

# Le Marché intérieur

Opinions et expériences des Entreprises de l'UE-15

## Résumé

**Terrain:** janvier – février 2006

**Publication:** juin 2006

Sondage commandité par la Direction Générale « Marché intérieur et services » et coordonné par la Direction Générale « Communication ».

Le présent document ne représente pas le point de vue de la Commission européenne. Les interprétations et les opinions qu'il contient n'engagent que les auteurs.



## **FLASH EUROBAROMETRE 180**

### ***Le Marché intérieur*** ***Opinions et expériences des Entreprises de l'UE-15***

Réalisé par EOS Gallup Europe à la demande de la Commission européenne  
(Direction Générale « Marché intérieur et Services »)

Sondage géré et organisé par la Direction Générale « Communication »  
(Analyse de l'opinion publique et des médias)

**Le présent document ne représente pas le point de vue de la Commission européenne. Les interprétations et les opinions qu'il contient n'engagent que ses auteurs.**

SONDAGE : janvier-février 2006

RESUME : juin 2006



## **Table des matières**

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>2</b>
<b>1. Les perceptions des mesures prises dans le cadre du marché unique</b> .....	<b>3</b>
1.1 L'élimination de la documentation douanière.....	4
1.2 L'abolition des contrôles frontaliers.....	4
1.3 Les procédures de TVA pour des ventes intra-communautaires.....	4
1.4 Les normes appliquées aux produits européens.....	4
1.5 La libéralisation des mouvements de capitaux.....	5
1.6 La réglementation européenne en matière d'emballage et d'étiquetage...	5
1.7 La réglementation européenne des marchés publics.....	5
1.8 La réglementation pour l'établissement d'une entreprise dans d'autres pays de l'Union européenne.....	6
<b>2. Effets des mesures du marché unique</b> .....	<b>7</b>
2.1. L'impact sur le niveau de concurrence.....	7
2.2. L'influence sur la stratégie de l'entreprise .....	8
2.3. Le recrutement dans d'autres Etats membres.....	10
2.4. L'impact de l'élargissement sur les activités .....	11
2.5. L'impact de l'élargissement sur les échanges.....	13
2.6. Les obstacles aux échanges au sein du marché unique dans son ensemble.....	14
<b>3. L'avenir du marché unique</b> .....	<b>15</b>
3.1. Les activités à inclure dans la future politique du marché unique.....	15
<b>CONCLUSION</b> .....	<b>17</b>
<b>ANNEXES</b>	
<b>Spécifications techniques</b>	
<b>Questionnaire</b>	



## INTRODUCTION

Cette enquête traite, d'une manière générale, des opinions et des expériences des chefs d'entreprise européens vis-à-vis du Marché unique. La vague précédente, réalisée il y a trois ans et demi à l'occasion du dixième anniversaire du marché unique, visait à examiner les différences et les changements dans l'environnement et le climat général du secteur économique au sein du Marché unique entre 1992 et 2002.

L'objectif de la présente enquête d'opinion effectuée au sein des quinze anciens Etats membres de l'Union européenne, à l'initiative de la Direction générale de la Commission européenne pour le marché intérieur et les services, était de sonder à nouveau l'opinion des chefs d'entreprise à propos des différences observées au sein du marché unique depuis sa création en 1993, dans l'environnement et le climat général du secteur économique. Les principales questions abordées concernaient la perception des mesures prises lors de la mise en œuvre du marché unique et leur impact sur les activités des entreprises, les effets pratiques de ces mesures et les préférences exprimées quant aux priorités futures pour le marché unique. Les entreprises des dix nouveaux Etats membres seront couvertes prochainement par une enquête similaire.

Cette enquête, réalisée par EOS GALLUP EUROPE, suit la méthodologie définie pour les études FLASH Eurobaromètre, qui sont gérées par la Direction générale pour la Communication (unité "Opinion publique et médias").

Quatre mille neuf cents dirigeants d'entreprises des quinze anciens Etats membres ont été interrogés par téléphone entre le 25 janvier et le 23 février 2006. L'échantillon a été sélectionné en fonction de trois critères : le pays, la taille de l'entreprise et le secteur d'activité. Dans les cinq Etats comptant le plus grand nombre d'entreprises (Allemagne, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni), cinq cents dirigeants ont été interrogés dans chaque pays. Dans les pays comptant le plus petit nombre d'entreprises (Grèce, Irlande, Luxembourg, Portugal, Danemark et Finlande), ce chiffre était de deux cents. Enfin, trois cents chefs d'entreprises ont été interrogés dans les autres Etats membres (Belgique, Pays-Bas, Autriche et Suède).

Dans chaque entreprise, les personnes interrogées exerçaient des fonctions de direction à un niveau élevé, que ce soit dans le cadre de la direction générale, de la gestion des ventes ou du marketing, de la gestion des importations et exportations ou dans la gestion logistique.

Outre les références qu'elle fait à l'Union européenne dans son ensemble et aux Etats membres, notre analyse<sup>1</sup> envisage certaines caractéristiques des entreprises, notamment leur taille et leur secteur d'activité, de même que l'étendue des activités d'exportation de ces entreprises vers les dix nouveaux Etats membres (NEM).

---

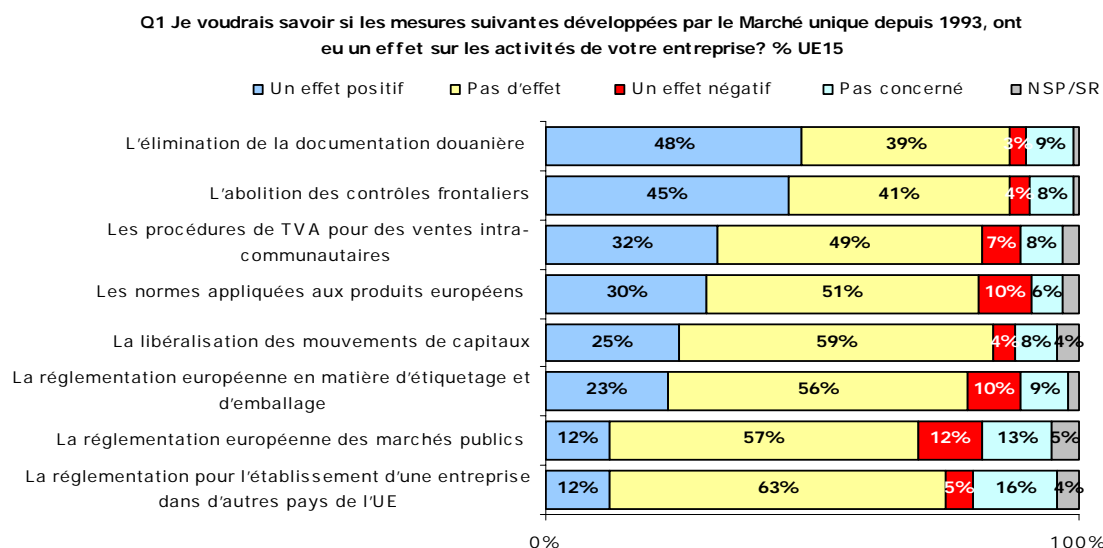
<sup>1</sup> Dans certains cas, en raison des procédures d'arrondi des chiffres, les montants affichés peuvent présenter une différence d'un pour cent avec la somme des montants des cellules individuelles. Le total des pourcentages indiqués dans les tableaux du rapport peut dépasser 100% lorsque le répondant était autorisé à donner plusieurs réponses à une question déterminée.

## 1. Les perceptions des mesures prises dans le cadre du marché unique

- *Appréciation positive de l'élimination de la documentation douanière et de l'abolition des contrôles aux frontières, mais des effets jugés limités sur les autres mesures testées -*

Si l'on examine la moyenne des résultats d'ensemble concernant l'appréciation des huit mesures prises dans le cadre du marché unique reprises dans cette question, 30% des dirigeants d'entreprises considèrent que le marché unique a eu un impact positif sur les activités de leur entreprise. 51% estiment que le marché unique n'a pas eu d'impact sur leur entreprise et seuls 7% des dirigeants indiquent que le marché unique a été négatif pour leur entreprise (en moyenne, 12% ne sont pas concernés ou ne répondent pas).

Si la proportion élevée des dirigeants qui considèrent que le marché unique n'a pas eu d'impact sur les activités de leur entreprise peut apparaître comme un résultat décevant, le résultat le plus encourageant est que les dirigeants confirmant les impacts positifs du marché unique sont quatre fois plus nombreux que ceux qui jugent que ces mesures ont eu un impact négatif.



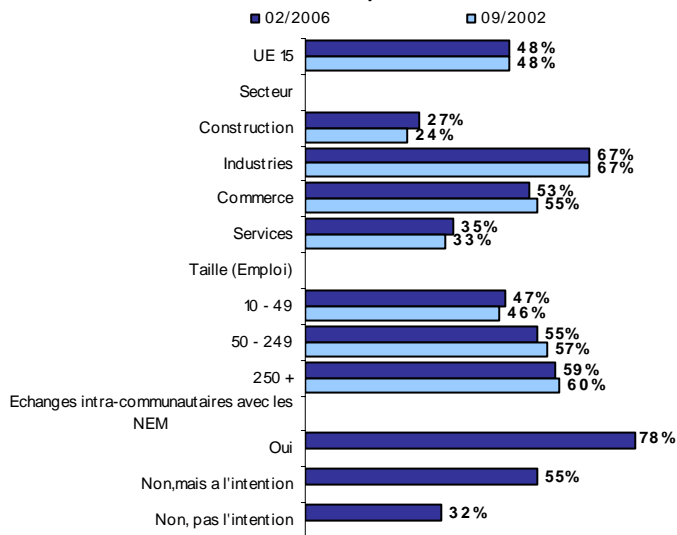
Une majorité relative de dirigeants d'entreprises au sein de l'ensemble des quinze anciens Etats membres de l'Union européenne reconnaissent l'impact positif de deux des principes fondateurs du marché unique: l'élimination de la documentation douanière (48%) et l'abolition des contrôles frontaliers (45%).

