

Flash Eurobarometer 267
April 2009

Innobarometer 2009

Basic bilingual questionnaire

The GALLUP Organization

FLASH 267- INNOBAROMETER 2009

COMPANY INFORMATION

Let me start with a few basic questions regarding your company.

D1. Where does your company manufacture or sell products or deliver services?

INTERVIEWER: INCLUDE ALL PRIMARY ACTIVITIES (E.G: IF A RETAIL OPERATION WHERE THEY HAVE SHOPS/PRIMARILY SELL) THE OBJECTIVE IS TO LEARN WHERE THE CORE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE ARE LOCATED

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

- | | |
|---------------------|---|
| Yes..... | 1 |
| No..... | 2 |
| Not applicable..... | 8 |
| DK/NA..... | 9 |
-
- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| a) Your own region..... | 1 | 2 | 8 | 9 |
| b) Elsewhere in your own country..... | 1 | 2 | 8 | 9 |
| c) EU countries, Norway or Switzerland..... | 1 | 2 | 8 | 9 |
| f) Other countries outside the EU..... | 1 | 2 | 8 | 9 |

COMPANY INFORMATION

Permettez-moi de commencer avec quelques questions de base relatives à votre entreprise

D1. Où votre entreprise fabrique-t-elle ou vend-t-elle des produits, ou délivre-t-elle des services ?

ENQUETEUR: INCLURE TOUTES LES ACTIVITES PRIMAIRES (EX: S'IL S'AGIT D'UN COMMERCE DE DETAIL OU ILS ONT DES MAGASINS/ VENTE ESSENTIELLEMENT), L'OBJECTIF ETANT DE SAVOIR OU LES ACTIVITES CENTRALES DE L'ENTREPRISE SONT SITUEES

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

- | | |
|------------------------|---|
| Oui..... | 1 |
| Non..... | 2 |
| Ne s'applique pas..... | 8 |
| NSP/SR..... | 9 |
-
- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| a) Votre propre région..... | 1 | 2 | 8 | 9 |
| b) Ailleurs dans votre propre pays..... | 1 | 2 | 8 | 9 |
| c) Pays de l'Union Européenne, en Norvège ou en Suisse..... | 1 | 2 | 8 | 9 |
| f) Autres pays en dehors de l'Union Européenne..... | 1 | 2 | 8 | 9 |

For the following questions, please limit your responses to the activities of your company in [your country] only.

D2. How many employees does your company have [in your country]?

READ OUT – ONE ANSWER ONLY

Less than 20	0
20-49	1
50-249	2
250-499	3
500 or more	4
[DK/NA].....	9

IF D2 = 0, 9, THANK AND TERMINATE

D3. When was your company established?

INTERVIEWER: IN CASE OF A PAST ACQUISITION, PLEASE REFER TO THE YEAR WHEN THE ACQUIRING COMPANY WAS REGISTERED, OR, IN CASE OF A MERGER, OF THE LARGEST COMPANY INVOLVED (IN TERMS OF EMPLOYEES).

DO NOT READ OUT – ONE ANSWER ONLY

Before 1 st January 2001	1
Between 1 st January 2001 and 1 st January 2006	2
After 1 st January 2006	3
[DK/NA].....	9

IF D3 = 3, THANK AND TERMINATE

Pour les questions suivantes, veuillez limiter vos réponses aux activités de votre entreprise en France uniquement.

D2. Combien d'employés votre entreprise a-t-elle en France ?

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

Moins de 20	0
20-49.....	1
50-249.....	2
250-499.....	3
500 ou plus	4
[NSP/SR].....	9

SI D2 = 0, 9, REMERCIER ET CLORE

D3. Quand votre entreprise a-t-elle été fondée ?

ENQUETEUR: DANS LE CAS D'UNE ACQUISITION PASSEE, VEUILLEZ VOUS REFERER A L'ANNEE AU COURS DE LAQUELLE LA SOCIETE ABSORBANTE A ETE ENREGISTREE, OU DANS LE CAS D'UNE FUSION, CELLE DE LA PLUS GRANDE ENTREPRISE IMPLIQUEE (EN TERMES D'EMPLOYES).

NE PAS LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

Avant le 1er janvier 2001	1
Entre le 1er janvier 2001 et le 1er janvier 2006	2
Après le 1er janvier 2006.....	3
[NSP/SR].....	9

IF D3 = 3, REMERCIER ET CLORE

D4. Comparing your turnover of 2008 to that of 2006, did the annual turnover of your company decrease, increase, or remain approximately the same (within plus or minus 5%)? Exclude changes in turnover due to mergers or acquisitions.

DO NOT READ OUT – ONE ANSWER ONLY

Decreased 1
 Increased 2
 Approximately the same 3
 [DK/NA] 9

IF D4 = 1

D4a. From 2006 to 2008, did turnover decrease ...

READ OUT – ONE ANSWER ONLY

... by less than 5% 1
 ... by 5% to 25% 2
 ... by more than 25% 3
 [DK/NA] 9

IF D4 = 2.

D4b. From 2006 to 2008, did turnover increase ...

