

Flash Eurobarometer 439

April 2016

The use of online marketplaces and search engines
by SMEs

Basic bilingual questionnaire

TNS Political & Social

A	Flash number (2021-2024)
	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
	FL436 A

A	Numéro du Flash (2021-2024)
	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
	FL436 A

B	Country (2025-2026)
	<input type="text"/> <input type="text"/>
	FL436 B

B	Pays (2025-2026)
	<input type="text"/> <input type="text"/>
	FL436 B

C	Interview number (2027-2032)
	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
	FL436 C

C	Numéro de l'interview (2027-2032)
	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
	FL436 C

NACE	NACE code (Sample information)
	<input type="text"/>
	(2033-2036)
	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> NACE code - 4 digits
	FL436 NACE

NACE	NACE code (Information échantillon)
	<input type="text"/>
	(2033-2036)
	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> NACE code - 4 digits
	FL436 NACE

(INTRO1) Hello, I'm (NAME), calling from (NAME OF NATIONAL INSTITUTE). May I speak with (TITLE\ROLE DESCRIPTION)?

(INTRO2) IF THE GATEKEEPER ASKS FOR ADDITIONAL INFORMATION: We are contacting (decision makers in) companies across Europe regarding their views on current business topics. The feedback will be used to support decision-making and design future European policies. I would greatly appreciate being able to speak with him or her to include his\her opinion in the study.

IF THE ELIGIBLE REPENDENT IS NOT AVAILABLE, PLEASE MAKE AN APPOINTMENT

(INTRO3) (WHEN SPEAKING TO THE TARGETED RESPONDENTS) Hello, I'm (NAME), calling from (NAME OF NATIONAL INSTITUTE), a market research company.

(INTRO4) We are contacting (decision makers in) companies across Europe regarding their views on current business topics and we would greatly appreciate your input. The feedback will be used to support decision-making and design future European policies. Would you have some time to answer to a few questions? It should not take more than 15 minutes...

D1a How many employees (full-time equivalent) does your company currently have?

(WRITE DOWN ANSWER - IF DOES NOT KNOW EXACTLY, INSIST ON AN ESTIMATE, CODE 999 IF DK/REFUSAL) (M)

(INTRO1) Bonjour, je suis (NOM), je parle au nom de (NOM DE L'INSTITUT NATIONAL). Puis-je parler à (TITRE\DESCRIPTION DE LA FONCTION) ?

(INTRO2) SI LE STANDARDISTE DEMANDE DES INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES : Nous contactons les entreprises en Europe pour mieux connaître leurs opinions sur des sujets liés aux affaires. Les résultats seront utilisés pour soutenir la prise de décision et la conception de futures politiques européennes. Je serais très heureux de pouvoir lui parler et prendre en compte son opinion dans l'étude.

SI LE REPENDANT ELIGIBLE N'EST PAS DISPONIBLE, PRENDRE UN RENDEZ-VOUS

(INTRO3) (AU MOMENT DE PARLER AU REPENDANT SELECTIONNE) Bonjour, je suis (NOM), je parle au nom de (NOM DE L'INSTITUT NATIONAL), un institut de sondages.

(INTRO4) Nous contactons les entreprises en Europe pour mieux connaître leurs opinions sur des sujets liés aux affaires et nous aimerions beaucoup avoir votre avis. Les résultats seront utilisés pour soutenir la prise de décision et la conception de futures politiques européennes. Auriez-vous un peu de temps pour répondre à quelques questions? Cela ne devrait pas prendre plus de 15 minutes...

D1a Combien de salariés (équivalent temps plein) votre entreprise compte-t-elle actuellement ?

(NOTER EN CLAIR LA REPONSE - SI NE SAIT PAS EXACTEMENT, INSISTER POUR OBTENIR UNE ESTIMATION, CODE 999 SI NSP/REFUSE) (M)

(2037-2039)

employees

FL421 D1a

ASK D1b IF CODE 999 IN D1a - RECODE ALL VALID ANSWERS IN D1a

D1b How many employees (full-time equivalent) does your company currently have?