Près d'un tiers de ces dirigeants estiment que les procédures de TVA pour des ventes intracommunautaires ont eu un impact positif sur les activités de leur entreprise. Pour toutes les autres mesures du marché unique testées, une majorité indique qu'elles n'ont pas eu d'impact.

## 1.1 L'élimination de la documentation douanière

L'élimination de la documentation douanière est reconnue par 48% des dirigeants d'entreprise comme ayant un impact positif sur les activités de leur entreprise, ce qui constitue un résultat identique à celui enregistré il y a trois ans et demi. Comme en 2002, 3% seulement jugent que l'impact a été négatif.

L'élimination de la documentation douanière  
% Un effet positif



Pas moins des deux tiers des dirigeants d'entreprises travaillant dans l'industrie confirment l'impact positif de l'élimination de la documentation douanière sur les activités de leur entreprise. Dans les entreprises du secteur commercial, l'impact a également été perçu comme positif par une proportion élevée des répondants de ce secteur (53%; -2 points).

Les grandes entreprises et les entreprises de taille moyenne devraient profiter davantage de cette mesure que les entreprises plus modestes. Les entreprises exportant vers les nouveaux Etats membres bénéficient logiquement de l'élimination de la documentation douanière.

## 1.2 L'abolition des contrôles frontaliers

L'abolition des contrôles frontaliers suit de près l'élimination de la documentation douanière en termes de nombre moyen de dirigeants d'entreprises des quinze anciens Etats membres de l'Union européenne reconnaissant l'impact positif de cette mesure sur les activités de leur entreprise: c'est l'avis de 45% d'entre eux, alors qu'à peine 4% affirment que cette mesure a eu un impact négatif.

Comme nous pouvions nous y attendre, c'est le même type d'entreprise qui ressent positivement l'élimination de la documentation douanière et qui bénéficie de l'abolition des contrôles frontaliers.

## 1.3 Les procédures de TVA pour des ventes intra-communautaires

Les procédures de TVA sur les ventes intra-communautaires sont perçues favorablement en termes d'impact sur les activités de leur entreprise par près d'un tiers des dirigeants interrogés. Même si ce résultat est quelque peu inférieur à celui des mesures antérieures, cet aspect se classe au troisième rang des mesures jugées positivement.

L'examen des résultats en fonction de la catégorie d'entreprise montre la même tendance que celle observée pour les mesures précédentes.

## 1.4 Les normes appliquées aux produits européens

30% (-3 points) des dirigeants d'entreprise reconnaissent l'impact positif des normes appliquées aux produits européens sur les activités de leur entreprise. Un dirigeant sur deux affirme que ces normes n'ont pas affecté les activités de leur

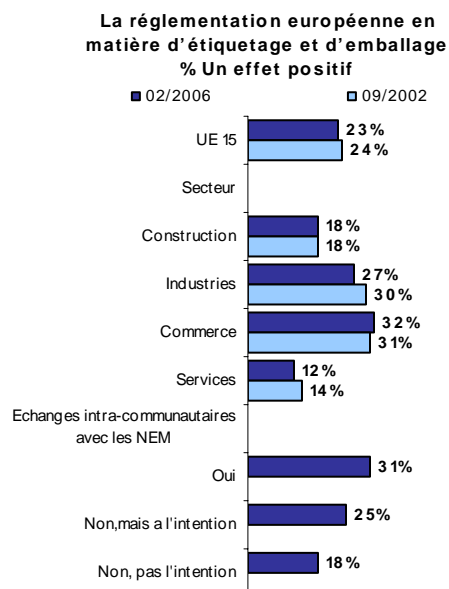
entreprise, tandis que 10% (+2 points) affirment au contraire que l'impact sur leurs activités a été négatif.

### 1.5 La libéralisation des mouvements de capitaux

Tout comme en 2002, un dirigeant d'entreprise sur quatre estime que cette libre circulation des capitaux a eu un impact positif sur les activités de leur entreprise. Seuls 4% jugent que cette mesure a eu un impact négatif pour leur entreprise.

### 1.6 La réglementation européenne en matière d'emballage et d'étiquetage

La réglementation en matière d'étiquetage et d'emballage est considérée comme exerçant un impact positif sur les activités de l'entreprise par près d'un dirigeant d'entreprise sur quatre, ce qui constitue un résultat similaire à celui observé en 2002.



L'impact de la réglementation européenne en matière d'étiquetage et d'emballage apparaît comme le plus positif pour les activités des entreprises du secteur du commerce.

Les entreprises qui font du commerce avec les nouveaux Etats membres sont également les plus nombreuses à avoir bénéficié de cette mesure.

### 1.7 La réglementation européenne des marchés publics

La majorité des dirigeants estiment qu'au sein du marché unique, l'activité des entreprises n'est pas encore affectée par la réglementation européenne des marchés publics. 57% (soit une progression de 3 points) jugent qu'elle n'a eu aucun impact sur les activités de leur entreprise. L'opinion est également divisée entre les appréciations positives et négatives de l'impact de cette mesure (12% dans les deux cas).

La communication publiée par la Commission en 1998<sup>2</sup> visait particulièrement la participation des PME aux appels d'offres. Nous constatons cependant que la réglementation européenne des marchés publics n'a eu un impact positif que pour 12% des petites entreprises et 15% des entreprises de taille moyenne, contre 21% pour les grandes entreprises.

<sup>2</sup> Intitulée "Les marchés publics dans l'Union européenne". Elle suggère des pistes et des moyens pour améliorer les procédures d'adjudication.

## **1.8 La réglementation pour l'établissement d'une entreprise dans d'autres pays de l'Union européenne**

Les résultats montrent qu'il existe une considérable marge de progression en ce qui concerne les règles pour l'établissement d'une entreprise dans d'autres Etats membres. A peine 12% des répondants considèrent qu'elles ont eu un impact positif sur les activités de leur entreprise – soit le résultat le plus faible des huit mesures testées. Ce résultat est identique à celui obtenu en 2002.

Au niveau des pays, les dirigeants d'entreprises portugais sont les plus nombreux à admettre que leur entreprise a bénéficié des règles du marché unique. Les dirigeants d'entreprises irlandais, grecs et luxembourgeois se distinguent également par leur appréciation positive des mesures du marché unique. En revanche, le Royaume-Uni se situe parmi les résultats les plus faibles en termes de perception positive des mesures du marché unique abordées dans cette question.

Les résultats montrent que dans la plupart des pays, l'élimination de la documentation douanière et la suppression des contrôles frontaliers ont eu l'impact le plus favorable sur les activités des entreprises.

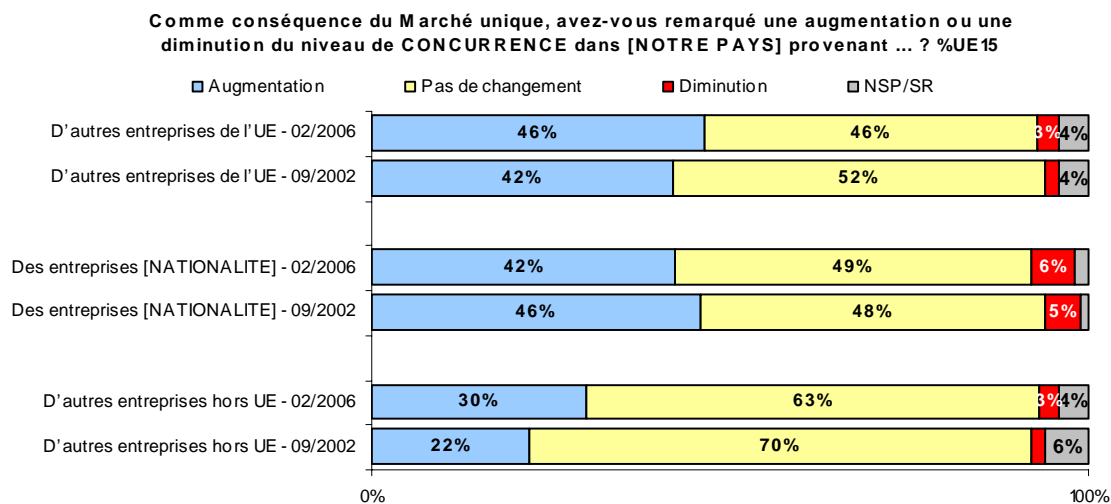
De manière générale, les entreprises industrielles ont davantage bénéficié des mesures du marché unique testées. On trouve toutefois une exception à ce phénomène pour les "normes européennes sur les produits" et les "règles communautaires d'étiquetage et d'emballage", pour lesquelles un nombre proportionnellement plus élevé de dirigeants d'entreprises du secteur du commerce jugent que ces mesures ont eu un impact favorable sur leur entreprise. "La réglementation européennes des marchés publics" a eu l'impact positif le plus net sur les entreprises du secteur de la construction.

Les grandes entreprises ont systématiquement bénéficié davantage que les entreprises de taille plus modeste de chacune des mesures du marché unique abordées dans la question. Enfin, assez logiquement, les entreprises qui font du commerce avec les nouveaux Etats membres ont elles aussi bénéficié davantage des mesures du marché unique, comparativement à leurs concurrents qui n'ont pas encore exploité ce marché.