READ OUT – ONE ANSWER ONLY

- ... by less than 10% 1
 - ... by 10% to 50% 2
 - ... by more than 50% 3
 - [DK/NA] 9

D4. En comparant votre chiffre d'affaires de 2008 à celui de 2006, le chiffre d'affaires annuel de votre entreprise a t'il diminué, augmenté ou est-il resté le même (à plus ou moins 5%)? Exclure les changements de chiffre d'affaires dus à des fusions ou des acquisitions.

NE PAS LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

A diminué 1
 A augmenté 2
 Approximativement le même 3
 [NSP/SR] 9

SI D4 = 1

D4a. De 2006 à 2008, le chiffre d'affaires a diminué...

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

... de moins de 5% 1
 ... de 5% à 25% 2
 ... de plus de 25% 3
 [NSP/SR] 9

SI D4 = 2

D4b. De 2006 à 2008, le chiffre d'affaires a augmenté...

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

... de moins de 10% 1
 ... de 10% à 50% 2
 ... de plus de 50% 3
 [NSP/SR] 9

D5. .. NOT TO BE ASKED, RECORD FROM DATABASE: NACE code of the main activity of company

D5.NE PAS POSER, SE REFERER A LA BASE DE DONNEES :: Code NACE de l'activité principale de l'entreprise

SECTION 1: TRENDS IN INNOVATIVE ACTIVITIES, INVESTMENTS AND STRATEGY

Now I will ask you some questions about recent changes in your company's innovative activities and strategy. If you feel that a particular question does not apply for your company, please let me know.

a) Trends in innovative activities

Q1. Has your company had expenditures on any of the following activities to support innovation since 2006? When replying to this and similar questions please include the year 2006 in your reply.

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

Yes.....1
 No2
 Not applicable.....8
 DK/NA.....9

- a) Research & development within your company.....1 2 8 9
- b) Research and development performed for your company by other enterprises or by research organisations.....1 2 8 9
- c) Acquisition of new or significantly improved machinery, equipment and software1 2 8 9
- d) Purchase or licensing of patents, inventions, know-how, and other types of knowledge1 2 8 9
- e) Training to support innovative activities.....1 2 8 9
- f) Design (graphic, packaging, process, product, service or industrial design).....1 2 8 9
- g) Application for a patent or registration of a design1 2 8 9

SECTION 1: TRENDS IN INNOVATIVE ACTIVITIES, INVESTMENTS AND STRATEGY

A présent, je vais vous poser quelques questions sur les récents changements des activités novatrices et la stratégie de votre entreprise. Si vous estimez qu'une question ne s'applique pas à votre entreprise, veuillez me le faire savoir.

a) Trends in innovative activities

Q1. Votre entreprise a-t-elle dépensé de l'argent dans l'une des activités suivantes en faveur de l'innovation depuis 2006 ? Lorsque vous répondez à ce genre de questions veuillez inclure l'année 2006 dans votre réponse.

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

Oui 1
 Non 2
 Ne s'applique pas 8
 NSP/SR..... 9

- a) Recherche & développement au sein de votre entreprise..... 1 2 8 9
- b) Recherche et développement réalisés pour votre entreprise par d'autres sociétés ou par des organismes de recherche..... 1 2 8 9
- c) Acquisition de machines, équipements et logiciels neufs ou améliorés de façon significative. 1 2 8 9
- d) Achat ou licence de brevets, inventions, savoir-faire, et d'autres types de connaissances 1 2 8 9
- e) Formation pour soutenir les activités innovantes..... 1 2 8 9
- f) Design (graphisme, packaging, processus, produit, service ou design industriel)..... 1 2 8 9
- g) Demande d'un brevet ou d'enregistrement d'un design 1 2 8 9

IF AT LEAST ONE ITEM IN Q1 IS SELECTED. ELSE GO TO Q2

Q1a. Compared to 2006, did your firm increase its innovation expenditures in 2008 for any of the following activities?

ASK ITEMS a)-g) where Q1 = 1 – CODE ALL THAT APPLY

Yes.....1
No2
Not applicable.....8
DK/NA.....9

- a) Research & development within your company.....1 2 8 9
- b) Research and development performed for your company by other enterprises or by research organisations.....1 2 8 9
- c) Acquisition of new or significantly improved machinery, equipment and software1 2 8 9
- d) Purchase or licensing of patents, inventions, know-how, and other types of knowledge1 2 8 9
- e) Training to support innovative activities.....1 2 8 9
- f) Design (graphic, packaging, process, product, service or industrial design).....1 2 8 9
- g) Application for a patent or registration of a design1 2 8 9

SI AU MOINS UN ITEM EN Q1 EST SÉLECTIONNÉ. SINON ALLER EN Q2

Q1a. Par rapport à 2006, votre entreprise a-t-elle augmenté ses dépenses d'innovation en 2008 pour l'une des activités suivantes ?