(READ OUT - ONE ANSWER ONLY)

	(2040)
1 to 9 employees	1
10 to 49 employees	2
50 to 250 employees	3
DK/NA (DO NOT READ OUT)	4

NEW

(2037-2039)

salariés

FL421 D1a

POSER D1b SI CODE 999 EN D1a - CODER LES REPONSES VALIDES EN D1a

D1b Combien de salariés (équivalent temps plein) votre entreprise compte-t-elle actuellement ?

(LIRE - UNE SEULE REPONSE)

	(2040)
1 à 9 salariés	1
10 à 49 salariés	2
50 à 250 salariés	3
NSP/SR (NE PAS LIRE)	4

NEW

ASK D4B IF CODE 999 IN D4A, RECODE ALL VALID ANSWERS IN D4A

POSER D4B SI CODE 999 EN D5A, CODER LES REPONSES VALIDES EN D4A

D3B What was your company's total turnover in 2015?

D3B Quel a été le chiffre d'affaires total de votre entreprise en 2015?

(READ OUT IF NECESSARY - ONE ANSWER ONLY)

(LIRE SI NECESSAIRE – UNE SEULE REPONSE)

	(2057)
Up to 100 000 euros	1
More than 100 000 to 500 000 euros	2
More than 500 000 to 2 million euros	3
More than 2 to 10 million euros	4
More than 10 million euros	5
DK / Refusal	6

	(2057)
Jusqu'à 100 000 euros	1
Plus de 100 000 euros jusqu'à 500 000 euros	2
Plus de 500 000 euros jusqu'à 2 millions d'euros	3
Plus de 2 millions d'euros jusqu'à 10 millions d'euros	4
Plus de 10 millions d'euros	5
NSP/ Refus (NE PAS LIRE)	6

NEW

NEW

THE PERCENTAGES IN D4.1, D4.2 AND D4.3 HAVE TO SUM UP TO ONE HUNDRED (D4.1+D4.2+D4.3 = 100%) IF ONE ANSWER 999 IN D4.1, D4.2 OR D4.3 THEN THE SUM OF THE VALID ANSWERS (ANSWERS BETWEEN 0 AND 100%) CAN BE LOWER THAN 100%

--

LA SOMME DES POURCENTAGES EN D4.1, D4.2 ET D4.3 DOIT ETRE EGALES A 100% (D4.1+D4.2+D4.3 = 100%) SI UN CODE 999 EN D4.1, D4.2 OU D4.3 ALORS LA SOMME DES REponses VALIDES (REponses ENTRE 0 ET 100%) PEUT ETRE INFERIEURE A 100%

--

D4.1 Approximately what percentage of your company's turnover in 2015 came from sales in each of the following markets?

(READ OUT - WRITE DOWN THE ANSWER IN PERCENTAGE) (IF "DK/NA" CODE '999')

(2058-2060)

			In your own country
--	--	--	---------------------

NEW

--

D4.2 Approximately what percentage of your company's turnover in 2015 came from sales in each of the following markets? (M)

(READ OUT - WRITE DOWN THE ANSWER IN PERCENTAGE) (IF "DK/NA" CODE '999')

(2061-2063)

			In other EU countries
--	--	--	-----------------------

NEW

D4.1 Approximativement, quel pourcentage du chiffre d'affaires 2015 de votre entreprise provient de la vente sur chacun des marchés suivants ?

(NOTER EN CLAIR LA REponse EN POURCENTAGE) (SI "NSP/SR" CODER '999')

(2058-2060)

			Dans votre propre pays
--	--	--	------------------------

NEW

--

D4.2 Approximativement, quel pourcentage du chiffre d'affaires 2015 de votre entreprise provient de la vente sur chacun des marchés suivants ? (M)

(NOTER EN CLAIR LA REponse EN POURCENTAGE) (SI "NSP/SR" CODER '999')

(2061-2063)

			Dans les autres pays de l'UE
--	--	--	------------------------------

NEW

--

--

D4.3 Approximately what percentage of your company's turnover in 2015 came from sales in each of the following markets? (M)