## 2. Effets des mesures du marché unique

### 2.1. L'impact sur le niveau de concurrence

- La concurrence s'est intensifiée dans l'ensemble du marché unique -



Pour près de la moitié des entreprises, si l'on se base sur les résultats moyens pour les quinze anciens Etats membres, c'est comme si le marché unique n'avait pas eu d'impact sur l'intensité de la concurrence des entreprises nationales ou des entreprises d'autres pays de l'Union européenne. Ce chiffre monte jusqu'à 63% s'agissant de la concurrence exercée par des entreprises extérieures à l'Union européenne. Pour évaluer l'impact du marché unique sur la concurrence, on utilise une méthode qui consiste à convertir chaque item en « score d'impact ».<sup>3</sup>

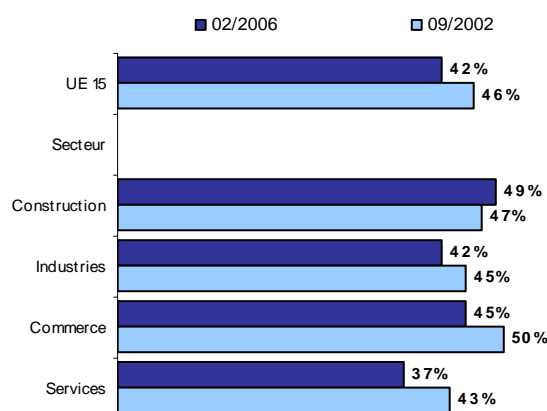
	Autres entreprises de l'Union européenne	Entreprises nationales	Entreprises hors UE
Concurrence (02/2006)	43 points	36 points	27 points
Concurrence (09/2002)	40 points	41 points	20 points

On constate nettement la perception d'un niveau accru de concurrence de la part des **autres entreprises de l'Union européenne** (avec un résultat de 43 points). De même, on observe la perception d'une hausse de la concurrence de la part des **entreprises nationales** (avec un résultat de 36 points). 30% seulement des dirigeants d'entreprise (+8 points) estiment que les **entreprises hors UE** ont entraîné une augmentation de la concurrence. Cependant, même si c'est à un degré moindre comparativement à celle des entreprises nationales et des autres entreprises de l'Union européenne, les dirigeants interrogés ressentent une augmentation de la concurrence de la part des entreprises hors de l'Union européenne (avec un résultat de 27 points)

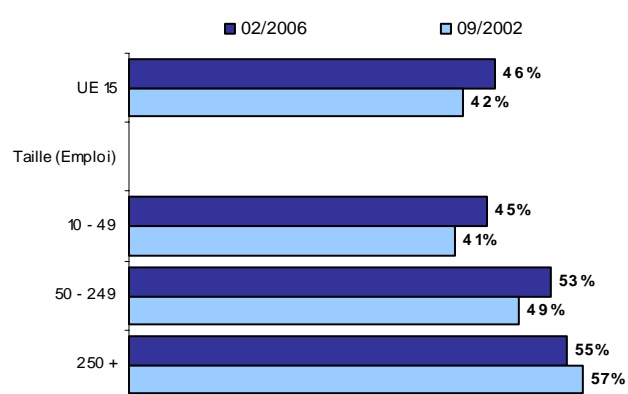
Les entreprises du secteur de la construction ont été plus exposées que celles des autres secteurs à une augmentation de la concurrence des **entreprises nationales**.

<sup>3</sup> Mode de calcul: on soustrait les pourcentages de "A diminué" des pourcentages de "A augmenté", sans tenir compte des pourcentages de "N'a pas changé".

Q3 a. Comme conséquence du Marché unique, avez-vous remarqué une augmentation ou une diminution du niveau de CONCURRENCE dans [NOTRE PAYS] provenant des entreprises [NATIONALITE] ?  
% Augmentation



Q3 b. Comme conséquence du Marché unique, avez-vous remarqué une augmentation ou une diminution du niveau de CONCURRENCE dans [NOTRE PAYS] provenant D'autres entreprises de l'UE ?  
% Augmentation



Quant à la concurrence émanant d'**autres entreprises de l'Union européenne**, nous constatons que les grandes ou moyennes entreprises ont davantage tendance à la percevoir.

## 2.2. L'influence sur la stratégie de l'entreprise

*- Quatre dirigeants d'entreprise sur dix considèrent que l'impact du marché unique sur leur politique des prix est significatif -*

Pour donner une vue d'ensemble de l'influence des facteurs liés à la stratégie de l'entreprise au niveau des quinze anciens Etats membres, nous avons converti les résultats de la perception de l'influence du marché Unique sur différents aspects de la stratégie d'entreprise en un index calculé comme suit: - très important = 100, plutôt important = 66.7, plutôt pas important = 33.3, pas important du tout = 0.

Pour chacun des domaines suivants, l'influence du marché unique de l'Union européenne sur la stratégie de votre entreprise a-t-elle été: très importante, plutôt importante, plutôt pas importante ou pas importante du tout?					
	Indice	Très importante	Plutôt importante	Plutôt pas importante	Pas importante du tout
Prix de vos produits ou services	41	15%	24%	19%	34%
Achat dans d'autres pays de l'Union européenne	38	11%	24%	18%	35%
Vente directe à d'autres pays de l'Union européenne	33	10%	18%	13%	41%
Distribution dans d'autres pays de l'Union européenne	32	10%	18%	14%	40%
La stratégie marketing	29	8%	18%	20%	45%
Les accords de co-opération avec des entreprises d'autres pays de l'Union européenne	29	8%	16%	15%	42%
Offrir des services dans d'autres pays de l'Union européenne	27	6%	15%	16%	43%
Etablissement d'entreprises dans d'autres pays de l'Union européenne	18	4%	8%	11%	51%
Investissement dans d'autres sociétés d'autres pays de l'Union européenne	16	4%	7%	10%	53%
Investissement de sociétés d'autres pays de l'Union européenne dans votre entreprise	14	3%	6%	10%	54%

39% (+3 points) des dirigeants d'entreprise déclarent que l'influence du marché unique a été importante sur leur **stratégie en matière de prix**, alors que 53% ne la jugent pas importante (l'indice moyen se monte à 41).

Pour 35% des dirigeants d'entreprise interrogés, les **achats dans d'autres pays de l'Union européenne** sont un autre aspect de la stratégie de l'entreprise qui a été fortement influencé par le marché unique.

Cinq zones principalement liées à la vente et à la distribution se suivent ensuite avec des indices moyens assez proches (de 33 à 27). 29% des dirigeants d'entreprise déclarent que le marché unique a eu une influence importante sur les possibilités de **vente directe à d'autres pays de l'Union européenne**. 27% jugent qu'il a influencé leur politique de **distribution dans d'autres pays de l'Union européenne**.

26% des dirigeants d'entreprise déclarent que le marché unique a joué un rôle important dans le développement de leur **stratégie de marketing**. Un dirigeant d'entreprise sur quatre a profité de la possibilité de conclure des **accords de coopération avec des entreprises d'autres pays de l'Union européenne**. Pour un dirigeant d'entreprise sur cinq, le marché unique a donné plus de possibilités d'**offrir des services dans d'autres pays de l'Union européenne**.

Les trois derniers domaines concernent **l'établissement d'entreprises** dans d'autres Etats membres et **la stratégie d'investissement** (que ce soit celui que ces entreprises font dans d'autres entreprises de l'UE, ou celui que ces dernières font dans l'entreprise de la personne interviewée). Entre 9 et 12% des chefs d'entreprises confirment que le marché unique a influencé ces aspects de la stratégie de leur entreprise.

Les chefs d'entreprise dans l'industrie ont généralement tendance à penser que le marché unique a exercé une influence importante dans les divers secteurs de la stratégie de leur entreprise.

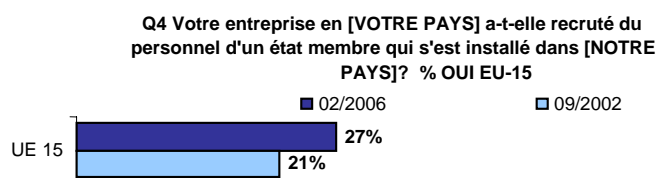
De même, la stratégie des entreprises de moyenne dimension et des grandes entreprises a été davantage influencée par le marché unique que celle des plus petites entreprises.

Les stratégies des entreprises qui se livrent à des exportations vers les nouveaux Etats membres subissent nettement plus l'influence du marché unique dans tous les domaines abordés par cette question.

### 2.3. Le recrutement dans d'autres Etats membres

- Plus d'une entreprise sur quatre dans les quinze anciens Etats membres a déjà recruté du personnel dans un autre Etat membre -

L'analyse de cette question a une valeur particulière compte tenu du fait que 2006 a été désignée comme "l'Année européenne de la mobilité des travailleurs". Par rapport à 2002, les employeurs ont été plus actifs pour recruter du personnel dans un autre Etat membre: 27% (+6 points) des dirigeants d'entreprise confirment qu'ils ont recruté du personnel provenant d'un autre Etat membre.



Comme en 2002, deux pays se détachent particulièrement: l'Irlande avec 56% (+12 points) et le Luxembourg avec 66% (-14 points). Il est bon de rappeler que ces deux pays possèdent le PIB par habitant le plus élevé dans les quinze anciens Etats membres en termes de parité de pouvoir d'achat.<sup>4</sup> Il faut aussi se rappeler que l'Irlande (tout comme le Royaume-Uni et la Suède) n'a pas appliqué de restrictions à l'arrivée de travailleurs venant des dix nouveaux Etats membres. Comme en 2002, les entreprises du secteur des services et les grandes entreprises sont plus enclines à recruter du personnel d'un autre pays de l'Union européenne.