DEMANDER LES ITEMS a)-g) où Q1 = 1 - CODER TOUT CE QUI CONVIENT

Oui 1
Non 2
Ne s'applique pas 8
NSP/SR..... 9

- a) Recherche & développement au sein de votre entreprise..... 1 2 8 9
- b) Recherche et développement réalisés pour votre entreprise par d'autres sociétés ou par des organismes de recherche..... 1 2 8 9
- c) Acquisition de machines, équipements et logiciels neufs ou améliorés de façon significative. 1 2 8 9
- d) Achat ou licence de brevets, inventions, savoir-faire, et d'autres types de connaissances 1 2 8 9
- e) Formation pour soutenir les activités innovantes..... 1 2 8 9
- f) Design (graphisme, packaging, processus, produit, service ou design industriel)..... 1 2 8 9
- g) Demande d'un brevet ou d'enregistrement d'un design 1 2 8 9

Q2. Please think of the total amount spent by your firm in 2008 on all innovative activities. What percentage does this represent of your total 2008 turnover?

READ OUT – ONLY ONE ANSWER

- Less than 5% 1
- Between 5% and 25% 2
- Between 25% and 50% 3
- More than 50% 4

- Not applicable/no innovative activities..... 8
- [DK/NA]..... 9

Q3. Compared to 2006, has the total amount spent by your firm spent by your firm on all innovation activities in 2008 increased, decreased, or stayed approximately the same (adjusted for inflation)?

READ OUT – ONLY ONE ANSWER

- Increased 1
- Decreased 2
- Stayed the same..... 3

- Not applicable/no innovative activities..... 8
- [DK/NA]..... 9

Q2. Veuillez penser au montant total dépensé par votre entreprise en 2008 sur l'ensemble des activités novatrices. Quel pourcentage cela représente sur le total de votre chiffre d'affaires de 2008 ?

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

- Moins de 5% 1
- Entre 5% et 25% 2
- Entre 25% et 50%..... 3
- Plus de 50%..... 4

- [Ne s'applique pas/pas d'activités innovantes] 8
- [NSP/SR]..... 9

Q3. Par rapport à 2006, le montant total dépensé par votre entreprise sur toutes les activités d'innovation en 2008, a-t-il augmenté, diminué ou est-il resté approximativement le même (ajusté pour l'inflation) ?

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

- A augmenté 1
- A diminué 2
- Est resté le même 3

- [Ne s'applique pas/pas d'activités innovantes] 8
- [NSP/SR]..... 9

Q4. In the last six months has your company taken one of the following actions as a direct result of the economic downturn?

READ OUT – ONLY ONE ANSWER

- Increased total amount of innovation expenditures 1
- Decreased total amount of innovation expenditures.....2
- Maintained total amount of innovation expenditures at the same level3
- Not applicable / no innovation8
- DK/NA9

Q5. Compared to 2008, do you expect your company to increase, decrease or maintain the total amount of its innovation expenditures in 2009?

READ OUT– ONLY ONE ANSWER

- Increase 1
- Decrease 2
- Maintain 3

- Not applicable / no innovation 8
- [DK/NA]..... 9

Q4. Au cours des six derniers mois, votre société a-t-elle entrepris l'une des actions suivantes en conséquence directe de la crise économique ?

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

- A augmenté le montant total des dépenses d'innovation..... 1
- A diminué le montant total des dépenses d'innovation 2
- A maintenu le montant total des dépenses d'innovation au même niveau 3
- [Ne s'applique pas/pas d'innovation]..... 8
- [NSP/SR] 9

Q5. Par rapport à 2008, vous attendez-vous à ce que votre entreprise augmente, diminue ou maintienne le montant total de ses dépenses d'innovation en 2009 ?

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

- Augmente 1
- Diminue.....2
- Maintienne3

- [Ne s'applique pas/pas d'innovation] 8
- [NSP/SR]..... 9

Q6. Has your company introduced any of the following innovations since 2006?

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

Yes.....1
 No.....2
 Not applicable.....8
 DK/NA.....9

- a) New or significantly improved products1 2 8 9
- b) New or significantly improved services1 2 8 9
- c) New or significantly improved processes (e.g. production processes, distribution methods, support activities)1 2 8 9
- d) New or significantly improved marketing strategies.....1 2 8 9
- e) New or significantly improved organisational structures (e.g. knowledge management, workplace organisation or external relations).....1 2 8 9

Q6. Votre entreprise a-t-elle mis en place l'une des innovations suivantes depuis 2006 ?

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

Oui 1
 Non 2
 Ne s'applique pas 8
 NSP/SR..... 9

- a) Produits nouveaux ou améliorés de façon significative 1 2 8 9
- b) Services nouveaux ou améliorés de façon significative 1 2 8 9
- c) Procédés nouveaux ou améliorés de façon significative (ex : processus de production, méthodes de distribution, activités de soutien) 1 2 8 9
- d) Stratégies marketing nouvelles ou améliorées de façon significative. 1 2 8 9
- e) Structures organisationnelles nouvelles ou améliorées de façon significative (ex : gestion des connaissances, organisation du lieu de travail ou relations extérieures) 1 2 8 9

IF AT LEAST ONE ITEM IS SELECTED IN Q6. Else go to Q7.

Q6a. In 2008, how important were innovative products or services for your company's total sales?

