

Flash Eurobarometer 278  
July/August 2009

Business Attitudes Towards Enforcement  
and Redress in the Internal Market

Basic bilingual questionnaire

The GALLUP Organization

# Flash 278

## Business attitudes towards enforcement and redress in the internal market

### Flash 278 – DG SANCO

<p><b>B. Screeners</b></p> <p><b>B1. Does your company sell directly to final consumers?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Yes .....1</li><li>- No .....2</li><li>- [DK/NA].....9</li></ul> <p>[IF NOT YES, INTERVIEW TO BE TERMINATED]</p>
<p><b>B2. How many employees do you have in your company?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- .... Employees</li><li>- [DK/NA].....9999</li></ul> <p>[IF LESS THAN 10, INTERVIEW TO BE TERMINATED]</p>

<p><b>B. Screeners</b></p> <p><b>B1. Votre société vend-elle directement à des consommateurs finaux ?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Oui..... 1</li><li>- Non..... 2</li><li>- [NSP/SR]..... 9</li></ul> <p>[SI 'OUI' PAS REPONDU, CLORE L'ENTRETIEN]</p>
<p><b>B2. Combien d'employés avez-vous dans votre entreprise ?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- .... Employés</li><li>- [NSP/SR]..... 9999</li></ul> <p>[SI MOINS DE 10, CLORE L'ENTRETIEN]</p>

**C. Demos / background**

**C1. What was your companies' turnover in 2008? (Or if possible from the database)**

- .... €
- Refusal .....8888
- [DK/NA].....9999

**C2. Do you have a legal service or a lawyer in your company?**

- Yes .....1
- No .....2
- [DK/NA].....9

**C3. Which of the following sales channels do you use?**

- In-premises sales .....1
- Internet.....2
- Phone.....3
- Post.....4
- Doorstep selling.....5
- Other out-of-premises channels.....6
- [DK/NA].....9

**C. Demos / background**

**C1. Quel a été le chiffre d'affaires de votre entreprise en 2008 ? (Ou, si possible à partir de la base de données)**

- .... €
- Refus ..... 8888
- [NSP/SR]..... 9999

**C2. Avez-vous un service juridique ou un avocat dans votre entreprise ?**

- Oui..... 1
- Non..... 2
- [NSP/SR]..... 9

**C3. Le(s)quel(s) des canaux de vente suivant utilisez-vous ?**

- Points de vente ..... 1
- Internet ..... 2
- Téléphone ..... 3
- Courrier ..... 4
- Vente directe à domicile ..... 5
- Autres canaux hors points de vente ..... 6
- [NSP/SR]..... 9

**C4. Which of the following product categories is the largest in your sales? (If not available through the NACE code)**

- Food and drinks ..... 1
- Clothing, footwear and accessories  
(including jewellery and cosmetics) ..... 2
- Furniture, furnishings and decoration  
(including do-it-yourself goods and  
maintenance products) ..... 3
- Household appliances, electronic goods and  
information technology goods ..... 4
- Leisure goods (ex. books, audiovisual  
material, toys...) ..... 5
- Cars, motor vehicles and parts ..... 6
- Other goods ..... 7
- Financial services ..... 8
- Telecommunications services ..... 9
- Energy or transport services ..... 10
- Hotels and restaurants ..... 11
- Other services ..... 12
- [DK/NA] ..... 99

**C5. In how many EU countries outside [YOUR COUNTRY] do you have subsidiaries or retail outlets?**

- ..... Countries
- [DK/NA] ..... 99

**C4. Laquelle des catégories de produits suivantes est la plus importante dans vos ventes ? (Si pas disponible par le biais du code NACE)**

- Nourriture et boissons ..... 1
- Vêtements, chaussures et accessoires (y  
compris bijoux et cosmétiques) ..... 2
- Meubles, articles d'ameublement et de  
décoration (y compris produits de bricolage  
et produits d'entretien) ..... 3
- Appareils électroménagers, produits  
électroniques et de technologie de  
l'information ..... 4
- Loisirs (ex. livres, matériel audiovisuel,  
jouets ...) ..... 5
- Voitures, véhicules et pièces automobiles ..... 6
- Autres marchandises ..... 7
- Services financiers ..... 8
- Services de télécommunication ..... 9
- Energie ou services de transport ..... 10
- Hôtels et restaurants ..... 11
- Autres services ..... 12
- [NSP/SR] ..... 99

**C5. En excluant la France, dans combien de pays de l'Union Européenne avez-vous des filiales ou des points de vente de détail ?**

- ..... Pays
- [NSP/SR] ..... 99

**C6. To how many EU countries do you currently make cross-border sales to final consumers?**

In our definition, a cross-border sale is a sale by phone, post or e-commerce or by a home visit to a final consumer (i.e. the general public) resident in a different EU Member State from that of the seller. The origin of the products sold is not relevant. Of prime importance is that the final customer is resident in a different EU country from the seller, when the transaction takes place. Sales in shops to people from another EU country, who are on holidays or on a shopping trip, do not qualify as cross-border transactions.

- I sell only to consumers in [COUNTRY] .....0
- ..... Countries
- [DK/NA].....99

**C7. If the provisions of the laws regulating transactions with consumers were the same throughout the 27 Member States to how many EU countries would you be interested in making cross-border sales to final consumers?**

- None, we have no interest in cross-border sales .....0
- ..... Countries
- [DK/NA].....99

**C6. Dans combien de pays de l'Union Européenne effectuez-vous actuellement des ventes transfrontalières à des consommateurs finaux ?**

Dans notre définition, une vente transfrontalière est une vente par téléphone, voie postale, commerce électronique ou visite à domicile auprès d'un consommateur final (c-à-d grand public) résidant dans un pays de l'Union Européenne différent de celui du vendeur. L'origine des produits vendus n'a pas d'importance. Ce qui importe est que le consommateur final soit résidant dans un pays de l'Union Européenne différent de celui du vendeur quand la transaction a lieu. Les ventes en magasins à des personnes d'un autre pays de l'Union Européenne, qui sont en vacances ou qui font leurs courses à l'étranger ne sont pas qualifiées de ventes transfrontalières.