Les dirigeants d'entreprise qui n'avaient pas recruté de personnel provenant d'un autre Etat membre ont été invités à donner les deux principales raisons pour lesquelles ils ne l'avaient pas fait.<sup>5</sup>

Le principal facteur mis en avant par les dirigeants d'entreprise pour expliquer qu'ils n'ont pas recruté de personnel venant d'autres pays de l'EU est cité de manière spontanée par 36% des interviewés (soit un recul de 9 points depuis 2002) : ils considèrent que le marché de l'emploi local ou national est suffisant. 15% des dirigeants d'entreprise (+2 points depuis 2002) n'ont pas recruté de personnel d'un autre Etat membre en raison des **faibles performances linguistiques des candidats**.

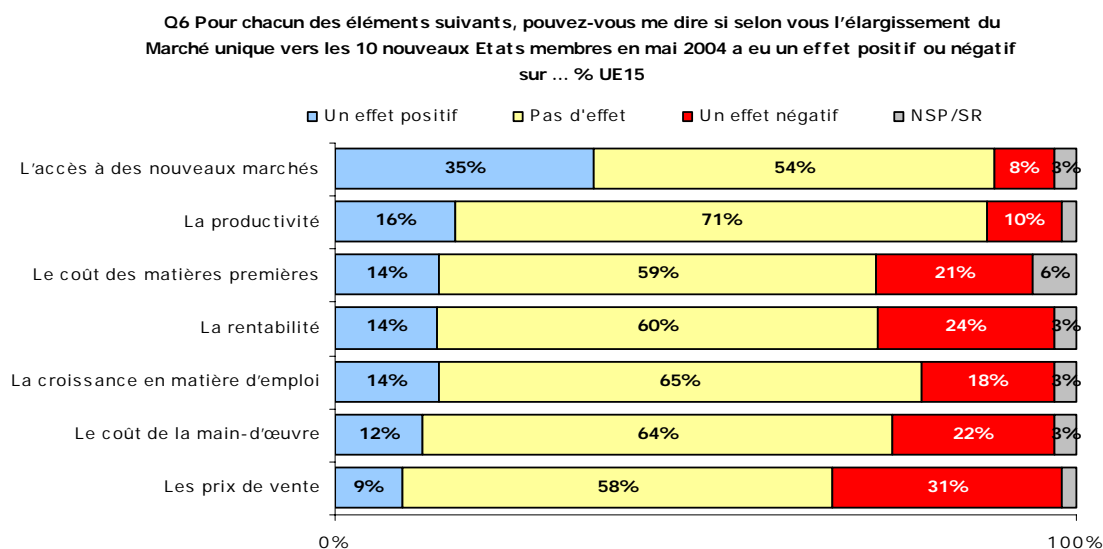
En ce qui concerne **le manque d'information sur les moyens de recruter du personnel provenant d'autres Etats membres** et **la difficulté d'évaluer l'expérience professionnelle ou les qualifications** (tous deux 13%), nous constatons qu'une proportion significative des dirigeants d'entreprise se trouveraient dans une meilleure position pour recruter du personnel d'un autre Etat membre s'ils obtenaient des informations générales sur les modalités du recrutement de ce personnel ainsi qu'un guide de référence permettant de comparer les qualifications entre Etats membres.

<sup>4</sup> PIB par habitant en PPA pour 2004, Eurostat.

<sup>5</sup> Un item complémentaire portant sur "les mesures transitoires mises en place vis-à-vis des travailleurs des nouveaux Etats membres" a été intégré dans la dernière vague de cette étude.

## 2.4. L'impact de l'élargissement sur les activités

- Les dirigeants d'entreprises sont plus positifs sur les opportunités créées par l'élargissement en termes d'accès à de nouveaux marchés et, dans une moindre mesure, d'amélioration de la productivité que pour les autres aspects testés, sur lesquels l'impact perçu tend à être négatif -



Comme une majorité de répondants considèrent que le dernier élargissement n'a pas eu d'impact sur le marché unique, nous avons décidé d'évaluer la différence entre les résultats "positifs" et "négatifs" afin d'obtenir un "score d'impact" comme précédemment.

	Score d'impact
L'accès à des nouveaux marchés	27 points
La productivité	6 points
La croissance en matière d'emploi	-4 points
Le coût des matières premières	-7 points
La rentabilité	-10 points
Le coût de la main-d'œuvre	-10 points
Les prix de vente	-22 points

Ces "scores d'impact" montrent que les dirigeants d'entreprise reconnaissent que l'élargissement du marché unique à 74,1 millions de consommateurs supplémentaires a eu un impact positif sur l'accès à de nouveaux marchés. Le solde est également favorable en matière de productivité.

En revanche, quand il est question de la croissance de l'emploi, du coût des matières premières, de la rentabilité, du coût de la main-d'œuvre et des prix de vente, les dirigeants d'entreprise qui jugent que l'impact a été négatif sont plus nombreux que ceux qui ont l'opinion inverse.

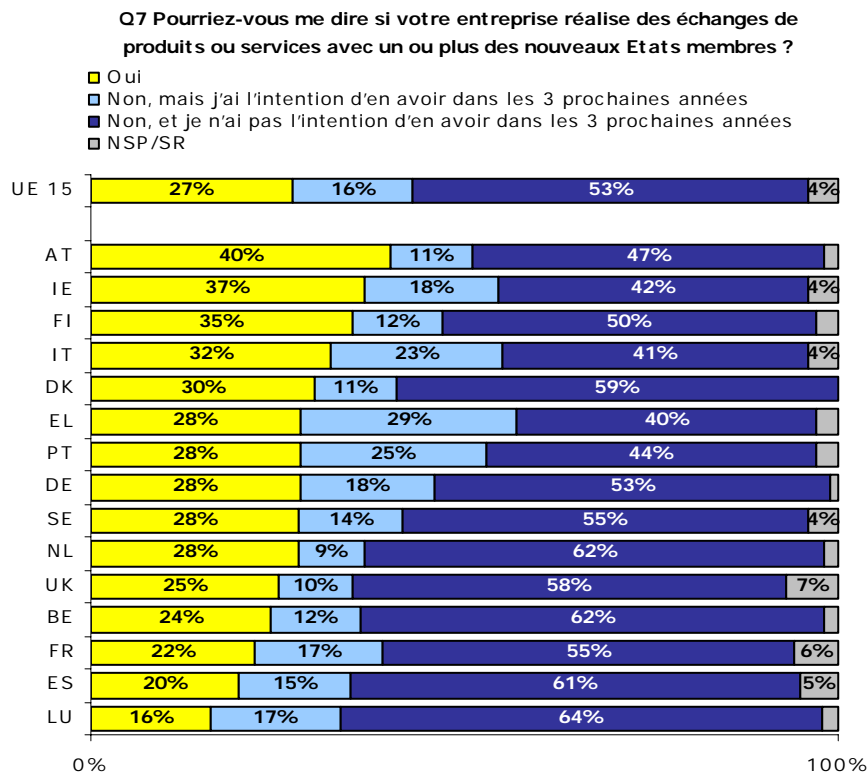
Les dirigeants de grandes entreprises, d'entreprises opérant dans le secteur industriel ou, comme on pouvait s'y attendre, d'entreprises qui réalisent des échanges avec les nouveaux Etats membres sont les plus nombreux à considérer que l'élargissement du marché unique à ces dix nouveaux pays a donné à leur entreprise l'opportunité d'accéder à de nouveaux marchés.

Les grandes entreprises sont les plus positives à propos de l'impact de l'élargissement du marché unique en mai 2004 en termes d'accès à de nouveaux marchés, de productivité, de coût des matières premières, de croissance de l'emploi et de coût de la main-d'œuvre.

## 2.5. L'impact de l'élargissement sur les échanges

- Une entreprise sur quatre réalise fait déjà du commerce avec les nouveaux Etats membres: les grandes entreprises du secteur industriel sont les plus enclines à exploiter ce marché -

Un dirigeant d'entreprise sur quatre réalise des échanges de produits ou de services avec les nouveaux Etats membres.<sup>6</sup> 16% comptent faire de même au cours des trois prochaines années alors qu'un répondant sur deux ne compte pas exploiter ce marché à brève échéance.



Géographiquement, l'Autriche est l'un des Etats membres les plus proches des nouveaux Etats membres et dans ce pays, deux dirigeants d'entreprise sur cinq confirment qu'ils réalisent des échanges de produits ou de services avec ces pays. L'Irlande, située au contraire à la périphérie occidentale de l'Union européenne, suit, avec 37% des entreprises qui réalisent des échanges de produits ou de services avec les nouveaux Etats membres; au troisième rang, on trouve la Finlande avec 35%.

Dans la plupart des autres pays, entre 20% et 30% des répondants indiquent que leur entreprise réalise des échanges avec les nouveaux Etats membres. Les entreprises du Luxembourg sont les moins enclines à réaliser des échanges avec les pays ayant le plus récemment rejoint l'Union européenne.

Les entreprises industrielles sont nettement plus favorables au commerce avec les nouveaux Etats membres que celles des autres secteurs d'activité.

Les grandes entreprises ont également plus tendance que les PME à réaliser des échanges avec les pays ayant récemment rejoint l'Union européenne.