READ OUT – ONLY ONE ANSWER

Most sales came from innovative products or services... 1
Innovative and non-innovative products or services
contributed about equally to sales 2
Most sales came from non-innovative products or services
..... 3
[DK/NA]..... 9

SI AU MOINS UN ITEM EST SÉLECTIONNÉ EN Q6.
SINON ALLER EN Q7

Q6a. En 2008, dans quelle mesure les produits ou les services novateurs ont-ils été importants en ce qui concerne le total des ventes de votre entreprise ?

LIRE – UNE SEULE RÉPONSE POSSIBLE

La plupart des ventes provenaient de produits ou services
novateurs 1
Les produits ou services novateurs et non-novateurs ont
contribué à un niveau équivalent aux ventes 2
La plupart des ventes provenaient des produits et services
non-novateurs 3
[NSP/SR]..... 9

b) Public procurement

Q7. The term “public procurement” describes the purchases of goods, services and public works by governments and public bodies. Since 2006 has your company...

READ OUT - CODE FIRST THAT APPLIES

...won at least one public procurement contract.....	1
...submitted at least one tender for a public procurement, but none was successful	2
...investigated opportunities to sell to governments or public bodies, but not submitted any tender	3
... did none of these, not interested in public procurement	4
Not applicable.....	8
DK/NA	9

IF Q7 = 3).

Q7a. Did the public procurement opportunities that you investigated since 2006 include the possibility to sell an innovation (i.e. new or significantly improved products or services)?

READ OUT - ONLY ONE ANSWER

Yes	1
No.....	2
DK/NA	9

b) Public procurement

Q7.Le terme «Marchés publics» décrit l’achat de biens, de services et de travaux publics par les gouvernements et les organismes publics. Depuis 2006, votre entreprise a-t-elle ...

LIRE - CODER CE QUI CONVIENT EN PREMIER

... remporté au moins un marché public	1
... répondu à au moins un appel d’offres pour un marché public, mais sans aucun succès	2
... étudié la possibilité de vendre aux gouvernements ou aux organismes publics, mais n’a soumis aucune offre	3
... n’a rien fait de cela, ne s’intéresse pas à la passation des marchés publics.....	4
[Ne s’applique pas]	8
[NSP/SR]	9

SI Q7 = 3).

Q7a.Les marchés publics que vous avez étudiés depuis 2006 incluaient-ils la possibilité de vendre une innovation (c’est-à-dire des produits ou des services nouveaux ou améliorés de façon significative) ?

LIRE - UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

Oui	1
Non	2
[NSP/SR]	9

IF Q7 = 2).

Q7b. Did at least one of the tenders that you submitted for a public procurement since 2006 include the possibility to sell an innovation (i.e. new or significantly improved products or services)?

READ OUT - ONLY ONE ANSWER

Yes 1
No 2
DK/NA 9

IF Q7 = 1). Else go to Q8

Q7c. Did at least one of the public procurement contracts that you have won since 2006 include the possibility to sell an innovation (i.e. new or significantly improved products or services)?

READ OUT - ONLY ONE ANSWER

Yes 1
No 2
DK/NA 9

SI Q7 = 2).

Q7b. Est ce qu'au moins une des offres que vous avez remises pour un marché public depuis 2006, comprenait la possibilité de vendre une innovation (c'est-à-dire des produits ou des services nouveaux ou améliorés de façon significative) ?

LIRE - UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

Oui 1
Non 2
[NSP/SR] 9

SI Q7 = 1). Sinon aller en Q8

Q7c. . Est ce qu'au moins un des contrats de marchés publics que vous avez remporté depuis 2006, comprenait la possibilité de vendre une innovation (c'est-à-dire des produits ou des services nouveaux ou améliorés de façon significative) ?

LIRE - UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

Oui 1
Non 2
[NSP/SR] 9

Q8. For a company to be successful in public procurement, do you consider that...

READ OUT – ONLY ONE ANSWER

- ...low cost is more important than innovation for winning a public tender 1
- ...innovation is more important than low cost for winning a public tender 2
- ...cost and Innovation have equal importance for winning public tenders 3
- DK/NA 9

Q8.Pour qu'une entreprise ait du succès au niveau des marchés publics, diriez vous que ...

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

- ... le faible coût est plus important que l'innovation pour gagner un appel d'offres public..... 1
- ... l'innovation est plus importante que le faible coût pour remporter un appel d'offres public..... 2
- ... le coût et l'innovation ont une importance égale pour gagner les appels d'offres publics 3
- [NSP/SR] 9

c) Strategic trends

Let's turn to the strategic trends of your company in the recent years.

Q9. Since 2006, has your company started or increased any of the following initiatives to integrate different company activities (R&D, design, marketing/sales, production etc.) in support of innovation?

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

- | | |
|---------------------|---|
| Yes..... | 1 |
| No..... | 2 |
| Not applicable..... | 8 |
| DK/NA..... | 9 |
-
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| a) Knowledge management systems..... | 1 | 2 | 8 | 9 |
| b) Internal mechanisms for employees to submit innovative ideas | 1 | 2 | 8 | 9 |
| c) Staff rotations or secondments between different functions..... | 1 | 2 | 8 | 9 |
| d) Creation of cross-functional or cross-departmental teams on innovation projects | 1 | 2 | 8 | 9 |

c) Strategic trends

Venons-en aux orientations stratégiques de votre entreprise au cours des dernières années.