- Je vends uniquement à des consommateurs en France ..... 0
- ..... Pays
- [NSP/SR]..... 99

**C7. Si les dispositions des lois régissant les transactions avec les consommateurs étaient les mêmes au sein des 27 pays membres de l'Union Européenne, vers combien de pays de l'Union Européenne seriez-vous intéressé de faire des ventes trans-frontalières vers les consommateurs finaux ?**

- Aucun, nous n'avons pas d'intérêt à effectuer des ventes transfrontalières ..... 0
- ..... Pays
- [NSP/SR]..... 99
-

**A. Proposed questions for 2009 questionnaire**

Before the interview starts, explain to interviewees that:

**“Consumer legislation” should be understood as legislation dealing with the economic interests of consumers which does not include product safety. When questions relate to product safety, it will be explicitly stated.**

**“Product safety” relates to consumer products only and does not include industrial products, nor food. Unsafe products are failing to comply with safety standards, not rifles or knives.**

**“Consumer authorities” are national, regional and local public authorities carrying out market surveillance activities and other activities designed to ensure compliance with consumer and product safety legislation.**

**Information & awareness of legal obligations towards consumers**

TREND

**A1. How well informed are you about your legal obligations towards consumers arising from consumer legislation in your country?**

**By consumer legislation we mean legislation dealing with the economic interests of consumers which does not include product safety. When questions relate to product safety, it will be explicitly stated.**

**All responses are strictly anonymous.**

- Fully informed..... 1
- Well informed..... 2
- Not well informed ..... 3
- Not informed at all ..... 4
- [DK/NA]..... 9

**A. Proposed questions for 2009 questionnaire**

Avant que l’entretien ne débute, expliquer aux personnes interrogées que :

**“Réglementation sur la protection du consommateur» doit être entendu en tant que législation relative aux intérêts économiques des consommateurs, qui ne comprend pas la sécurité des produits. Lorsque les questions ont trait à la sécurité des produits, cela sera explicitement précisé.**

**“Sécurité des produits» se rapporte à des produits de consommation seulement et ne comprend pas les produits industriels, ni la nourriture. Les produits dangereux ne parviennent pas à se conformer aux normes de sécurité, pas les armes ou les couteaux.**

**Les ‘Organisations de consommateurs’ sont des autorités publiques nationales, régionales et locales exerçant des activités de surveillance du marché et d’autres activités destinées à assurer le respect de la législation sur les consommateurs et la sécurité des produits.**

**Information & awareness of legal obligations towards consumers**

TREND

**A1. Dans quelle mesure êtes-vous bien informé(e) sur vos obligations légales vis à vis des consommateurs qui sont apparues dans la législation de votre pays sur la protection du consommateur ?**

**Par réglementation sur la protection du consommateur, nous entendons la législation relative aux intérêts économiques des consommateurs, qui ne comprend pas la sécurité des produits. Lorsque les questions ont trait à la sécurité des produits, cela sera explicitement précisé.**

**Toutes les réponses sont strictement anonymes.**

- Très bien informé..... 1
- Bien informé ..... 2
- Pas bien informé ou ..... 3
- pas du tout informé? ..... 4
- [NSP/SR] ..... 9

NEW

**A2. And how well informed do you think consumers are about their rights arising from consumer legislation in your country?**

- Fully informed..... 1
- Well informed..... 2
- Not well informed ..... 3
- Not informed at all ..... 4
- [DK/NA]..... 9

MODIFIED TREND

**A3. How well are you informed about the legislation on product safety?**

**By 'Product safety' we mean issues relating to consumer products only and not including industrial products, nor food. By unsafe products we mean products that are failing to comply with safety standards, not products that are not safe by their nature like rifles or knives.**

- Fully informed..... 1
- Well informed..... 2
- Not well informed ..... 3
- Not informed at all ..... 4
- Not relevant because you don't sell products..... 5
- [DK/NA]..... 9

NEW

**A2. Et dans quelle mesure pensez-vous que les consommateurs sont bien informés sur leurs droits découlant de la législation dans votre pays ?**

- Très bien informé..... 1
- Bien informé ..... 2
- Pas bien informé ou ..... 3
- pas du tout informé? ..... 4
- [NSP/SR]..... 9

MODIFIED TREND

**A3. Dans quelle mesure êtes vous bien informé sur la législation concernant la sécurité des produits ?**

**Par "Sécurité des produits", nous entendons les questions relatives aux produits de consommation seulement et ne comprenant pas les produits industriels, ni la nourriture. Par produits dangereux, nous entendons les produits qui ne parviennent pas à se conformer aux normes de sécurité, et non pas les produits qui ne sont pas sûrs de par leur nature, comme des armes ou des couteaux.**

- Très bien informé..... 1
- Bien informé ..... 2
- Pas bien informé ou ..... 3
- pas du tout informé? ..... 4
- Non pertinent car vous ne vendez pas de produits..... 5
- [NSP/SR]..... 9

TREND

**A4. Do you know where you can find or get relevant information and advice about consumer legislation either regarding your own country or other EU countries?**

[READ OUT - MULTIPLE ANSWER IS POSSIBLE]

- Yes, with regard to legislation in my own country ..... 1
- Yes, with regard to legislation in other EU countries..... 2
- [Yes, mentioned the European Consumer Centre specifically] ..... 3
- No, neither for my country nor for other EU countries ..... 4
- [DK/NA]..... 9

NEW

**A5. In the past two years, have you actively searched for information or advice on consumer legislation (for example by contacting the consumer authorities in writing or by phone or by searching on websites?)**

- Yes ..... 1
- No, I already have this information, there was no need to search for it ..... 2
- No, because I did not need this information ..... 3
- No, because I don't know where to get this information..... 4
- No, although such information would be useful ..... 5
- No, for other reasons ..... 6
- [DK/NA]..... 9

TREND

**A4. Savez-vous où vous pouvez trouver des informations pertinentes et des conseils concernant la réglementation sur la protection du consommateur dans votre pays ou dans les autres pays de l'Union Européenne ?**

[LIRE - PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES]

- Oui, en ce qui concerne la législation dans mon propre pays..... 1
- Oui, en ce qui concerne la législation dans d'autres pays de l'Union Européenne..... 2
- [Oui, a cité spécifiquement le Centre Européen des Consommateurs]..... 3
- Non, ni pour mon pays ni pour d'autres pays de l'Union Européenne ..... 4
- [NSP/SR] ..... 9

NEW

**A5. Au cours des deux dernières années, avez-vous activement cherché des informations ou des conseils sur la réglementation de protection du consommateur (par exemple en contactant les organisations de consommateurs par écrit ou par téléphone ou en faisant des recherches sur des sites Web ?)**