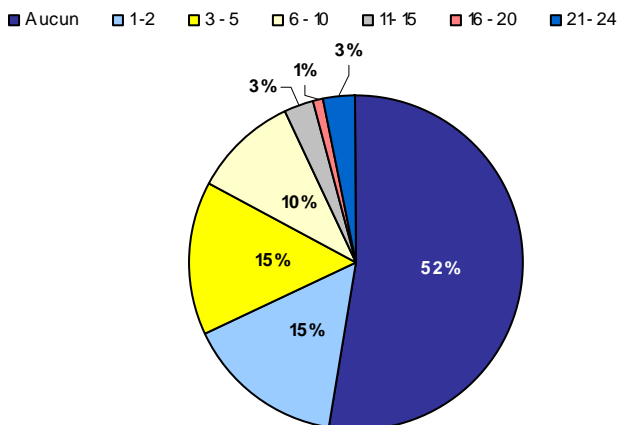
<sup>6</sup> Nous avons regroupé les deux options positives: "oui, depuis moins de deux ans" (7%) et "oui, depuis plus de deux ans" (19%).

## 2.6. Les obstacles aux échanges au sein du marché unique dans son ensemble

- Des efforts supplémentaires sont nécessaires pour promouvoir davantage le commerce intracommunautaire -

Les résultats de la question A3 montrent que 52% des entreprises n'exportent actuellement pas vers d'autres Etats membres.

**A3 Dans combien de pays de l'Union européenne vendez-vous régulièrement des produits ou des services, en dehors de [NOTRE PAYS] ? %UE15**



**Q9 Quelles sont les raisons principales pour lesquelles votre entreprise n'exporte pas aux autres pays du Marché unique ? (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES) % UE15 (BASE: 2257 répondants)**



Dans cette section, nous examinerons les raisons possibles qui expliquent pourquoi ces entreprises ne tirent pas parti du marché unique.<sup>7</sup> Le graphique ci-dessus montre que pour 62% des entreprises qui ne vendent pas de produits ou de services à d'autres pays de l'Union européenne (+12 points), la demande locale est perçue comme suffisante et que par conséquent, il n'est pas nécessaire d'exporter vers d'autres Etats membres. Un autre aspect assez largement évoqué est le fait que les produits ne sont pas adaptés pour l'exportation, puisque 43% des dirigeants d'entreprise qui n'exportent pas mentionnent cet aspect, ce qui constitue un résultat très proche à celui observé en 2002.

Il faut souligner le fait que 30% des entreprises qui n'exportent pas au sein de l'Union européenne (+9 points) n'ont pas encore envisagé la possibilité de le faire. 14% (+2 points) sont empêchées d'exporter au sein du marché unique par des raisons financières. 13% (+3 points) indiquent qu'elles aimeraient exporter mais qu'elles craignent de rencontrer des obstacles. 11% (+2 points) confirment explicitement qu'elles aimeraient exporter mais qu'elles ont besoin de plus d'information. Ces résultats démontrent le potentiel de progression du commerce intracommunautaire.

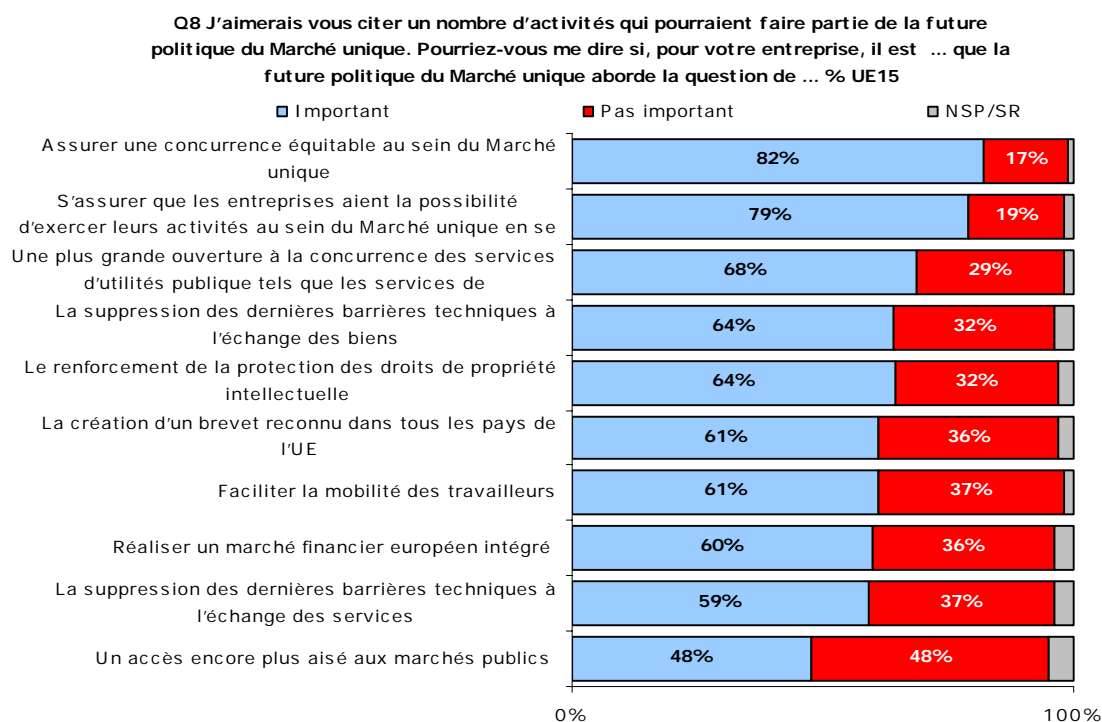
Dans la plupart des pays, la principale raison avancée par les dirigeants d'entreprise pour ne pas exporter dans d'autres pays au sein du marché unique est que **la demande locale est suffisante**. Les seules exceptions à cet égard sont la Belgique et le Portugal où une majorité relative des répondants indiquent que leurs produits ne sont pas adaptés à l'exportation.

<sup>7</sup> Cette question a été posée à tous les répondants ayant répondu "aucun" à la question A3 "Dans combien de pays de l'Union européenne vendez-vous régulièrement des produits ou des services, en dehors de [NOTRE PAYS]?"

### 3. L'avenir du marché unique

#### 3.1. Les activités à inclure dans la future politique du marché unique

- La garantie d'une concurrence équitable et l'existence d'un ensemble unique de règles continuent d'être identifiées comme des domaines d'action prioritaires pour la future politique du marché unique -



Comme nous l'avons vu précédemment, les entreprises ont été soumises à une concurrence croissante sous diverses formes. Dans cette perspective, 82% des chefs d'entreprise privilégient le fait **d'assurer une concurrence équitable**, un domaine qui est en fait lié à l'établissement d'une réglementation commune. Les chefs d'entreprise pensent qu'une concurrence loyale doit continuer d'être une priorité essentielle pour les décideurs de l'Union européenne.

79% des dirigeants d'entreprise considèrent qu'un des domaines essentiels à privilégier par les futures responsables de la politique communautaire devrait être **d'établir une seule réglementation** comme base des activités des entreprises plutôt que des réglementations distinctes dans chaque Etat membre.

Ensuite, 68% des chefs d'entreprise sont favorables à **une plus grande ouverture à la concurrence des services d'utilité publique**.

Près de deux dirigeants d'entreprise sur trois sont convaincus de l'importance de la **suppression des dernières barrières techniques à l'échange des biens**, tandis qu'ils sont 59% à juger important de **supprimer les dernières barrières techniques à l'échange des services**<sup>8</sup>.

La directive relative au respect des droits de propriété intellectuelle<sup>9</sup> a été adoptée en avril 2004 et le délai de transposition a été fixé à avril 2006. Etant donné que la

<sup>8</sup> Dans l'enquête précédente, en 2002, ces points étaient réunis sous la formulation: "suppression des obstacles techniques aux échanges de biens et de services".

<sup>9</sup> Directive 2004/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004

date de mise en œuvre de cette directive est postérieure à la collecte des données pour cette étude, les perceptions des effets de cette nouvelle législation ne pourront être évaluées que plus tard. Ce que la présente étude nous apprend, c'est que 64% des chefs d'entreprise apportent leur soutien à l'idée de privilégier le renforcement des droits de la propriété intellectuelle.

A la suite du Conseil européen de Lisbonne en mars 2000, la Commission avait présenté le 1<sup>er</sup> août 2000 une proposition de régulation des brevets européens par le Conseil. L'entrée en vigueur effective du système de brevet européen exige l'adoption de ce règlement par le Conseil, qui bloque pour l'instant le processus.<sup>10</sup> Le monde de l'entreprise au sein des quinze anciens Etats membres est clairement favorable à ce règlement: 61% des chefs d'entreprise voient dans la création d'un brevet valable dans tous les pays européens une question importante qui doit être réglée.

Les dirigeants d'entreprise sont également fermement convaincus que la politique future du marché unique devrait faciliter la mobilité des travailleurs (61%). Nous avons vu précédemment que seulement 27% des dirigeants d'entreprise ont recruté du personnel provenant d'un autre Etat membre, ce qui suggère qu'il existe une marge de progression considérable pour accroître la mobilité des travailleurs.

Comme en 2002, le domaine auquel les chefs d'entreprise attachent le moins d'importance pour la future politique du marché unique est l'accès encore plus aisé aux marchés publics. Comme le montrent les résultats, c'est le seul domaine dont une minorité seulement de dirigeants d'entreprise considèrent qu'il est suffisamment important pour que la future politique du marché unique le privilégie.

Au niveau des pays, il est intéressant de souligner que les entreprises de trois pays méditerranéens (Grèce, Portugal et Italie) se détachent en ce qui concerne l'importance qu'elles attachent à toutes les activités que la future politique du marché unique pourrait couvrir.