D4.3 Approximativement, quel pourcentage du chiffre d'affaires 2015 de votre entreprise provient de la vente sur chacun des marchés suivants ? (M)

(READ OUT - WRITE DOWN THE ANSWER IN PERCENTAGE) (IF "DK/NA" CODE '999')

(NOTER EN CLAIR LA REPONSE EN POURCENTAGE) (SI "NSP/SR" CODER '999')

(2064-2066)

(2064-2066)

			Outside of the EU
--	--	--	-------------------

			En dehors de l'UE
--	--	--	-------------------

NEW

NEW

ERR1

ERR1

(2067)

(2067)

D4.1 + D4.2 + D4.3 should be 100%, please check	1
---	---

D4.1 + D4.2 + D4.3 doit être 100%, merci de vérifier	1
--	---

NEW

NEW

D5 Is your company selling its products or services ... ?

D5 Votre entreprise vend-elle ses produits ou ses services... ?

(READ OUT - MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE)

(LIRE - PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES)

(2068-2071)

(2068-2071)

Directly to consumers	1,
To other companies	2,
To public administration	3,
DK/NA	4,

Directement aux consommateurs	1,
À d'autres entreprises	2,
A l'administration publique	3,
NSP/SR	4,

FL426 SCR15

FL426 SCR15

D6 How often do you sell your products and/or services on the Internet?

(READ OUT – ONE ANSWER ONLY)

	(2072)
Always	1
Most of the time	2
Sometimes	3
Rarely	4
Never	5
DK/NA (DO NOT READ OUT)	6

NEW

D6 A quelle fréquence vendez-vous vos produits et /ou services sur internet ?

(LIRE – UNE SEULE REPONSE)

	(2072)
Toujours	1
La plupart du temps	2
Parfois	3
Rarement	4
Jamais	5
NSP/NR (NE PAS LIRE)	6

NEW

IF 'NEVER' (CODE 5) OR 'DK/NA' (CODE 6) IN D6 FINISH THE INTERVIEW IF COMPANY SELLS ITS PRODUCTS ON THE INTERNET (CODES 1, 2, 3, OR 4 IN D6), ASK D7

PROG: ROTATE ITEMS FROM 1 TO 3

D7 Does your company use any of the following to sell your products and / or services on the internet?

(READ OUT - ONE ANSWER PER LINE)

	Alwa ys	Most of the time	Som etim es	Rarel y	Neve r	DK/N A (DO NOT REA D OUT)

(2073)

1	Your company's commercial website	1	2	3	4	5	6	
(2074)	2	Online marketplaces, where several companies and brands sell their products and/ or services	1	2	3	4	5	6
(2075)	3	You rely on search engines	1	2	3	4	5	6

SI "JAMAIS" (CODE 5) OU "NSP/NR" (CODE 6) EN D6, ARRETER L'ENTRETIEN SI L'ENTREPRISE VENDE SUR INTERNET (CODES 1,2,3 OR 4 EN D6) POSER D7

PROG : ROTATION DES ITEMS DE 1 A 3

D7 Est-ce que votre entreprise utilise les moyens suivants pour vendre ses produits et / ou services sur internet ?

(LIRE – UNE REPONSE PAR LIGNE)

	Touj ours	La plup art du temp s	Parfo is	Rare ment	Jama is	NSP/ NR (NE PAS LIRE)

(2073)

1	Le site internet commercial de votre entreprise	1	2	3	4	5	6	
(2074)	2	Les marketplaces en ligne, où plusieurs entreprises et marques vendent leur produits et/ ou services	1	2	3	4	5	6
(2075)	3	Vous utilisez des moteurs de recherche	1	2	3	4	5	6

NEW

NEW

ASK Q1 AND Q2 TO COMPANIES USING ONLINE MARKETPLACES - DIFFERENT FROM "NEVER" (CODE 5) AND "DK/NA" (CODE 6) IN D7.2

PROG: ROTATE ITEMS FROM 1 TO 4

Q1 Please tell me to what extent you agree or disagree with the following statements on online marketplaces:

(READ OUT - ONE ANSWER PER LINE)

	Totally agree	Tend to agree	Tend to disagree	Totally disagree	DK/NA (DO NOT READ OUT)

POSER Q1 ET Q2 AUX ENTREPRISES QUI UTILISENT LES MARCHES EN LIGNE - REPONSES DIFFERENTES DE "JAMAIS" (CODE 5) ET "NSP/NR" (CODE 6) EN D7.2

PROG : ROTATION DES ITEMS DE 1 A 4

Q1 Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous êtes d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes à propos des marchés en ligne ?