- Oui..... 1
- Non, je dispose déjà de ces informations, et n'ai pas eu besoin d'en chercher ..... 2
- Non, car je n'avais pas besoin de ces informations..... 3
- Non, car je ne sais pas où obtenir ces informations..... 4
- Non, même si de telles informations seraient utiles..... 5
- Non, pour d'autres raisons ..... 6
- [NSP/SR] ..... 9



**Knowledge of consumer legislation**

NEW

**A6.**

IF COUNTRY= FR, PL, CY, CZ, DK, EE, FI, LV, PT, SE, MT, SI

**With respect to distance selling, that is when a product is purchased on the internet, phone or post, what is the length of the cooling-off period in your country?**

**How many CALENDAR days is it?**

.....Calendar days

IF COUNTRY= AT,BE, BG, ES, IE, LT, LU, NL, SK, UK, HU, EL,IT, RO

**With respect to distance selling, that is when a product is purchased on the internet, phone or post, what is the length of the cooling-off period in your country?**

**How many WORKING days is it?**

.....Working days

IF COUNTRY=DE

**With respect to distance selling, that is when a product is purchased on the internet, phone or post, what is the length of the cooling-off period in your country?**

**How many weeks is it?**

.....Weeks

**Knowledge of consumer legislation**

NEW

**A6.**

IF COUNTRY= FR, PL, CY, CZ, DK, EE, FI, LV, PT, SE, MT, SI

**En ce qui concerne la vente à distance, c'est à dire quand un produit est acheté sur Internet, par téléphone ou par courrier, quelle est la durée du délai de réflexion dans votre pays ?**

**De combien de jours CALENDAIRES est il ?**

.....Jours calendaires

IF COUNTRY= AT,BE, BG, ES, IE, LT, LU, NL, SK, UK, HU, EL,IT, RO

**En ce qui concerne la vente à distance, c'est à dire quand un produit est acheté sur Internet, par téléphone ou par courrier, quelle est la durée du délai de réflexion dans votre pays ?**

..... Working days

IF COUNTRY=DE

**En ce qui concerne la vente à distance, c'est à dire quand un produit est acheté sur Internet, par téléphone ou par courrier, quelle est la durée du délai de réflexion dans votre pays ?**

**How many weeks is it?**

..... Weeks

The cooling off period is the legal right of a consumer to return a product purchased on the internet, phone or post within a certain period without paying a penalty.

NEW

**A7. Please complete the following statement correctly.**

**The consumer has the right to ask for a defective product to be replace or repaired...**

(To be adapted nationally)

- Within 1 year from the date of the original purchase or ..... 1
- Within 2 years from the date of the original purchase or ..... 2
- Within minimum 2 years from the date of the original purchase and longer for some specific products? ..... 3
- [None of the above]..... 4
- [DK/NA]..... 9

*[REPLACE OPTION 2 IN UK (EXCEPT SCOTLAND) AND IE:*

*- Within 6 years from the date of the original purchase*

*[REPLACE OPTION 2 IN SCOTLAND:*

*- Within 5 years from the date of the original purchase*

Le délai de réflexion est le droit légal du consommateur à retourner un produit acheté sur internet, par téléphone ou par courrier dans un certain délai sans avoir à payer une pénalité.

NEW

**A7. Veuillez compléter l'affirmation suivante correctement ?**

**Le consommateur a le droit de demander qu'un produit défectueux soit remplacé ou réparé ... (A adapter au niveau national)**

- sous 1 an à compter de la date de l'achat d'origine ou ..... 1
- Sous 2 ans à compter de la date de l'achat d'origine ou ..... 2
- dans un minimum de 2 ans à compter de la date de l'achat d'origine et plus pour certains produits spécifiques ? ..... 3
- [Aucune des réponses ci-dessus] ..... 4
- [NSP/SR] ..... 9

*[REPLACE OPTION 2 IN UK (EXCEPT SCOTLAND) AND IE:*

*- Within 6 years from the date of the original purchase*

*[REPLACE OPTION 2 IN SCOTLAND:*

*- Within 5 years from the date of the original purchase*

NEW

**A8. Please state whether the following commercial practices are prohibited or not [IN YOUR COUNTRY]?**

- Prohibited ..... 1
- Not prohibited ..... 2
- [DK/NA]..... 9

- A. Including an invoice or a similar document seeking payment in marketing material. .... 1 2 9
- B. Advertising products at a very low price compared to other offers without having a reasonable quantity of products for sale. .... 1 2 9
- C. Making exaggerated statements in an advertisement. .... 1 2 9
- D. Describing a product as 'free' although it is only freely available to customers calling a premium rate phone number. .... 1 2 9

NEW

**A9. Please indicate whether the following statements related to product safety are correct or not?**

- Correct ..... 1
- Not correct ..... 2
- [DK/NA]..... 9

- A. Upon the authorities' request, retailers must cooperate with the authorities to prevent risks posed by products which they supplied. .... 1 2 9
- B. Retailers must immediately notify the authorities about any unsafe product they are selling..... 1 2 9
- C. Retailers must immediately recall unsafe products from their customers..... 1 2 9
- D. Retailers should disclose to the authorities contact details of producers / importers of unsafe products..... 1 2 9

NEW

**A8. Veuillez m'indiquer si les pratiques commerciales suivantes sont interdites ou non en France ?**

- Interdit ..... 1
- Pas interdit ..... 2
- [NSP/SR]..... 9

- A. Inclure une facture ou un document similaire demandant le paiement dans le matériel de commercialisation. .... 1 2 9
- B. Faire de la publicité pour des produits à un prix très bas comparativement à d'autres offres sans avoir une quantité raisonnable de produits à vendre..... 1 2 9
- C. Faire des affirmations exagérées dans une publicité. .... 1 2 9
- D. Décrire un produit comme étant «gratuit» bien qu'il soit uniquement disponible gratuitement pour les clients appelant un numéro de téléphone à tarif majoré. .... 1 2 9

NEW

**A9. Veuillez préciser si les affirmations suivantes concernant la sécurité des produits sont correctes ou non ?**

- Correcte ..... 1
- Incorrecte ..... 2
- [NSP/SR]..... 9

- A. À la demande des autorités, les détaillants doivent collaborer avec les autorités pour prévenir les risques posés par des produits qu'ils fournissent..... 1 2 9
- B. Les détaillants doivent immédiatement informer les autorités de tout produit dangereux qu'ils vendent..... 1 2 9
- C. Les détaillants doivent immédiatement rappeler les produits dangereux auprès de leurs clients. .... 1 2 9
- D. Les détaillants doivent divulguer aux autorités les coordonnées des producteurs / importateurs de produits dangereux. .... 1 2 9