Q9. Depuis 2006, votre société a-t-elle débuté ou a-t-elle augmenté les initiatives suivantes visant à intégrer les différentes activités de l'entreprise (R & D, design, marketing / vente, production etc) en faveur de l'innovation ?

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

- | | |
|-------------------------|---|
| Oui | 1 |
| Non | 2 |
| Ne s'applique pas | 8 |
| NSP/SR..... | 9 |
-
- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| a) Systèmes de gestion des connaissances | 1 | 2 | 8 | 9 |
| b) Mécanismes internes pour que les employés soumettent des idées novatrices..... | 1 | 2 | 8 | 9 |
| c) Roulements ou détachements de personnel entre les différentes fonctions | 1 | 2 | 8 | 9 |
| d) Création d'équipes interfonctionnelles ou interdépartementales sur des projets d'innovation..... | 1 | 2 | 8 | 9 |

Q10. Since 2006, has your firm started or increased to perform any of the following international activities in support of innovation?

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

Yes.....1
 No2
 Not applicable8
 DK/NA.....9

- a) Outsourcing of tasks to companies located in other countries.....1 2 8 9
- b) Investments in companies located in other countries.....1 2 8 9
- c) Other cooperation with local partners in other countries.....1 2 8 9
- d) Recruitment of employees from other countries on a permanent or temporary basis1 2 8 9
- e) Market-testing of your innovative products in other countries.....1 2 8 9

IF AT LEAST ONE ITEM IS SELECTED IN Q10. ELSE GO TO Q11.

Q10a Have these international activities to support innovation mainly been in...

READ OUT – UP TO TWO ANSWERS

EU countries, Norway or Switzerland 1
 North America 2
 Asia 3
 Other countries..... 4

Q10. ... Depuis 2006, votre société a-t-elle débuté ou a-t-elle augmenté la pratique de l'une des activités internationales suivantes en faveur de l'innovation ?

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

Oui 1
 Non 2
 Ne s'applique pas 8
 NSP/SR..... 9

- a) Externalisation de tâches à des entreprises situées dans d'autres pays 1 2 8 9
- b) Investissements dans les entreprises situées dans d'autres pays 1 2 8 9
- c) Autre coopération avec des partenaires locaux dans d'autres pays 1 2 8 9
- d) Recrutement d'employés d'autres pays sur une base permanente ou temporaire 1 2 8 9
- e) Test de marché de vos produits novateurs dans d'autres pays 1 2 8 9

SI AU MOINS UN ITEM EST SÉLECTIONNÉ EN Q10. SINON ALLER EN Q11

Q10a. Ces activités internationales en faveur de l'innovation ont surtout été dans ...

LIRE – DEUX REPONSES MAXIMUM

Les pays de l'Union Européenne, en Norvège ou en Suisse..... 1
 Amérique du Nord 2
 Asie..... 3
 Autres pays..... 4
 [NSP/SR] 9

Q11 Since 2006, has your company used any of the following methods to support its innovative activities?

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

Yes.....1
 No2
 Not applicable8
 DK/NA.....9

- a) Create or participate in internet-based discussion forums1 2 8 9
- b) Give away or allow free access to test products or services to potential users.....1 2 8 9
- c) Involve potential users in your in-house innovation activities.....1 2 8 9
- d) Share or exchange your intellectual property1 2 8 9

Q12 Since 2006, has your company developed any strategic relationships in support of your innovation activities with...?

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

Yes.....1
 No2
 Not applicable8
 DK/NA.....9

- a) ... some specific customers or clients1 2 8 9
- b) ...suppliers1 2 8 9
- c) ...other companies active in your field1 2 8 9
- d) ...research institutes1 2 8 9
- e) ... educational institutions1 2 8 9

Q11. Depuis 2006, votre entreprise a-t-elle utilisé l'une des méthodes suivantes pour soutenir ses activités novatrices ?

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

Oui 1
 Non 2
 Ne s'applique pas 8
 NSP/SR..... 9

- a) Créer ou participer à des forums de discussion sur Internet 1 2 8 9
- b) Donner ou permettre le libre accès à l'essai de produits ou de services auprès des utilisateurs potentiels 1 2 8 9
- c) Impliquer les utilisateurs potentiels dans vos activités d'innovation au sein de votre entreprise 1 2 8 9
- d) Partager ou échanger votre propriété intellectuelle 1 2 8 9

Q12. Depuis 2006, votre entreprise a-t-elle développé des relations stratégiques en faveur de vos activités d'innovation avec ...?

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

Oui 1
 Non 2
 Ne s'applique pas 8
 NSP/SR..... 9

- a) ... certains acheteurs ou clients 1 2 8 9
- b) ... fournisseurs 1 2 8 9
- c) ... d'autres sociétés actives dans votre secteur 1 2 8 9
- d) ... instituts de recherche 1 2 8 9
- e) ... établissements d'enseignement 1 2 8 9

Q13. Since 2006, has your company targeted any of the following competences in its training or recruitment activities to support innovation?