(LIRE – UNE REPONSE PAR LIGNE)

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	NSP/NR (NE PAS LIRE)

(2076)	1	The information you receive through the online marketplace about the behaviour and preferences of your customers is useful for the development or improvement of your products or services	1	2	3	4	5
(2077)	2	You usually get the data you need about your customers from online marketplaces	1	2	3	4	5
(2078)	3	You know what data are collected by the online marketplace about the activity of your company and how it is used	1	2	3	4	5
(2079)	4	You can easily transfer your key commercial data from one online marketplace to another (for example customer ratings)	1	2	3	4	5

NEW

(2076)	1	Les informations que vous recevez au sujet du comportement et des préférences de vos clients via les marketplaces en ligne sont utiles pour le développement ou l'amélioration de vos produits ou services	1	2	3	4	5
(2077)	2	En général vous obtenez des marketplaces en ligne les données dont vous avez besoin concernant vos clients	1	2	3	4	5
(2078)	3	Vous savez quelles données sont collectées par les marketplaces en ligne au sujet de l'activité de votre entreprise et comment elles sont utilisées	1	2	3	4	5
(2079)	4	Vous pouvez facilement transférer des données commerciales majeures d'un marketplace en ligne à un autre (par exemple les évaluations des clients)	1	2	3	4	5

NEW

PROG: ROTATE ITEMS FROM 1 TO 4

PROG : ROTATION DES ITEMS DE 1 A 4

Q2 Most online marketplaces have terms and conditions which explain how your company may use the website or the sales app as well as the various legal requirements that websites or sales apps must comply with. These include: privacy policy, cookie policy, and Intellectual property rights such as copyright terms. Thinking about the terms and conditions on online marketplaces, to what extent do you agree or disagree with the following statements?

Q2 La plupart des marketplaces en ligne ont des conditions générales expliquant comment votre entreprise utilise le site ou l'app de vente et quels sont les impératifs légaux auxquels ces sites ou ces apps de vente sont soumis. Cela comprend les politiques en matière de protection de la vie privée, de gestion des cookies et de propriété intellectuelle comme les droits d'auteur. En pensant aux conditions générales des marketplaces en ligne, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ?

(READ OUT – ONE ANSWER PER LINE)

(LIRE – UNE REPONSE PAR LIGNE)

	Totally agree	Tend to agree	Tend to disagree	Totally disagree	DK/NA (DO NOT READ OUT)
--	---------------	---------------	------------------	------------------	-------------------------

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	NSP/NR (NE PAS LIRE)
--	----------------------	-----------------	---------------------	----------------------	----------------------

(2080)

1	In general, the terms and conditions are clear	1	2	3	4	5
---	--	---	---	---	---	---

(2080)

1	En général, les conditions générales d'utilisation sont claires	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---	---

(2081)	2	You can influence or amend the terms and conditions	1	2	3	4	5
(2082)	3	If the existing terms and conditions are changed to the detriment of your company, you can easily switch to a different online marketplace	1	2	3	4	5
(2083)	4	If you have a dispute with an online marketplace, there is a reliable dispute resolution system that you can use (courts, competition authorities, arbitration)	1	2	3	4	5

NEW

(2081)	2	Vous pouvez influencer ou amender les conditions générales d'utilisation	1	2	3	4	5
(2082)	3	Si les conditions générales d'utilisation sont changées au détriment de votre entreprise, vous pouvez facilement changer de marketplace en ligne	1	2	3	4	5
(2083)	4	En cas de conflit avec un marketplace en ligne, il existe un système de résolutions de conflits fiable que vous pouvez utiliser (tribunal, autorité de la concurrence, arbitrage)	1	2	3	4	5