**Compliance with consumer legislation**

NEW

**A10. In the past twelve months, have you come across fraudulent advertisements, statements or offers made by your competitors?**

**Fraudulent advertisements attempt to obtain money without selling anything.**

- Yes, on several occasions ..... 1
- Yes, once or twice..... 2
- No ..... 3
- [Not applicable] ..... 8
- [DK/NA]..... 9

NEW

**A11. In the past twelve months, have you come across misleading or deceptive advertisements, statements or offers made by your competitors?**

**Misleading or deceptive advertisements are advertisements which contain false information or present factually correct information in a misleading manner about the goods or services to be sold.**

- Yes, on several occasions ..... 1
- Yes, once or twice..... 2
- No ..... 3
- [DK/NA]..... 9

**Compliance with consumer legislation**

NEW

**A10. Au cours des douze derniers mois, avez-vous été confronté a des publicités , des affirmations ou des offres frauduleuses faites par vos concurrents ?**

**Les publicités frauduleuses tentent d’obtenir de l’argent sans vendre quoi que ce soit.**

- Oui, à plusieurs occasions ..... 1
- Oui, une ou deux fois ..... 2
- Non ..... 3
- [Ne s’applique pas] ..... 8
- [NSP/SR] ..... 9

NEW

**A11. Au cours des douze derniers mois, avez-vous trouvé des publicités, des affirmations ou des offres mensongères ou trompeuses faites par vos concurrents ?**

**Les publicités mensongères ou trompeuses sont celles qui contiennent de fausses informations ou présentent des informations exactes dans une manière trompeuse sur les produits ou services à vendre.**

- Oui, à plusieurs occasions ..... 1
- Oui, une ou deux fois ..... 2
- Non..... 3
- [NSP/SR] ..... 9

NEW

**A12. In the past twelve months, are you aware that your competitors knowingly sold any unsafe products?**

- Yes, on several occasions ..... 1
- Yes, once or twice..... 2
- No ..... 3
- Not relevant because I don't sell products..... 4
- [DK/NA]..... 9

NEW

**A13. In the past twelve months, are you aware that your competitors tried to unduly coerce or pressurise consumers to purchase something or sign up to a contract?**

- Yes, on several occasions ..... 1
- Yes, once or twice..... 2
- No ..... 3
- [DK/NA]..... 9

NEW

**A14. In the past twelve months, are you aware that your competitors used what you regard as unfair consumer contract terms?**

**Unfair contract terms are terms which cause a significant imbalance in the parties' rights and obligations arising under the contract, to the detriment of the consumer.**

- Yes, on several occasions ..... 1
- Yes, once or twice..... 2
- No ..... 3
- [DK/NA]..... 9

NEW

**A12. Au cours des douze derniers mois, saviez-vous que vos concurrents vendaient sciemment des produits dangereux ?**

- Oui, à plusieurs occasions ..... 1
- Oui, une ou deux fois ..... 2
- Non..... 3
- Non pertinent car je ne vends pas de produits..... 4
- [NSP/SR]..... 9

NEW

**A13. Au cours des douze derniers mois, saviez-vous que vos concurrents avaient tenté de contraindre ou mettre la pression sur les consommateurs indûment pour qu'ils achètent quelque chose ou souscrivent un contrat ?**

- Oui, à plusieurs occasions ..... 1
- Oui, une ou deux fois ..... 2
- Non..... 3
- [NSP/SR]..... 9

NEW

**A14. Au cours des douze derniers mois, saviez-vous que vos concurrents utilisaient ce que vous considérez comme étant des clauses de contrat abusives pour le consommateur ?**

**Des clauses abusives dans les contrats sont des clauses qui provoquent un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties découlant du contrat, au détriment du consommateur.**

- Oui, à plusieurs occasions ..... 1
- Oui, une ou deux fois ..... 2
- Non..... 3
- [NSP/SR]..... 9

NEW

**A15. Now, thinking about all legislation dealing with the economic interests of consumers, please say whether you strongly agree – agree – disagree – strongly disagree with the following statements.**

**Let me confirm once more that all responses are strictly anonymous.**

- Strongly agree..... 1
- Agree ..... 2
- Disagree ..... 3
- Strongly disagree ..... 4
- [DK/NA]..... 9

A. You comply with consumer legislation. .... 1 2 3 4 9

B. Your competitors comply with consumer legislation. .... 1 2 3 4 9

NEW

**A15. Maintenant, en pensant à l'ensemble de la réglementation portant sur les intérêts économiques des consommateurs, veuillez me dire si vous êtes tout à fait d'accord - d'accord - pas d'accord - pas du tout d'accord avec les phrases suivantes.**

**Permettez-moi de confirmer une fois de plus que toutes les réponses sont strictement anonymes.**

- Tout à fait d'accord ..... 1
- D'accord ..... 2
- Pas d'accord ..... 3
- Pas du tout d'accord ..... 4
- [NSP/SR]..... 9

A. Vous vous conformez à la réglementation sur la protection du consommateur ..... 1 2 3 4 9

B. Vos concurrents se conforment à la réglementation sur la protection du consommateur ..... 1 2 3 4 9

**NEW CORE**

**A16. In relation to consumer legislation, did any of the following take place in the past two years?**

(Multiple answers possible, to be adapted for Finland, Germany and Austria)

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

A. You were contacted by the consumer authorities in the framework of a general control concerning your national sales ..... 1 2 8 9

[IF COUNTRY IS NOT AT OR DE]

B1. You were contacted by the consumer authorities in the context of a specific control concerning your national sales ..... 1 2 8 9

[IF COUNTRY IS AT OR DE]

B2. You were contacted by the consumer authorities or by consumer organisations in the context of a specific control concerning your national sales

[IF COUNTRY IS NOT AT OR DE]

C1. One of your competitors has been the subject of a control by the consumer authorities ..... 1 2 8 9

[IF COUNTRY IS AT OR DE]

C2. One of your competitors has been the subject of a control by the consumer authorities or by consumer organisations. .... 1 2 8 9