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

Yes.....1
 No2
 Not applicable.....8
 DK/NA.....9

- a) Team working capacity1 2 8 9
- b) Negotiation skills1 2 8 9
- c) Ability of successful communication with people of other cultures.1 2 8 9
- d) General communication skills1 2 8 9
- e) Creativity (e.g. problem-solving, originality of thought).....1 2 8 9

Q13. Depuis 2006, votre société a-t-elle ciblé l'un des éléments suivants dans ses compétences en formation ou ses activités de recrutement afin de soutenir l'innovation ?

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

Oui 1
 Non 2
 Ne s'applique pas 8
 NSP/SR..... 9

- a) Capacité à travailler en équipe..... 1 2 8 9
- b) Compétences en négociation..... 1 2 8 9
- c) Capacité de communication fructueuse avec les personnes d'autres cultures. 1 2 8 9
- d) Compétences générales de communication 1 2 8 9
- e) Créativité (par exemple, la résolution de problèmes, l'originalité de la pensée)..... 1 2 8 9

**SECTION 2: IMPACT OF POLITICAL AND ECONOMIC
FRAMEWORK CONDITIONS**

Q14. Firms often think in terms of lead markets, where customers demand or have higher interest in certain innovative features of products or services. Where are your most demanding customers located? Please select one.

READ OUT – ONLY ONE ANSWER

- In your country..... 1
- EU countries or Norway or Switzerland 2
- In other countries 3
- No notable difference by market area 4

- Not applicable 8
- DK/NA 9

**SECTION 2: IMPACT OF POLITICAL AND ECONOMIC
FRAMEWORK CONDITIONS**

Q14. Les entreprises pensent souvent en termes de marchés principaux, où les clients demandent ou ont des intérêts plus élevés dans certaines fonctionnalités novatrices de produits ou de services. Où se situent vos clients les plus exigeants ? Veuillez choisir une seule réponse

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

- Dans votre pays..... 1
- Pays de l'Union Européenne ou Norvège ou Suisse 2
- Dans d'autres pays..... 3
- Pas de différence notable par zone de marché 4

- [Ne s'applique pas] 8
- [NSP/SR] 9

In the following section, we will ask you some questions about your opinion of political and economic framework conditions and their impact on your company's decisions with regard to its innovative activities and strategies.

Q15. Have significant changes in the following policy-related areas introduced since 2006 had a positive effect on innovation in your company?

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

Yes.....1
 No2
 Not applicable.....8
 DK/NA.....9

- a) Changes in tax environment (e.g. R&D or innovation tax credits).....1 2 8 9
- b) Changes in public financial support (grants, loans, support for recruiting new staff etc.).....1 2 8 9
- c) New requirements from environmental regulations or standards1 2 8 9
- d) New requirements from other regulations or industry/technical standards1 2 8 9
- e) Services provided by intermediaries (e.g. technology transfer agencies, patent offices).....1 2 8 9

Dans la section suivante, nous allons vous poser quelques questions sur ce que vous pensez des conditions politiques et économiques cadres et leur impact sur les décisions de votre entreprise à l'égard de ses activités et ses stratégies novatrices.

Q15. Les changements significatifs dans les domaines suivants liés aux politiques adoptées depuis 2006 ont-ils eu un effet positif sur l'innovation dans votre entreprise ?

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

Oui 1
 Non 2
 Ne s'applique pas 8
 NSP/SR..... 9

- a) Changements dans l'environnement fiscal (ex : R & D ou crédits d'impôt à l'innovation) 1 2 8 9
- b) Changements au niveau des soutiens financiers publics (subventions, prêts, soutien pour le recrutement de nouveau personnel etc) 1 2 8 9
- c) Nouvelles exigences de la réglementation environnementale ou les normes environnementales..... 1 2 8 9
- d) Nouvelles exigences d'autres règlements ou normes de l'industrie/techniques 1 2 8 9
- e) Services fournis par des intermédiaires (ex: agences de transfert de technologie, agences de brevets) 1 2 8 9

Q16. Have any of the following other factors had a positive effect on innovation in your company since 2006?

READ OUT – CODE ALL THAT APPLY

Yes.....1
 No2
 Not applicable8
 DK/NA.....9

- a) New opportunities to collaborate with universities and research institutes1 2 8 9
- b) Emergence of new technologies to be exploited1 2 8 9
- c) Increased pressure from competitors.....1 2 8 9
- d) New opportunities to enter new markets or expand sales in existing markets1 2 8 9
- e) New demands from government/public sector clients (through public procurement)1 2 8 9
- f) New demands from commercial clients1 2 8 9

Q16. .L'un des facteurs suivants a t-il eu un effet positif sur l'innovation dans votre entreprise depuis 2006 ?