NEW

PROG: ROTATE ITEMS FROM 1 TO 4

Q3 Please tell me to what extent you agree or disagree with each of the following statements about search engines. This includes general and specialist search engines or search engines which are integrated in marketplaces:

(READ OUT – ONE ANSWER PER LINE)

	Total ly agre e	Tend to agre e	Tend to disag ree	Total ly disag ree	Not appli cable (DO NOT REA D OUT)	DK/N A (DO NOT REA D OUT)
--	--------------------------	-------------------------	----------------------------	-----------------------------	---	---

(2084)

1	Your position in the search results has a significant impact on your sales	1	2	3	4	5	6
---	--	---	---	---	---	---	---

PROG : ROTATION DES ITEMS DE 1 A 4

Q3 Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes à propos des moteurs de recherche ? Cela concerne les moteurs de recherche généralistes, spécialisés ou les moteurs de recherche intégrés dans les marketplaces en ligne.

(LIRE – UNE REPONSE PAR LIGNE)

	Tout à fait d'acc ord	Plutôt d'acc ord	Plutôt pas d'acc ord	Pas du tout d'acc ord	Pas appli cable (NE PAS LIRE)	NSP/ NR (NE PAS LIRE)
--	--------------------------------	------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	--	-----------------------------------

(2084)

1	Votre position dans les résultats de recherche a un impact significatif sur vos ventes	1	2	3	4	5	6
---	--	---	---	---	---	---	---

(2085)	2	Your company uses search engine optimization techniques to appear higher in the search results	1	2	3	4	5	6
(2086)	3	Search engines should be allowed to change the order in which they display results to suit their own commercial interests	1	2	3	4	5	6
(2087)	4	If you have a dispute with the search engine operator, there is a reliable dispute resolution system that you can use (courts, competition authorities, arbitration)	1	2	3	4	5	6

NEW

(2085)	2	Votre entreprise utilise des techniques d'optimisation de moteurs de recherche pour apparaître plus haut dans les résultats de recherche	1	2	3	4	5	6
(2086)	3	Les moteurs de recherche devraient être autorisés à changer l'ordre dans lequel ils présentent les résultats pour mieux servir leur propres intérêts commerciaux	1	2	3	4	5	6
(2087)	4	En cas de conflit avec un opérateur de moteur de recherche, il existe un système de résolutions de conflits fiable que vous pouvez utiliser (tribunal, autorité de la concurrence, arbitrage)	1	2	3	4	5	6

NEW

PROG: ROTATE ITEMS FROM 1 TO 3

Q4 Some online platforms have review or rating systems that rank the different products, services, or even sellers (for examples hotels, restaurants, household appliances, shops, etc.). Please tell me to what extent you agree or disagree with each of the following statements on user reviews on online platforms:

(READ OUT – ONE ANSWER PER LINE)

		Total ly agre e	Tend to agre e	Tend to disag ree	Total ly disag ree	Not appli cable (DO NOT REA D OUT)	DK/N A (DO NOT REA D OUT)
--	--	--------------------------	-------------------------	----------------------------	-----------------------------	---	---

(2088)

1	Your company's reviews on these online platforms have a significant impact on your sales	1	2	3	4	5	6
2	In general, these user reviews are genuine	1	2	3	4	5	6

(2089)

PROG : ROTATION DES ITEMS DE 1 A 3

Q4 Certaines plateformes en ligne ont un système d'évaluation ou de notation qui classent les différents produits, services ou même vendeurs (par exemple des hôtels, des restaurants, des appareils ménagers, des magasins, etc.). Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes à propos des évaluations des utilisateurs sur les plateformes en ligne ?