**NEW CORE**

**A16. En ce qui concerne la réglementation sur la protection du consommateur, est-ce que l'un des éléments suivants a eu lieu au cours des deux dernières années ?**

(Plusieurs réponses possibles, to be adapted for Finland, Germany and Austria)

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

A. Vous avez été contacté par les autorités de réglementation des consommateurs dans le cadre d'un programme général de contrôle concernant les ventes de votre pays ..... 1 2 8 9

[SI LE PAYS N'EST PAS L'AUTRICHE OU L'ALLEMAGNE]

B1. Vous avez été contacté par les autorités de réglementation des consommateurs dans le cadre d'un contrôle spécifique concernant les ventes de votre pays ..... 1 2 8 9

[SI LE PAYS EST L'AUTRICHE OU L'ALLEMAGNE]

B2. Vous avez été contacté par les autorités de réglementation des consommateurs ou des organismes de défense des consommateurs dans le cadre d'un contrôle spécifique concernant les ventes de votre pays

[SI LE PAYS N'EST PAS L'AUTRICHE OU L'ALLEMAGNE]

C1. L'un de vos concurrents a fait l'objet d'un contrôle par les autorités de réglementation des consommateurs ..... 1 2 8 9

[SI LE PAYS EST L'AUTRICHE OU L'ALLEMAGNE]

C2. L'un de vos concurrents a fait l'objet d'un contrôle par les autorités de réglementation des consommateurs ou par des organismes de défense des consommateurs. .... 1 2 8 9

- D. You have been informed by the consumer authorities (or by consumer organisations) that they consider you are breaching consumer legislation. For example, in a meeting or telephone call with an official, by sending you a letter or email notifying non-compliance with legislation, by taking you to court, or through an injunction. .... 1 2 8 9
  
- E. One of your competitors has been informed by the consumer authorities (or by consumer organisations) that they consider your competitors are breaching consumer legislation. .... 1 2 8 9
  
- F. You have been sanctioned by a self-regulatory body for not respecting the agreed codes of conduct / codes of practice ..... 1 2 8 9
  
- G. You have learned through the media about a breach of consumer legislation in your market. .... 1 2 8 9
  
- H. You were contacted by the consumer authorities in the framework of a general control concerning your cross-border sales ..... 1 2 8 9

- D. Vous avez été informé par les autorités de réglementation des consommateurs (ou par des organismes de défense des consommateurs), qu'ils considèrent que vous avez enfreint la réglementation concernant la protection des consommateurs. Par exemple, dans une réunion ou lors d'un appel téléphonique avec un officiel, en vous envoyant une lettre ou un e-mail notifiant une non-conformité avec la législation, en vous faisant un procès, ou par le biais d'une injonction. .... 1 2 8 9
  
- E. Un de vos concurrents a été informé par les les autorités de réglementation des consommateurs (ou par des organismes de défense des consommateurs), qu'ils considèrent que vos concurrents enfreignent la réglementation sur la protection du consommateur..... 1 2 8 9
  
- F. Vous avez été sanctionné par un organisme d'autoréglementation pour ne pas avoir respecté les codes de conduite / les codes de déontologie ..... 1 2 8 9
  
- G. Vous avez appris par les médias qu'il y avait une violation de la réglementation sur la protection des consommateurs sur votre marché. .... 1 2 8 9
  
- H. Vous avez été contacté par les les autorités de réglementation des consommateurs dans le cadre d'un programme général de contrôle au sujet de vos ventes transfrontalières..... 1 2 8 9



[IF COUNTRY IS NOT AT OR DE]

I1. You were contacted by the consumer authorities in the context of a specific control concerning your cross-border sales ..... 1 2 8 9

[IF COUNTRY IS AT OR DE]

I2. You were contacted by the consumer authorities or by consumer organisations in the context of a specific control concerning your cross-border sales ..... 1 2 8 9

J. You were contacted by an ECC concerning a specific consumer complaint ..... 1 2 8 9

[SI LE PAYS N'EST PAS L'AUTRICHE OU L'ALLEMAGNE]

I1. Vous avez été contacté par les autorités de réglementation des consommateurs dans le cadre d'un contrôle spécifique concernant vos ventes transfrontalières.....1 2 8 9

[SI LE PAYS EST L'AUTRICHE OU L'ALLEMAGNE]

I2. Vous avez été contacté par les autorités de réglementation des consommateurs ou les organismes de défense des consommateurs dans le cadre d'un contrôle spécifique concernant vos ventes transfrontalières .....1 2 8 9

J. Vous avez été contacté par un CEC concernant une plainte de consommateur spécifique.....1 2 8 9

**MODIFIED TREND CORE**

**A17. In relation to product safety, did any of the following take place in your firm the past two years?**

- Yes ..... 1
- No ..... 2
- [NOT RELEVANT, DON'T SELL PRODUCTS]..... 8
- [DK/NA]..... 9

- A. You received consumer complaints about the safety of any of the products you sold ..... 1 2 8 9
- B. The authorities checked the safety of any of the products you were selling..... 1 2 8 9
- C. The authorities asked you to withdraw or recall any of the products you were selling..... 1 2 8 9
- D. The authorities asked you to issue a public warning about the safety of any of the products you were selling ..... 1 2 8 9
- E. You, as a retailer, carried out any tests to make sure that any of the products you were selling were safe..... 1 2 8 9
- F. Other action (spontaneous) ..... 1 2 8 9

**MODIFIED TREND CORE**

**A17. En ce qui concerne la sécurité des produits, est-ce que l'une des situations suivantes s'est produite dans votre entreprise au cours des deux dernières années ?**

- Oui..... 1
- Non..... 2
- [NON PERTINENT, NE VEND PAS DE PRODUITS]..... 8
- [NSP/SR]..... 9

- A. Vous avez reçu des plaintes de consommateurs sur la sécurité des produits vendus ..... 1 2 8 9
- B. Les autorités ont vérifié la sécurité de l'un des produits que vous vendiez..... 1 2 8 9
- C. Les autorités vous ont demandé de retirer ou de vous rapatrier l'un des produits que vous vendiez..... 1 2 8 9
- D. Les autorités vous ont demandé d'émettre un avertissement public concernant la sécurité de l'un des produits que vous vendiez ..... 1 2 8 9
- E. Vous avez, en tant que détaillant, conduit des tests afin d'être certain que les produits que vous vendiez étaient sûrs..... 1 2 8 9
- F. Autre action (spontané)..... 1 2 8 9

