Q4 4. Dans vos VENTES FAITES PAR INTERNET à des consommateurs de l'Union Européenne, pouvez-vous estimer le pourcentage de vos ventes transfontalières ?

ENQ. SI NSP, VOUS POUVEZ SUGGERER L'ECHELLE CI-DESSOUS : Pour avoir un ordre de grandeur, était-ce : rien du tout ? /... autour de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENQ.: SUGGERER DE MANIERE A AMENER L'INTERVIEWE A EVALUER LE POURCENTAGE, MEME TRES APPROXIMATIVEMENT ET LE CODER CI- DESSOUS [SI NE VEND RIEN PAR INTERNET : ---> CODER 888 ]

0 TO 100/888 \_\_\_\_\_ (51-53)  
Don't know.....Y

Q5 5 Dans vos ventes faites PAR CORRESPONDANCE OU PAR TELEPHONE à des consommateurs de l'Union Européenne, pouvez-vous estimer le pourcentage de vos ventes transfontalières ?

ENQ. SI NSP, VOUS POUVEZ SUGGERER L'ECHELLE CI-DESSOUS : Pour avoir un ordre de grandeur, était-ce : rien du tout ? /... autour de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENQ.: SUGGERER DE MANIERE A AMENER L'INTERVIEWE A EVALUER LE POURCENTAGE, MEME TRES APPROXIMATIVEMENT ET LE CODER CI- DESSOUS [SI NE VEND RIEN PAR CORRESPONDANCE/TELEPHONE : ---> CODER 888 ]

0 TO 100/888 \_\_\_\_\_ (54-56)  
Don't know.....Y

Q6 6 Et dans les ventes réalisées PAR VOS REPRESENTANTS qui visitent les consommateurs, pouvez-vous estimer le pourcentage de vos ventes transfontalières ?

ENQ. SI NSP, VOUS POUVEZ SUGGERER L'ECHELLE CI-DESSOUS : Pour avoir un ordre de grandeur, était-ce : rien du tout ? /... autour de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENQ.: SUGGERER DE MANIERE A AMENER L'INTERVIEWE A EVALUER LE POURCENTAGE, MEME TRES APPROXIMATIVEMENT ET LE CODER CI- DESSOUS [SI NE VEND RIEN PAR REPRESENTANTS AUX CONSOMM. : ---> CODER 888 ]

0 TO 100/888 \_\_\_\_\_ (57-59)

Don't know.....Y

Q7 7 Dans vos VENTES AU DETAIL EN MAGASINS , pouvez-vous estimer le pourcentage de vos ventes transfrontalières ?

ENQ. SI NSP, VOUS POUVEZ SUGGERER L'ECHELLE CI-DESSOUS : Pour avoir un ordre de grandeur, était-ce : rien du tout ? /... autour de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENQ.: SUGGERER DE MANIERE A AMENER L'INTERVIEWE A EVALUER LE POURCENTAGE, MEME TRES APPROXIMATIVEMENT ET LE CODER CI- DESSOUS [SI NE VEND RIEN EN MAGASINS : ---> CODER 888 ]

0 TO 100/888 \_\_\_\_\_ (60-62)  
Don't know.....Y

Q8 8. Maintenant en additionnant toutes ces ventes aux consommateurs, pouvez-vous estimer le pourcentage de vos ventes transfrontalières aux consommateurs finaux ?

ENQ. SI NSP, VOUS POUVEZ SUGGERER L'ECHELLE CI-DESSOUS : Pour avoir un ordre de grandeur, était-ce : rien du tout ? /... autour de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENQ.: SUGGERER DE MANIERE A AMENER L'INTERVIEWE A EVALUER LE POURCENTAGE, MEME TRES APPROXIMATIVEMENT ET LE CODER CI- DESSOUS

0 TO 100 \_\_\_\_\_ (63-65)  
Don't know.....Y

Voyons maintenant ce qu'il en a été de vos ACTIVITIES MARKETING ET PUBLICITAIRES ces 12 derniers mois.

Q9 9. Quel pourcentage de votre budget marketing et publicitaire est destiné à encourager les ventes transfrontalières ?

ENQ. SI NSP, VOUS POUVEZ SUGGERER L'ECHELLE CI-DESSOUS : Pour avoir un ordre de grandeur, était-ce : rien du tout ? /... autour de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENQ.: SUGGERER DE MANIERE A AMENER L'INTERVIEWE A EVALUER LE POURCENTAGE, MEME TRES APPROXIMATIVEMENT ET LE CODER CI- DESSOUS SI PAS DE BUDGET POUR DES VENTES TRANSFRONTALIERES, CODER 0

0 TO 100 \_\_\_\_\_ (66-68)  
Don't know.....Y

Q10 10. Imaginons maintenant que toutes les réglementations sur la publicité, les pratiques commerciales et les autres réglementations sur la protection des consommateurs soient complètement harmonisées dans les 15 pays de l'Union Européenne. Si c'était le cas, d'après vous, la part de votre budget marketing et publicité destiné à encourager les ventes transfrontalières ...

ENQ.: LIRE LES REPONSES

	(69)	SP
Augmenterait beaucoup.....	1	
Augmenterait un peu.....	2	
Ne changerait pas.....	3	
Diminuerait un peu.....	4	
Diminuerait beaucoup.....	5	
Don't know.....	Y	

Q11 11. Et toujours si les réglementations sur la protection des consommateurs étaient complètement harmonisées dans les 15 pays de l'Union Européenne, la part de vos ventes transfrontalières...

ENQ.: LIRE LES REPONSES

	(70)	SP
Augmenterait beaucoup.....	1	
Augmenterait un peu.....	2	
Ne changerait pas.....	3	
Diminuerait un peu.....	4	
Diminuerait beaucoup.....	5	
Don't know.....	Y	

TELB TEL.B Votre numéro de téléphone est le .....

	(77)	SP
Oui.....	1	GO TO AGO
Non.....	2	

TELT TEL.T Pouvez-vous me le rappeler

ENQUETEUR: INDIQUER LE NUMERO SOUS LA FORME XX XX XX XX XX

FXTEL

Card: 07 (6-7)

.....

(8-27)

I N S T R U C T I O N \_\_\_\_\_ F I N A L E

JE VOUS REMERCIE D'AVOIR REPONDU A CES QUESTIONS. BONSOIR MONSIEUR,  
MADAME.....

---

\*\*\*\* Fin de contact \*\*\*\*

EXCUSEZ-MOI DE VOUS AVOIR DERANGE .... AU REVOIR

---

---