Quant au secteur d'activité de l'entreprise, dans l'ensemble, celles qui travaillent dans l'industrie et celles qui ont l'intention de faire du commerce avec les nouveaux Etats membres sont les plus convaincues de l'importance de chacun des domaines d'action testés.

---

<sup>10</sup> [http://ec.europa.eu/internal\\_market/indprop/patent/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/patent/index_en.htm)

## CONCLUSION

Treize ans après l'instauration du marché unique, **les entreprises des quinze anciens Etats membres ont généralement une expérience positive du marché unique.** La suppression des tâches administratives associées aux contrôles douaniers est particulièrement appréciée. Globalement, les entreprises de l'industrie et les grandes entreprises sont celles qui ont le plus bénéficié des mesures du marché unique.

46% des dirigeants d'entreprise affirment que la concurrence émanant d'autres entreprises de l'Union européenne s'est accrue en raison du marché unique. Les entreprises du Portugal, d'Irlande, de Belgique et du Luxembourg semblent avoir été plus affectées à cet égard que leurs homologues des autres Etats membres. Deux dirigeants d'entreprise sur cinq reconnaissent que le marché unique a exercé une influence importante sur la stratégie de leur entreprise en matière de prix.

Les résultats suggèrent que **certains obstacles subsistent encore** plus d'une décennie après le lancement du marché unique. En cette Année européenne de la mobilité des travailleurs, la proportion des entreprises recrutant de la main-d'œuvre provenant d'autres Etats membres est de 27%. Le Luxembourg et l'Irlande se distinguent en recrutant plus que les autres des citoyens des différents Etats membres. **Améliorer les compétences linguistiques et pallier le manque apparent d'information sur le recrutement et sur l'équivalence des qualifications** semblent être les meilleurs moyens de faciliter la **mobilité des travailleurs.**

La majorité des dirigeants d'entreprise considèrent que l'élargissement n'a pas eu d'impact sur les activités de leur entreprise. Toutefois, lorsqu'on compare les impacts positifs et négatifs perçus, **l'accès à de nouveaux marchés est de loin le principal avantage que les dirigeants d'entreprise attribuent à l'élargissement du marché unique aux dix nouveaux Etats membres.** Les dirigeants d'entreprise qui jugent que l'élargissement a eu un impact favorable sur la productivité sont plus nombreux que ceux qui sont d'un avis opposé. En revanche, concernant l'impact sur l'emploi, les salaires, les coûts des matières premières, la rentabilité et les prix de vente, les jugements négatifs sont majoritaires.

Même si l'accès à de nouveaux marchés est considéré par les dirigeants d'entreprise comme l'un des aspects le plus positif de l'élargissement du marché unique, les résultats montrent que près de deux ans après cet élargissement, **à peine une entreprise sur quatre réalise des échanges de biens ou de services avec les nouveaux Etats membres.** Les grandes entreprises et les entreprises du secteur de l'industrie sont les plus nombreuses à avoir exploité ces marchés. On constate également que les entreprises qui réalisent des échanges avec les nouveaux Etats membres semblent avoir davantage tiré parti du marché unique que celles qui n'ont pas encore exploité cette base de clients potentiels.

Moins d'une entreprise sur deux déclare vendre régulièrement des produits ou des services à d'autres Etats membres de l'Union européenne. La principale raison invoquée par les dirigeants des entreprises qui ne réalisent pas d'échanges avec les autres Etats membres est que la demande locale est suffisante. Les résultats montrent cependant qu'une proportion significative n'ont pas encore envisagé cette possibilité (30%), aimeraient le faire mais craignent de rencontrer des obstacles (13%) ou aimeraient exporter mais auraient besoin de plus d'information (11%), démontrant ainsi l'existence d'un **potentiel réel de progression du commerce intracommunautaire.**

Les résultats de cette étude révèlent enfin qu'une **large majorité des dirigeants d'entreprise souhaiteraient une plus grande harmonisation** de la réglementation et demandent davantage de libéralisation des services publics et un renforcement de la protection des droits de propriété intellectuelle. Si l'intensification de la concurrence est très certainement une conséquence du marché unique, le fait d'assurer une concurrence équitable est considéré par les dirigeants d'entreprise comme de la plus haute importance pour la future politique du marché unique. Le marché unique est un "acquis" qui doit être développé continuellement.



# **SPECIFICATIONS TECHNIQUES**



## Réalisation de ce sondage

Ce sondage téléphonique FLASH EUROBAROMETRE 180 : « Le Marché Intérieur » a été réalisé pour la DG Marché intérieur et services de la Commission Européenne.

Il s'agit d'un FLASH EUROBAROMETRE CIBLES SPECIFIQUES « ENTERPRISE », géré et organisé par la Direction Générale COMMUNICATION, Unité Analyse de l'opinion publique et des médias.

Les interviews ont été réalisées entre le 25 janvier et le 23 février 2006 par les instituts EOS GALLUP EUROPE dont la liste suit:

Belgique	BE	TNS DIMARSO - BRUXELLES
Danemark	DK	TNS GALLUP - KOBENHAVN
Allemagne	DE	TNS EMNID - BIELEFELD
Grèce	EL	TNS ICAP - ATHENS
Espagne	ES	TNS DEMOSCOPIA - MADRID
France	FR	TNS SOFRES - MONTROUGE
Irlande	IE	IRISH MKTG SURVEYS - DUBLIN
Italie	IT	DOXA - MILANO
Luxembourg	LU	TNS ILReS - LUXEMBOURG
Pays-Bas	NL	TNS NIPO - AMSTERDAM
Autriche	AT	ÖSTERREICHISCHES GALLUP-VIENNA
Portugal	PT	TNS EUROTESTE - LISBOA
Finlande	FI	TNS SUOMEN GALLUP - ESPOO
Suède	SE	TNS SVENSKA GALLUP - STOCKHOLM
Royaume Uni	UK	ICM - LONDON

## Conducting this survey

This telephone survey FLASH EUROBAROMETER 180: "The Internal Market" was conducted on behalf of the DG Internal Market and Services of the European Commission.

It is a SPECIFIC TARGET "BUSINESSES" FLASH EUROBAROMETER SURVEY, organised and managed by the Directorate-General COMMUNICATION, Unit Public Opinion and Media Monitoring.

The interviews were conducted between 25 January and 23 February 2006 by these EOS GALLUP EUROPE institutes:

(Interviews : 27/01/2006 – 15/02/2006)	Belgium
(Interviews : 25/01/2006 – 09/02/2006)	Denmark
(Interviews : 30/01/2006 – 20/02/2006)	Germany
(Interviews : 01/02/2006 – 17/02/2006)	Greece
(Interviews : 26/01/2006 – 17/02/2006)	Spain
(Interviews : 26/01/2006 – 20/02/2006)	France
(Interviews : 26/01/2006 – 22/02/2006)	Ireland
(Interviews : 26/01/2006 – 06/02/2006)	Italy
(Interviews : 26/01/2006 – 10/02/2006)	Luxembourg
(Interviews : 26/01/2006 – 21/02/2006)	Netherlands
(Interviews : 01/02/2006 – 17/02/2006)	Austria
(Interviews : 26/01/2006 – 23/02/2006)	Portugal
(Interviews : 27/01/2006 – 08/02/2006)	Finland
(Interviews : 26/01/2006 – 13/02/2006)	Sweden
(Interviews : 26/01/2006 – 14/02/2006)	United Kingdom

## Représentativité des résultats

La cible de ce Flash Eurobaromètre a été définies par la Commission européenne comme : toutes les entreprises – agriculture, exploitation minière, industrie extractives, hôtels, restaurants et cafés, services personnels et l'administration publique exceptés - qui emploient 10+ personnes et sont installées dans les 15 « anciens » Etats membres de l'Union européenne.

Dun & Bradstreet a préparé les listes des entreprises qualifiées pour répondre en tirant un échantillon de leurs bases de données européennes. Ce tirage a été réalisé selon trois critères : le pays (15 niveaux), la taille des entreprises (3 niveaux : 10-49, 50-249 et 250+ emplois), et le secteur d'activités (4 niveaux : Construction, Industries, Services et Commerce/Distribution).

## Representativeness of the results

The target for this Flash Eurobarometer was defined by the European Commission as: all companies – agriculture, mining, extractive industry, hotels, restaurants, cafés, personal services and public administration excluded - employing 10+ persons, in the 15 "old" Member States of the European Union.

Dun & Bradstreet prepared the lists of companies which were qualified to be interviewed, by drawing a sample from their European databases. This sampling was made according to three criteria: the country (15 levels), the size of the company (3 levels: 10-49, 50-249 and 250+ employees), and the activity sector (4 levels: Construction, Industry, Services and Trade).

Dans chacune des 180 cellules définies par ces critères, le tirage a été réalisé au hasard.

La répartition de l'échantillon total entre les cellules de la grille d'échantillonnage s'est faite d'une manière non proportionnelle à la distribution des entreprises de l'Union européenne des 15: les petits pays ainsi que les grandes entreprises ont été « sur-échantillonnées » de manière à obtenir une base statistique suffisante pour chaque niveau d'analyse, à savoir :

- les 15 « anciens » pays membres
- les trois catégories de tailles d'entreprises
- les quatre secteurs d'activités

Bien sûr au moment du traitement des données chaque cellule de la grille d'échantillonnage a été repondérée de manière à reprendre son poids exact dans l'Union européenne des 15 « anciens » Etats membres. De cette manière les résultats « totaux » ne sont pas biaisés par une éventuelle sur- ou sous-représentation des composantes de l'univers analysé.