**MODIFIED TREND CORE**

**A18. The following statements relate to monitoring compliance with consumer and product safety legislation. Please say whether you strongly agree – agree – disagree – strongly disagree with the following statements.**

- Strongly agree..... 1
- Agree ..... 2
- Disagree ..... 3
- Strongly disagree ..... 4
- [DK/NA]..... 9

- A. The public authorities actively monitor and ensure compliance with consumer legislation in my sector in my country..... 1 2 3 4 9
- B. The public authorities actively monitor and ensure compliance with product safety legislation in my sector in my country..... 1 2 3 4 9
- C. Consumer NGOs actively monitor compliance with consumer legislation in my sector in my country..... 1 2 3 4 9
- D. The self-regulatory bodies actively monitor respect of codes of conducts or codes of practice in my sector in my country..... 1 2 3 4 9
- E. The media regularly report on businesses which do not respect consumer legislation..... 1 2 3 4 9
- F. I changed my commercial practices as a result of a media story..... 1 2 3 4 9

**MODIFIED TREND CORE**

**A18. Les phrases suivantes ont trait à la surveillance du respect de la réglementation sur la protection du consommateur et la sécurité des produits. Veuillez me de dire si vous êtes tout à fait d'accord - d'accord - pas d'accord - pas du tout d'accord avec les déclarations suivantes.**

- Tout à fait d'accord ..... 1
- D'accord ..... 2
- Pas d'accord ..... 3
- Pas du tout d'accord ..... 4
- [NSP/SR]..... 9

- A. Les pouvoirs publics surveillent activement et assurent le respect de la réglementation sur la protection du consommateur dans mon secteur, dans mon pays. .... 1 2 3 4 9
- B. Les autorités publiques surveillent activement et assurent la conformité avec la réglementation sur la sécurité des produits dans mon secteur, dans mon pays. .... 1 2 3 4 9
- C. Les ONG de consommateurs surveillent activement le respect de la réglementation sur la protection du consommateur dans mon secteur, dans mon pays. .... 1 2 3 4 9
- D. Les organismes d'autoréglementation surveillent activement le respect des codes de conduite ou codes de déontologie dans mon secteur, dans mon pays..... 1 2 3 4 9
- E. Les médias font régulièrement des reportages sur les entreprises qui ne respectent pas la législation sur les consommateurs..... 1 2 3 4 9
- F. J'ai changé mes pratiques commerciales à la suite d'une histoire des médias. .... 1 2 3 4 9

### Complaints

NEW

**A19. What were the main issues consumers complained about in the past twelve months?**

[OPEN ENDED WITH PRECODING - Multiple answers possible]

- Quality of the product (or service) ..... 1
- After sales or redress..... 2
- Delivery, provision, installation (including customer service) ..... 3
- Price, tariff, invoice or bill..... 4
- Contract terms or guarantees ..... 5
- Misleading advertisement, aggressive selling or fraudulent practices ..... 6
- Lack of clear information ..... 7
- Incidence related to unsafe products or services ..... 8
- Ethical or environmental aspects ..... 9
- Privacy issues..... 10
- Difficulties in switching / changing provider ..... 11
- Others ..... 12
- None ..... 98
- [DK/NA]..... 99

NEW

**A20. What percentage of complaints you received in the past twelve months could you resolve directly with the consumer to their satisfaction?**

- .... %
- [DK/NA]..... 999

### Complaints

NEW

**A19. Quels ont été les principaux problèmes pour lesquels les consommateurs se sont plaints au cours des douze derniers mois ?**

[QUESTION OUVERTE AVEC PRECODAGE - Plusieurs réponses possibles]

- Qualité du produit (ou service) ..... 1
- Service après vente ou réparation ..... 2
- Livraison, fourniture, installation (y compris le service à la clientèle) ..... 3
- Prix, tarif, facture ou note..... 4
- Clauses du contrat ou garanties..... 5
- Publicité mensongère, vente agressive ou pratiques frauduleuses ..... 6
- Manque d'informations claires ..... 7
- Incidents liée à des produits ou services dangereux ..... 8
- Aspects éthiques ou environnementaux ..... 9
- Problèmes relatifs à la protection de la vie privée ..... 10
- Difficultés à passer à un autre / changer de fournisseur ..... 11
- Autres..... 12
- Aucun ..... 98
- [NSP/SR] ..... 99

NEW

**A20. Quel pourcentage des plaintes que vous avez reçues au cours des douze derniers mois avez-vous pu résoudre directement avec le consommateur afin qu'il soit satisfait ?**

- .... %
- [NSP/SR] ..... 999

**Redress**

TREND

**A21. In the past two years, have you used Alternative Dispute Resolution (ADR) mechanisms (i.e. arbitrators, mediators, ombudsmen, conciliation bodies, consumer complaints boards, other out-of-court dispute resolution bodies) to settle disputes with customers?** (Multiple answers possible, To be adapted for Finland)

- No, and I do not know any of those mechanisms..... 1
- No, but I know some ADR mechanisms..... 2
- No, but I am member of an ADR body..... 3
- Yes, I have used ADR mechanisms..... 4
- Yes, I regularly use those mechanisms ..... 5
- Yes, through the ADR body I am a member of..... 6
- [DK/NA]..... 9

**Redress**

TREND

**A21. Au cours des deux dernières années. avez-vous déjà eu recours à des méthodes alternatives de règlement des litiges (ADR) (c-à-d arbitres, médiateurs, organismes de conciliation, organismes de plaintes des consommateurs, autres organismes de résolution de différends à l'amiable) afin de résoudre les différends avec des consommateurs ?** (Plusieurs réponses possibles, A adapter pour la Finlande)

- Non, et je ne connais aucun de ces mécanismes ..... 1
- Non, mais je connais certains mécanismes ADR ..... 2
- Non, mais je suis membre d'un organisme ADR ..... 3
- Oui, j'ai utilisé des mécanismes ADR ..... 4
- Oui, j'emploie régulièrement ces mécanismes ..... 5
- Oui, en passant par l'organisme ADR dont je suis membre..... 6
- [NSP/SR] ..... 9

[IF A21=NO]