LIRE – CODER TOUT CE QUI CONVIENT

Oui 1
 Non 2
 Ne s'applique pas 8
 NSP/SR..... 9

- a) Nouvelles opportunités de collaborer avec des universités et des instituts de recherche 1 2 8 9
- b) Emergence de nouvelles technologies à exploiter..... 1 2 8 9
- c) Augmentation de la pression par la concurrence 1 2 8 9
- d) Nouvelles opportunités de pénétrer de nouveaux marchés ou d'accroître les ventes sur les marchés existants 1 2 8 9
- e) Nouvelles demandes du gouvernement/des clients du secteur public (par le biais de marchés publics) 1 2 8 9
- f) Nouvelles demandes de la clientèle commerciale 1 2 8 9

Q17. Which of the following do you consider will be your company's main competitive advantage in the next two years? Please select the most important.

READ OUT – ONLY ONE ANSWER

- Development of new products, services or processes..... 1
- Modification of existing products, services or processes.....2
- Development of new business models or ways to market products and services3
- Reduce costs of existing products and services4

- Not applicable / will not be in business, etc.8
- DK/NA9

Q18. From your company's perspective, which of the following trends do you consider will provide the greatest opportunities for innovation in the next two years? Please select the most important.

READ OUT – ONLY ONE ANSWER

- Innovative products and services to meet the needs of older people 1
- New or increased demands for social, education or health services2
- Increased demand for sustainable or energy-efficient products and services3
- New export markets for innovations in emerging countries outside Europe4

- None of these will provide opportunities for innovation.7
- Do not (plan) to innovate.....8
- DK/NA9

Q17. Lequel des éléments suivants sera, selon vous, le principal avantage concurrentiel de votre entreprise au cours des deux prochaines années ? Veuillez choisir le plus important

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

- Développement de nouveaux produits, services ou procédés..... 1
- Modification des produits, services ou procédés existants 2
- Développement de nouveaux modèles d'entreprise ou de moyens de commercialiser les produits et services..... 3
- Réduction des coûts des produits et services existants..... 4

- [Ne s'applique pas / ne sera pas en activité, etc] 8
- [NSP/SR] 9

Q18. Du point de vue de votre entreprise, selon vous, laquelle des tendances suivantes fournira la plus grande opportunité d'innovation au cours des deux prochaines années ? Veuillez choisir le plus important

LIRE – UNE SEULE REPONSE POSSIBLE

- Produits et services novateurs pour répondre aux besoins des personnes âgées..... 1
- Nouvelles demandes ou augmentation des demandes de services au niveau social, l'éducation ou la santé 2
- Demande accrue pour les produits et les services écologiques 3
- Nouveaux marchés d'exportation pour les innovations dans les pays émergents en dehors de l'Europe 4

- [Aucune de celles-ci ne fournira des occasions d'innovation] 7
- [N'innove pas/Ne prévoit pas d'innover]..... 8
- [NSP/SR] 9

Flash EB Series #267

Innobarometer 2009

Conducted by
The Gallup Organization
upon the request of DG Enterprise and Industry

<http://cordis.europa.eu/innovation/en/policy/innobarometer.htm>



Survey co-ordinated by
Directorate General Communication

This document does not represent the point of
view of the European Commission.
The interpretations and opinions contained in it
are solely those of the authors.

THE GALLUP ORGANIZATION

Survey details

This Flash Eurobarometer 267: “Innobarometer among enterprises in the EU and other European countries” telephone survey was conducted on behalf of the DG ENTR of the European Commission, Unit D-1. The objective of the survey is to study European enterprises’ innovation strategies in response to changing constraints and opportunities.

The current special target group Flash Eurobarometer survey was organised and managed by the Eurobarometer Team of the European Commission (Directorate-General Communication, Unit A-4).

The interviews were conducted between the 1st of April and 9th April 2009 by partner institutes of The Gallup Organization Hungary :

Belgium	BE	Gallup-Europe	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Czech Republic	CZ	Focus Agency	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Denmark	DK	Hermelin	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Germany	DE	IFAK	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Estonia	EE	Saar Poll	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Greece	EL	Metroanalysis	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Spain	ES	Gallup Spain	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
France	FR	Efficiencie3	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Ireland	IE	Gallup UK	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Italy	IT	Demoskopoea	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Cyprus	CY	CYMAR	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Latvia	LV	Latvian Facts	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Lithuania	LT	Baltic Survey	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Luxembourg	CZ	Gallup Europe	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Hungary	HU	Gallup Hungary	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Malta	MT	MISCO	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Netherlands	NL	MSR	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Austria	AT	Spectra	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Poland	PL	Gallup Poland	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Portugal	PT	Consulmark	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Slovenia	SI	Cati d.o.o.	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Slovakia	SK	Focus Agency	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Finland	FI	Norstat Finland Oy	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Sweden	SE	Hermelin	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
United Kingdom	UK	Gallup UK	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Bulgaria	BG	Vitosha Research	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Romania	RO	Gallup Romania	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Norway	NO	Fieldwork Scandinavia	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)
Switzerland	CH	M.I.S. Trend S.A	(Interviews : 01/04/2009 – 9/04/2009)

Representativeness of the results

The target group for this Flash Eurobarometer was defined as companies employing 20 or more persons, operating in the 27 Member States of the European Union, in Switzerland and Norway.