(LIRE – UNE REPONSE PAR LIGNE)

		Tout à fait d'acc ord	Plutôt d'acc ord	Plutôt pas d'acc ord	Pas du tout d'acc ord	Pas appli cable (NE PAS LIRE)	NSP/ NR (NE PAS LIRE)
--	--	--------------------------------	------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	--	-----------------------------------

(2088)

1	Les évaluations de votre entreprise sur ces plateformes en ligne ont un impact significatif sur vos ventes	1	2	3	4	5	6
2	En général, ces évaluations d'utilisateurs sont authentiques	1	2	3	4	5	6

(2089)

(2090)

3	You can report false reviews about your company and have them removed	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---	---

NEW

(2090)

3	Vous pouvez signaler de fausses évaluations sur votre entreprise et les faire supprimer	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---	---

NEW

April 2016

TECHNICAL SPECIFICATIONS

Between the 13th and 22nd April 2016, TNS Political & Social, a consortium created between TNS political & social, TNS UK and TNS opinion, carried out the FLASH EUROBAROMETER 439 survey on request of the EUROPEAN COMMISSION, Directorate-General for Communications Networks, Content & Technology. It is a business survey co-ordinated by the Directorate-General for Communication, “Strategy, Corporate Communication Actions and Eurobarometer” Unit.

The FLASH EUROBAROMETER 439 survey covers businesses employing 1 to 250 persons in Denmark, Estonia, France, Germany, Ireland, the Netherlands, Poland, Spain, Sweden and the UK, and within the retail (NACE category G) and the services (NACE categories H, I, J, M, N and R) sectors.

All interviews were carried using the TNS e-Call centre (our centralised CATI system). The sample was selected from an international business database, with some additional sample from local sources in countries where necessary.

Quotas were applied on both company size and sectors. These quotas were adjusted according to the country’s universe but were also reasoned in order to ensure that the sample was large enough in every cell.

	COUNTRIES	INSTITUTES	N° INTERVIEWS	DATES FIELDWORK		NO. BUSINESSES	PROPORTION OF TOTAL
DK	Denmark	TNS Gallup DK	400	13/04/2016	21/04/2016	211.402	1,65%
DE	Germany	TNS Infratest	500	13/04/2016	21/04/2016	2.193.133	17,11%
EE	Estonia	TNS Emor	501	13/04/2016	18/04/2016	62.611	0,49%
IE	Ireland	IMS Millward Brown	500	13/04/2016	22/04/2016	145.876	1,14%
ES	Spain	TNS Demoscopia	500	13/04/2016	21/04/2016	2.354.951	18,37%
FR	France	TNS Sofres	502	13/04/2016	20/04/2016	3.016.645	23,54%
NL	Netherlands	TNS NIPO	500	13/04/2016	21/04/2016	862.698	6,73%
PL	Poland	TNS OBOP	500	13/04/2016	22/04/2016	1.493.431	11,65%
SE	Sweden	TNS Sifo	501	13/04/2016	21/04/2016	694.757	5,42%
UK	United Kingdom	TNS UK	500	13/04/2016	21/04/2016	1.781.895	13,90%
	TOTAL		4.904	13/04/16	22/04/16	12.817.399	100%*

Readers are reminded that survey results are estimations, the accuracy of which, everything being equal, rests upon the sample size and upon the observed percentage. With samples of about 1,000 interviews, the real percentages vary within the following confidence limits:

Statistical Margins due to the sampling process

(at the 95% level of confidence)

various sample sizes are in rows

various observed results are in columns

	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	
	95%	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	
N=50	6,0	8,3	9,9	11,1	12,0	12,7	13,2	13,6	13,8	13,9	N=50
N=500	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4	N=500
N=1000	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1	N=1000
N=1500	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5	N=1500
N=2000	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2	N=2000
N=3000	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8	N=3000
N=4000	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	N=4000
N=5000	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	N=5000
N=6000	0,6	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	N=6000
N=7000	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	N=7000
N=7500	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	N=7500
N=8000	0,5	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	N=8000
N=9000	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	N=9000
N=10000	0,4	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	N=10000
N=11000	0,4	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	N=11000
N=12000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	N=12000
N=13000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	N=13000
N=14000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	N=14000
N=15000	0,3	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	N=15000
	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	
	95%	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	

© 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