NEW

**A22a. Why have you not used ADR?**

READ OUT – ROTATE - Multiple answers possible

- You would be prepared to use ADR but there has never been a need..... 1
- You did not know ADR was available in your country for your sector..... 2
- You did not feel sufficiently informed about the ADR process..... 3
- You did not trust the ADR process..... 4
- ADR is too time consuming..... 5
- ADR is too expensive ..... 6
- You preferred to resolve the matter in court ..... 7
- ADR is not available in your country for your sector ..... 8
- Other..... 9
- [DK/NA]..... 99

[IF A21=YES]

NEW

**A22b. What was the outcome of your last ADR case?**

- The dispute was settled..... 1
- The ADR took a decision/opinion but you decided to go to court ..... 2
- The ADR took a decision/opinion but the consumer decided to go to court ..... 3
- The ADR took a decision/opinion but you did not comply and the consumer did not go to court ..... 4
- [DK/NA]..... 9

[SI A21=NON]

NEW

**A22a. Pourquoi n'avez-vous pas utilisé d'ADR ?**

LIRE – FAIRE UNE ROTATION - Plusieurs réponses possibles

- Vous seriez prêts à recourir à des ADR, mais cela n'a jamais été une nécessité..... 1
- Vous ne saviez pas que des ADR étaient disponibles dans votre pays pour votre secteur ..... 2
- Vous ne vous sentiez pas suffisamment informé sur la procédure ADR ..... 3
- Vous n'aviez pas confiance en la procédure ADR ..... 4
- Les ADR prennent trop de temps..... 5
- Les ADR sont trop chers ..... 6
- Vous avez préféré résoudre le problème en justice ..... 7
- Les ADR ne sont pas disponibles dans votre pays pour votre secteur ..... 8
- Autre ..... 9
- [NSP/SR] ..... 99

[SI A21=OUI]

NEW

**A22b. Quel a été le résultat de votre dernier cas en ADR ?**

- Le différend a été réglé ..... 1
- L'ADR a pris une décision/opinion, mais vous avez décidé d'aller au tribunal..... 2
- L'ADR a pris une décision/opinion, mais le consommateur a décidé d'aller au tribunal ..... 3
- L'ADR a pris une décision/opinion, mais vous n'avez pas coconsenti et le consommateur n'est pas allé au tribunal..... 4
- [NSP/SR] ..... 9

[ASK ALL]

NEW

**A23. In the past two years, have you been taken to court to settle disputes with consumers?**

[ONLY ONE ANSWER IS POSSIBLE]

- Yes, by individual consumers..... 1
- Yes, by a group of consumers as part of a collective court case ..... 2
- Yes, by a representative body (i.e. consumer organisation or national authority) as part of a collective court case ..... 3
- No ..... 4
- [DK/NA]..... 9

NEW

**A24. Would you prefer to settle a dispute with a group of consumers over the same problem through ...?**

[ONLY ONE ANSWER IS POSSIBLE]

- Individual ADR or ..... 1
- Collective ADR or ..... 2
- Individual court proceedings or ..... 3
- Collective court proceedings? ..... 4
- [DK/NA]..... 9

[POSER A TOUS]

NEW

**A23. Au cours des deux dernières années, avez-vous été instruit en justice pour régler des différends avec des consommateurs ?**

[UNE SEULE REPONSE SEULEMENT EST POSSIBLE]

- Oui, par des consommateurs individuels..... 1
- Oui, par un groupe de consommateurs dans le cadre d'une affaire collective ..... 2
- Oui, par un organisme représentatif (c'est-à-dire un organisme de défense des consommateurs ou l'administration légale compétente nationale) dans le cadre d'une affaire collective..... 3
- Non..... 4
- [NSP/SR] ..... 9

NEW

**A24. Préférez-vous régler un différend avec un groupe de consommateurs sur le même problème par le biais...?**

[UNE SEULE REPONSE SEULEMENT EST POSSIBLE]

- d'ADR individuels ou ..... 1
- d'ADR collectifs ou ..... 2
- de procédures judiciaires individuelles ou ..... 3
- de procédures judiciaires collectives ? ..... 4
- [NSP/SR] ..... 9

**Others**

**A25. Thinking about all non-food products currently on the market in your country, do you think that...?**

[ONLY ONE ANSWER IS POSSIBLE]

- Essentially all products are safe..... 1
- A small number of products are unsafe..... 2
- A significant number of products are unsafe ..... 3
- [DK/NA]..... 9

NEW

**A26. Are you a member of a code of conduct or code of practice related to consumer or commercial issues for your sector / market?**

- Yes ..... 1
- No ..... 2
- [DK/NA]..... 9

**Others**

**A25. En pensant à tous les produits non alimentaires actuellement sur le marché dans votre pays, pensez-vous que ...?**

[UNE SEULE REPOSE SEULEMENT EST POSSIBLE]

- tous les produits sont dans l'ensemble sûrs, ..... 1
- un petit nombre de produits ne sont pas sûrs, ou..... 2
- un nombre significatif de produits ne sont pas sûrs? ..... 3
- [NSP/SR] ..... 9

NEW

**A26. Êtes-vous membre d'un code de conduite ou d'un code de déontologie lié aux problèmes des consommateurs ou commerciaux pour votre secteur/marché ?**

- Oui..... 1
- Non..... 2
- [NSP/SR]..... 9



Flash EB Series #278

# Business attitudes towards enforcement and redress in the internal market

Conducted by  
The Gallup Organization  
upon the request of  
Directorate General  
Health and Consumers



Survey coordinated by the Directorate General  
Communication

This document does not reflect the views 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 278 “Business attitudes towards enforcement and redress in the internal market” was conducted on behalf of the DG SANCO of the European Commission (Health and Consumer Protection Directorate, Directorate for Consumer Affairs – B1 Consumer Markets). The objective of the survey was to collect policy-relevant information about business attitudes towards enforcement and redress in the internal market, covering legislation dealing with the economic interests of consumers and product safety.