The lists of companies qualified to be interviewed were developed by Dun and Bradstreet. Where the D&B database had a poor coverage (especially in the New Member States) the sample lists were developed by national institutes using local statistical data sources. Sampling in each country was made according to two stratification criteria: the size of the company (3 categories: 20 - 49, 50 – 249, 250-499 and 500 -or more employees), and the activity sectors, randomly.

The target activities were: Information technology, Medical devices, Production technology, Communications equipment, Biopharmaceuticals, Automotive, Analytical Industry, Construction Equipment, Metal Manufacturing, Lighting and electrical Equipment, Aerospace Vehicles, Defence, Plastics, Construction Materials, Entertainment, Transportation and Logistics, Furniture, Processed Food, Business services, Aerospace Engines, Chemical Products, Heavy machinery, Power Generation and transmission, Building Fixtures, Equipment, Services, Hospitality and tourism, Publishing and Printing, Textiles, Financial services, Oil and gas products and services, Apparel, Distribution services, Fishing and fishing products, Heavy construction services, Footwear, Jewellery and precious metals, Sporting and children Goods, Leather.

Within the employment size the categories were defined (20-49 employees: 40%; 50-249 employees: 30%; 250-499 employees: 20%, 500+ employees: 10%), but the selection of companies by the activity categories was made at random.

The total sample was distributed between these sampling "cells" in a way that does not follow the actual distribution of businesses within the coverage zone: larger businesses were intentionally “over-sampled” in order to get enough cases in these low incidence cells as well, for meaningful results in each sample segment.

During data processing, each cell in the cross distribution of the sample was re-weighted up or down according to its actual, empirically verified known weight within the survey region. Thus, the total results presented are not affected by over- and under-sampling, and are representative of the total universe examined – both for country-level as well as global (e.g. EU-27) estimations. Country weights for global estimations were developed on the basis of the size of the universe in each country.

The person interviewed in each company was a top-level executive responsible for strategic decision making (typically General Manager, Financial Director, or significant owner). The interviewers checked the identity of this person as well as the accuracy of the enterprise sampling characteristics, as delivered by sample list, namely: the number of employees.

Sizes of the samples

The targeted number of main interviews was the same (200) in each country surveyed, except Malta, Cyprus and Luxembourg, where the target number of the interviews was 70. Also, in the non-EU countries the target sample size was 100 (Switzerland and Norway)

	Total interviews conducted		Total interviews conducted
TOTAL	5234		
Belgium	200	Malta	72
Czech Republic	204	Netherlands	200
Denmark	200	Austria	201
Germany	200	Poland	201
Estonia	200	Portugal	203
Greece	200	Slovenia	200
Spain	200	Slovakia	202
France	202	Finland	203
Ireland	201	Sweden	200
Italy	200	UK	201
Cyprus	70	Bulgaria	200
Latvia	200	Romania	201
Lithuania	200		
Luxembourg	71	Norway	100
Hungary	202	Switzerland	100

Questionnaires

The questionnaire prepared for this survey contained two parts: the company information and the question regarding the innovation and the main questionnaire.

The institutes listed above translated the questionnaire to their respective national language(s) using a centralized process of back-translation procedure, involving two initial local translations, independent back-translation and central verification of the localised questionnaires.

Further details

For further details you may contact Gallup or The European Commission. The relevant contacts are:

DG ENTR: entr-innovation-policy-development@ec.europa.eu

DG COMM: Ms Aurora Tranescu,
aurora.tranescu@ec.europa.eu

GALLUP: Mr. Gergely Hideg
gergely_hideg@gallup-europe.be

Evaluation of the samples

The attached tables (after the Technical Report tables) provide a detailed insight to the within country weighting of the study.

Raking works in the following way:

- 1) sets initial weight factor values in each cross-classification term to 1;
- 2) adjusts the weight factors of the first cross-classification term so the weighted sample is representative for the variables involved;
- 3) adjusts the weight factors for the next cross-classification term so the weighted sample becomes representative with respect to the variables involved (this might disrupt the representativeness with respect to the variables involved);
- 4) repeats this adjustment for all cross-classification terms;
- 5) repeats all steps until the factors do not change.

A common approach to weighting is to determine the sample weights adjusting for unequal probabilities of selection, revise these weights to compensate for different sub-class response rates, and finally modify the weights again to conform the weighted sample distribution for certain variables (e.g., size, sector, etc.) to the known population distributions of the same variables.

The following variables will be used in all national raking procedures (with categories levels used):

Activity:

1 'D. Manufacturing'
2 'F. Construction'
3 'G. Wholesale and retail'
4 'H. Hotels and restaurants'
5 'I. Transport, storage and communication'
6 'J. Financial intermediation'
7 'K. Real estate, renting and business activities'
9 'O. Other community, social and personal service'
Size
20-49 persons employed
50-249 persons employed
250 + persons employed

© European Communities
The Eurobarometer questionnaires are reproduced
by permission of its publishers,
the Office for Official Publications of the European Communities,
2 rue Mercier, L-2985 Luxembourg