Dans chaque entreprise la personne interrogée est un cadre supérieur (de la Direction Générale ; Directeur des Ventes, Direction Marketing, responsable des opérations en Europe ; Direction des Imports/Exports ; Directions Logistique). C'est l'interviewer qui s'assure de l'identité de ce dirigeant, en même temps qu'il contrôle l'exactitude des caractéristiques renseignées par Dun & Bradstreet, à savoir : le nombre de personnes employées et le secteur d'activités.

#### **Tailles des échantillons**

Les tailles d'échantillon vont de 200 à 500 entreprises selon les pays.

Ci-après nous présentons le nombre exact d'interviews réalisées dans chaque pays, et les conséquences de leur re- pondération lors du traitement des données de manière à obtenir des résultats représentatifs à chaque niveau de l'analyse.

Ce tableau descriptif se lit de la manière suivante :

1. Dans la première colonne sont renseignées les fréquences absolues et relatives des interviews effectivement réalisées.
2. Dans la deuxième colonne sont renseignées les fréquences après la pondération faite pour corriger la sur- représentation accordée aux petits pays et aux grandes entreprises. C'est cette pondération qui est utilisée pour présenter les résultats du total (Colonne Total (UE-15) des "Volumes A" et des "Volumes B").

Within each of the 180 cells defined by these criteria, the sampling was made at random.

The total sample was distributed between these sampling "cells" in a way which does not follow the actual distribution of businesses within the European Union of 15: the small countries as well as the larger businesses were intentionally « over-sampled » in order to get significant results for each level of analysis, i.e. :

- the 15 "old" Member States
- the 3 size of business categories
- the 4 activity sectors

Of course, during the data processing, each cell in the cross distribution of the sample was re-weighted up or down according to its real weight within the European Union of the 15 "old" Member States. Thus the total results presented are not affected by over- and under-samplings, and are representative of the total universe examined.

The person interviewed in each company is a top level executive (General Management; Sales, Marketing Management, responsible for operations in Europe; Import/Export Management; Logistics Management). The interviewer checks the identity of this person, at the same time that he/she controls the accuracy of the enterprises characteristics, as delivered by Dun & Bradstreet, namely: the number of employees and the activity sector.

#### **Sizes of the samples**

The sample sizes range from 200 up to 500 businesses, depending on the countries.

Hereafter are presented the exact number of interviews conducted in each country, and the consequences of re-weighting this sample during the data-processing, in order to get representative results at each level of analysis.

This sample description table can be read as follows:

1. The first column shows the absolute and relative frequencies of the interviews as they have been conducted.
2. The second column shows the structure of the sample when the over-sampling of the small countries and large companies has been corrected. This "weighted" sample is used to present the results at the total level (i.e.: the Total column (EU-15) of the "Volumes A" and the "Volumes B").

	Interviews CONDUCTED		Sample WEIGHTED EU15	
<b>TOTAL EU 15</b>	4904	100,00%	4904	100,00%
BELGIQUE	300	6.12%	102	2.07%
DANMARK	200	4.08%	65	1.32%
DEUTSCHLAND	500	10.20%	1533	31.25%
ELLAS	200	4.08%	70	1.42%
ESPANA	500	10.20%	481	9.81%
FRANCE	504	10.28%	605	12.34%
IRELAND	200	4.08%	42	0.86%
ITALIA	500	10.20%	668	13.62%
LUXEMBOURG	200	4.08%	10	0.20%
NEDERLAND	300	6.12%	204	4.17%
OSTERREICH	300	6.12%	117	2.38%
PORTUGAL	200	4.08%	162	3.30%
SUOMI-FINLAND	200	4.08%	48	0.98%
SVERIGE	300	6.12%	93	1.90%
UNITED KINGDOM	500	10.20%	705	14.37%
<b>SECTEUR D'ACTIVITE - ACTIVITY SECTOR</b>				
Industries - Industry	1645	33.54%	1455	29.67%
Construction	597	12.17%	696	14.19%
Commerce - Trade	1275	26.00%	1297	26.46%
Services	1387	28.28%	1456	29.68%
<b>Taille (Emploi) – Size (employment)</b>				
1-9 emplois / 1-9 employees	2807	57.24%	4183	85.30%
10-49 emplois / 10-49 employees	1331	27.14%	586	11.95%
50-249 emplois / 50-249 employees	766	15.62%	135	2.75%

#### Tableaux de résultats

##### \* VOLUME A : PAYS PAR PAYS

Le VOLUME A présente les résultats de l'Union européenne analysés pays par pays. Chaque tableau est complété du TOTAL PONDERE.

##### \* VOLUME B : DESCRIPTIFS DES ENTREPRISES

Le VOLUME B présente les résultats des 15 « anciens » Etats membres de l'Union européenne, pour quelques caractéristiques essentielles des entreprises considérées :

###### Volume B

- Taille de société
- Secteur d'activité
- Echanges intra-communautaires (oui, non mais à l'intention d'en avoir, non et pas l'intention d'en avoir)

##### \* VOLUME C : DESCRIPTIFS DES ENTREPRISES

Idem Volume B, mais pour chaque pays

#### Tables of results

##### \* VOLUME A : COUNTRY BY COUNTRY

The VOLUME A presents the results analysed country by country. Each table shows the WEIGHTED TOTAL.

##### \* VOLUME B : CHARACTERISTICS OF COMPANIES

The VOLUME B presents the results for the 15 "old" Member States of the European Union by company category for the selected enterprises:

###### Volume B

- Company size
- Sector of activity
- Intra EU-trade (yes, no but intend doing so, no and do not intend doing so)

##### \* VOLUME C : CHARACTERISTICS OF COMPANIES

Same as Volume B, but for each country

## Valeur statistique des résultats

Les résultats d'un sondage ne sont jamais valables que dans les limites d'une marge statistique d'échantillonnage. Cette marge est plus ou moins grande, et dépend de trois choses :

1. La taille de l'échantillon (ou de la partie d'échantillon que l'on analyse) : plus le nombre de répondants est grand, plus la marge statistique est petite ;
2. Le résultat lui-même : plus le résultat est proche de 50%, plus la marge statistique est grande ;
3. Le degré de certitude que l'on exige : plus on est sévère, plus la marge statistique est grande.

A titre d'exemple, prenons un cas imaginaire :

1. 500 personnes ont répondu à une question ;
2. Le résultat analysé est de 50 % environ ;
3. On choisit un degré de certitude de 95 % (c'est le niveau le plus utilisé par les statisticiens, et c'est celui adopté pour la table ci-dessus) ;

Dans ce cas illustratif la marge statistique est de : (+/- 4.4%) autour des 50% observés. Et en conclusion : le résultat pour la population totale se situe entre 45.6% et 54.4%.

Nous reproduisons ci-dessous les marges statistiques calculées pour différents échantillons et différents résultats observés, au degré de certitude de 95%.

## MARGES STATISTIQUES D'ECHANTILLONAGE

(AU NIVEAU DE CONFIANCE DE 95 %)

Différentes tailles d'échantillon sont en lignes ;  
Différents résultats observés sont en colonnes :

	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	
n=50	6.0	8.3	9.9	11.1	12.0	12.7	13.2	13.6	13.8	13.9	13.8	13.6	13.2	12.7	12.0	11.1	9.9	8.3	6.0	n=50
n=75	4.9	6.8	8.1	9.1	9.8	10.4	10.8	11.1	11.3	11.3	11.3	11.1	10.8	10.4	9.8	9.1	8.1	6.8	4.9	n=75
n=100	4.3	5.9	7.0	7.8	8.5	8.9	9.3	9.6	9.8	9.8	9.8	9.6	9.3	8.9	8.5	7.8	7.0	5.9	4.3	n=100
n=150	3.5	4.8	5.7	6.4	6.9	7.3	7.6	7.8	8.0	8.0	8.0	7.8	7.6	7.3	6.9	6.4	5.7	4.8	3.5	n=150
n=200	3.0	4.2	4.9	5.5	6.0	6.4	6.6	6.8	6.9	6.9	6.9	6.8	6.6	6.4	6.0	5.5	4.9	4.2	3.0	n=200
n=250	2.7	3.7	4.4	5.0	5.4	5.7	5.9	6.1	6.2	6.2	6.2	6.1	5.9	5.7	5.4	5.0	4.4	3.7	2.7	n=250
n=300	2.5	3.4	4.0	4.5	4.9	5.2	5.4	5.5	5.6	5.7	5.6	5.5	5.4	5.2	4.9	4.5	4.0	3.4	2.5	n=300
n=400	2.1	2.9	3.5	3.9	4.2	4.5	4.7	4.8	4.9	4.9	4.9	4.8	4.7	4.5	4.2	3.9	3.5	2.9	2.1	n=400
n=500	1.9	2.6	3.1	3.5	3.8	4.0	4.2	4.3	4.4	4.4	4.4	4.3	4.2	4.0	3.8	3.5	3.1	2.6	1.9	n=500
n=600	1.7	2.4	2.9	3.2	3.5	3.7	3.8	3.9	4.0	4.0	4.0	3.9	3.8	3.7	3.5	3.2	2.9	2.4	1.7	n=600
n=700	1.6	2.2	2.7	3.0	3.2	3.4	3.5	3.6	3.7	3.7	3.7	3.6	3.5	3.4	3.2	3.0	2.7	2.2	1.6	n=700
n=800	1.5	2.1	2.5	2.8	3.0	3.2	3.3	3.4	3.5	3.5	3.5	3.4	3.3	3.2	3.0	2.8	2.5	2.1	1.5	n=800
n=900	1.4	2.0	2.3	2.6	2.8	3.0	3.1	3.2	3.3	3.3	3.3	3.2	3.1	3.0	2.8	2.6	2.3	2.0	1.4	n=900
n=1000	1.4	1.9	2.2	2.5	2.7	2.8	3.0	3.0	3.1	3.1	3.1	3.0	3.0	2.8	2.7	2.5	2.2	1.9	1.4	n=1000
n=1500	1.1	1.5	1.8	2.0	2.2	2.3	2.4	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.4	2.3	2.2	2.0	1.8	1.5	1.1	n=1500
n=2000	1.0	1.3	1.6	1.8	1.9	2.1	2.1	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.1	2.1	1.9	1.8	1.6	1.3	1.0	n=2000
n=2500	0.9	1.2	1.4	1.6	1.7	1.8	1.9	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.9	1.8	1.7	1.6	1.4	1.2	0.9	n=2500
n=3000	0.8	1.1	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.7	1.6	1.5	1.4	1.3	1.1	0.8	n=3000
n=5000	0.6	0.8	1.0	1.1	1.2	1.3	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.3	1.2	1.1	1.0	0.8	0.6	n=5000
	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	