Telephone interviews were conducted between the 16<sup>st</sup> and 30<sup>th</sup> July 2009 and between 24 and 28 August by partner institutes of the Gallup Organisation Hungary :

Belgium	BE	Gallup Europe	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Czech Republic	CZ	Focus Agency	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Denmark	DK	Hermelin	(Interviews : 16/07/2009 – 28/08/2009)
Germany	DE	IFAK	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Estonia	EE	Saar Poll	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Greece	EL	Metroanalysis	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Spain	ES	Gallup Spain	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
France	FR	Efficience3	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Ireland	IE	Gallup UK	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Italy	IT	Demoskopoea	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Cyprus	CY	CYMAR	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Latvia	LV	Latvian Facts	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Lithuania	LT	Baltic Survey	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Luxembourg	LU	Gallup Europe	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Hungary	HU	Gallup Hungary	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Malta	MT	MISCO	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Netherlands	NL	MSR	(Interviews : 16/07/2009 – 28/08/2009)
Austria	AT	Spectra	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Poland	PL	Gallup Poland	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Portugal	PT	Consulmark	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Slovenia	SI	Cati d.o.o.	(Interviews : 16/07/2009 – 28/08/2009)
Slovakia	SK	Focus Agency	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Finland	FI	Norstat Finland Oy	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Sweden	SE	Hermelin	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
United Kingdom	UK	Gallup UK	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Bulgaria	BG	Vitosha Research	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Romania	RO	Gallup Romania	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)
Norway	NO	Fieldwork Scandinavia	(Interviews : 16/07/2009 – 28/08/2009)
Iceland	IS	IGM	(Interviews : 16/07/2009 – 30/07/2009)

### ***Representativeness of the results***

The target group for this Flash Eurobarometer was defined as companies employing 10 or more people, operating in the 27 Member States of the EU, in Iceland or 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. The survey sample was selected randomly but disproportionately, according to two criteria: company size (2 categories: 10-249 employees, 250+ employees) and activity sector.

Within the employment size the size of the categories was defined in advance (10-249 employees: 90%; 250+ employees: 10%), but the selection of companies by the activity categories was made at random.

Target group of the survey was SMEs in the retail and service sector. The sampling frame (as developed by D&B) covered those companies in sectors that were considered to be likely to have significant retail activity and be able to sell via distance sales channels. For example, in the NACE-sector “G – Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles, motorcycles and personal and household goods”, companies in the sub-category “51 – Wholesale trade and commission trade, except of motor vehicles and motorcycles” were excluded. For more details on the final distribution of companies across their largest sales’ product category, see annex tables 6a and 6b.

### ***Weighting***

The total sample was distributed between sampling “cells” (as defined above) in a way that does not follow the actual distribution of businesses within the coverage zone: e.g. 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. EU27) 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 at top managerial /commercial position. 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 and the activity of the company.

### *Sizes of the samples*

The targeted number of main interviews was 400 in Germany, Spain, France, Poland, United Kingdom; 200 in Lithuania, Ireland, and in Norway; 150 interviews was in Estonia, Republic of Cyprus, Latvia, Malta, Slovenia and Iceland; in the other countries the target was 250 interviews.

	<b>Total interviews conducted</b>		<b>Total interviews conducted</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7320</b>		
<b>Belgium</b>	253	<b>Malta</b>	150
<b>Czech Republic</b>	250	<b>Netherlands</b>	250
<b>Denmark</b>	253	<b>Austria</b>	250
<b>Germany</b>	401	<b>Poland</b>	400
<b>Estonia</b>	150	<b>Portugal</b>	257
<b>Greece</b>	250	<b>Slovenia</b>	150
<b>Spain</b>	400	<b>Slovakia</b>	250
<b>France</b>	400	<b>Finland</b>	252
<b>Ireland</b>	200	<b>Sweden</b>	250
<b>Italy</b>	400	<b>UK</b>	401
<b>Cyprus</b>	150	<b>Bulgaria</b>	250
<b>Latvia</b>	150	<b>Romania</b>	250
<b>Lithuania</b>	200		
<b>Luxembourg</b>	150	<b>Norway</b>	200
<b>Hungary</b>	253	<b>Iceland</b>	150

### *Questionnaires*

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

### *Sampling error*

Surveys are designed and conducted to provide an estimate of a true value of characteristics of a population at a given time. An estimate of a survey is unlikely to exactly equal the true population quantity of interest for a variety of reasons. One of these reasons is that data in a survey are collected from only some – a sample of – members of the population, this to make data collection cheaper and faster. The “margin of error” is a common summary of sampling error, which quantifies uncertainty about (or confidence in) a survey result.

Usually, one calculates a 95 percent confidence interval of the format: survey estimate +/- margin of error. This interval of values will contain the true population value at least 95% of time.

For example, if it was estimated that 45% of EU citizens/respondents are in favour of a single European currency and this estimate is based on a sample of 100 EU citizens/respondents, the associated margin of error is about 10 percentage points. The 95 percent confidence interval for support for a European single currency would be (45%-10%) to (45%+10%), suggesting that in the EU the support for a European single currency could range from 35% to 55%. Because of the small sample size of 100 EU citizens/respondents, there is considerable uncertainty about whether or not the citizens/respondents of the EU support a single currency.

As a general rule, the more interviews conducted (sample size), the smaller the margin of error. Larger samples are more likely to give results closer to the true population quantity and thus have smaller margins of error. For example, a sample of 500 will produce a margin of error of no more than about 4.5 percentage points, and a sample of 1,000 will produce a margin of error of no more than about 3 percentage points.

*Margin of error (95% confidence interval)*

Survey estimate	Sample size (n)									
	10	50	100	150	200	400	800	1000	2000	4000
5%	13.5%	6.0%	4.3%	3.5%	3.0%	2.1%	1.5%	1.4%	1.0%	0.7%
10%	18.6%	8.3%	5.9%	4.8%	4.2%	2.9%	2.1%	1.9%	1.3%	0.9%
25%	26.8%	12.0%	8.5%	6.9%	6.0%	4.2%	3.0%	2.7%	1.9%	1.3%
50%	31.0%	13.9%	9.8%	8.0%	6.9%	4.9%	3.5%	3.1%	2.2%	1.5%
75%	26.8%	12.0%	8.5%	6.9%	6.0%	4.2%	3.0%	2.7%	1.9%	1.3%
90%	18.6%	8.3%	5.9%	4.8%	4.2%	2.9%	2.1%	1.9%	1.3%	0.9%
95%	13.5%	6.0%	4.3%	3.5%	3.0%	2.1%	1.5%	1.4%	1.0%	0.7%

(The values in the table are the margin of error – at 95% confidence level – for a given survey estimate and sample size)

The examples show that the size of a sample is a crucial factor affecting the margin of error. Nevertheless, once past a certain point – a sample size of 800 or 1,000 – the improvement is small. For example, to reduce the margin of error to 1.5% would require a sample size of 4,000.

## 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:**

Trade , 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