## Statistical significance of the results

The results in a survey are valid only between the limits of a statistical margin of error caused by the sampling process. This margin of error varies according to three factors:

1. The sample size (or the size of the analyzed part in the sample) : the greater the number of respondents, the smaller the statistical margin of error;
2. The result in itself: the closer the result is to 50%, the wider the statistical margin of error will be ;
3. The desired degree of confidence: the more "strict" we are, the wider the statistical margin of error will be.

As an example, examine this illustrative case:

1. One question has been answered by 500 people;
2. The analysed result is around 50% ;
3. We choose a significance level of 95 % (it is the level most often used by the statisticians, and it is the one chosen for the table here above) ;

In this illustrative case the statistical margin of error is: (+/- 4.4%) around the observed 50%.

And as a conclusion: the result for the whole population lies between 45.6% 54.4 %.

Below we reproduce the statistical margins of error computed for various observed results, on various sample sizes, at the 95% significance level.

## STATISTICAL MARGINS OF ERROR DUE TO THE SAMPLING PROCESS

(AT THE 95 % LEVEL OF CONFIDENCE)

Various sample sizes are in rows;  
Various observed results are in columns:

# **QUESTIONNAIRE**



**A** NUTS Region

(D&B)

**B** SIC or NACE code

(D&B)

**C** Company size

(D&B)

Good afternoon. My name is....and I work for..... We are conducting a survey on behalf of the European Commission. Our objective is to assess senior managers' opinion on the European Union Single Market.

The Single Market has been formally in operation since the 1st of January 1993. Various economic reforms have been introduced since then to make it easier to do business in the European Union. 10 new Member States joined the Union in May 2004.

We would like to have your opinion on the changes in the general business environment.

**A** Région NUTS

(D&B)

**B** Code SIC ou NACE

(D&B)

**C** Nombre de travailleurs

(D&B)

Bonjour. Je m'appelle..... et je travaille pour..... Nous réalisons actuellement une étude pour la Commission européenne. Notre objectif est de connaître les avis des directeurs sur le Marché unique de l'Union européenne.

Le Marché unique fonctionne d'une manière formelle depuis le 1er janvier 1993. Différentes réformes économiques ont été depuis lors introduites pour faciliter le commerce au sein de l'Union européenne. 10 nouveaux Etats membres se sont joints à l'Union en mai 2004.

Nous souhaiterions connaître votre avis sur les changements en général dans l'environnement commercial.

A1 What exactly is your title and your responsibility in the company?

[SPECIFY]

Empty text box for specifying title and responsibility.

[CODE THE MAIN RESPONSABILITIES BELOW – ONE CODE ONLY]

General management	1
Sales, Marketing Management, responsible for operations in Europe	2
Import/ Export Management	3
Logistics Management	4
[Other] [STOP INTERVIEW – INTERVIEW NOT VALID]	5

TREND A1

A1 Quel est votre titre et quelles sont vos responsabilités dans l'entreprise ?

[PRECISER]

Empty text box for specifying title and responsibility.

[CODER LES RESPONSABILITES PRINCIPALES CI-DESSOUS – UN SEUL CODE]

Direction générale	1
Directeur des Ventes, Direction Marketing, responsable des opérations en Europe	2
Direction des Imports/ Exports	3
Direction Logistique	4
[Autres] [STOP INTERVIEW- INTERVIEW PAS VALIDE]	5

TREND A1

A2 How many people are in regular employment within your company in [OUR COUNTRY]?

[IF LESS THAN 10 PEOPLE EMPLOYED: STOP INTERVIEW – INTERVIEW NOT VALID] (M)  
[IF DK/NA: STOP INTERVIEW - INTERVIEW NOT VALID]

Input field for number of people, followed by "people".

TREND MODIFIED A2

A2 Combien de personnes travaillent régulièrement dans votre entreprise en [NOTRE PAYS] ?

[SI MOINS DE 10 PERSONNES EMPLOYEES : STOP INTERVIEW - INTERVIEW PAS VALIDE] (M)  
[SI NSP/SR : STOP INTERVIEW - INTERVIEW PAS VALIDE]

Input field for number of people, followed by "personnes".

TREND MODIFIE A2

A3 Apart from [OUR COUNTRY], in how many countries of the European Union do you regularly sell products or services?

[IF NONE: CODE 98 AND GO TO A5]  
[IF DK/NA: STOP INTERVIEW – INTERVIEW NOT VALID]

Input field for number of countries, followed by "countries".

TREND A3

A3 Dans combien de pays de l'Union européenne vendez-vous régulièrement des produits ou des services, en dehors de [NOTRE PAYS] ?

[SI AUCUN : CODE 98 ET ALLER EN A5]  
[SI NSP/SR : STOP INTERVIEW – INTERVIEW PAS VALIDE]

Input field for number of countries, followed by "pays".

TREND A3

A4 On average, about what percentage of your turnover do you generate from sales with these European Union countries?

[IF DK/NA: INSIST TO GET AN ANSWER AND CODE 999 ONLY AFTER INSISTING]

%

TREND A4

A5 Is your company mainly involved in...?

[READ OUT - ONLY ONE ANSWER]

Construction or civil engineering	1
Production and manufacturing of goods	2
Trade and distribution (wholesale or retail)	3
Transport (of goods or people)	4
Financial services (banking, insurance, brokerage)	5
Business services	6
[None of those cases] [SPECIFY - CHECK EXCLUSIONS]	7

[Agriculture, mining, extractive industry: STOP INTERVIEW - INTERVIEW NOT VALID]

[Hotels/ restaurants/ cafes : STOP INTERVIEW - INTERVIEW NOT VALID]

[Personal services: STOP INTERVIEW - INTERVIEW NOT VALID]

[Public administration: STOP INTERVIEW - INTERVIEW NOT VALID] (N)

[DK/NA: STOP INTERVIEW - INTERVIEW NOT VALID]

TREND MODIFIE A5

A4 En moyenne, environ quel pourcentage de votre chiffre d'affaires réalisez-vous dans ces pays de l'Union européenne ?

[SI NSP/SR : INSISTER AFIN D'AVOIR UNE REPONSE ET CODER 999 SEULEMENT APRES AVOIR INSISTE]

%

TREND A4

A5 Votre entreprise est-t-elle principalement une entreprise ... ?

[LIRE - UNE SEULE REPONSE POSSIBLE]

De construction ou de travaux publics	1
De production et de fabrication de biens	2
De commerce et de distribution (en gros ou au détail)	3
De transport (de biens, de marchandises ou de personnes)	4
De services financiers (banques, assurances, courtage)	5
D'autres services aux entreprises	6
[Aucun de ces cas] [PRECISER - VERIFIER LES EXCLUSIONS]	7

[Agriculture, exploitation minière, industries extractives : STOP INTERVIEW - INTERVIEW PAS VALIDE]

[Hôtels/ restaurants/ cafés : STOP INTERVIEW - INTERVIEW PAS VALIDE]

[Services personnels : STOP INTERVIEW - INTERVIEW PAS VALIDE]

[Administration publique : STOP INTERVIEW - INTERVIEW PAS VALIDE] (N)

[NSP/ SR : STOP INTERVIEW - INTERVIEW PAS VALIDE]

TREND MODIFIED A5

**Q1** I would like to know whether the following Single Market measures developed since 1993, have had an impact on your firm's activities? (M)

[ONE ANSWER PER ITEM]

[READ OUT - ROTATION]	Positive impact	No impact	Negative impact	[Not concerned]	[DK/NA]
-----------------------	-----------------	-----------	-----------------	-----------------	---------

a	European product standards	1	2	3	4	5
b	European labelling and packaging rules	1	2	3	4	5
c	European public procurement rules	1	2	3	4	5
d	The elimination of customs documentation	1	2	3	4	5
e	Abolition of border controls	1	2	3	4	5
f	VAT procedures for sales within the EU	1	2	3	4	5
g	The liberalisation of capital movements	1	2	3	4	5
h	Rules for establishing a business in other EU countries	1	2	3	4	5

TREND MODIFIED Q1

**Q1** Je voudrais savoir si les mesures suivantes développées par le Marché unique depuis 1993, ont eu un effet sur les activités de votre entreprise. (M)

[UNE REPOSE PAR ITEM]

[LIRE - ROTATION]	Un effet positif	Pas d'effet	Un effet négatif	[Pas concerné]	[NSP/SR]
-------------------	------------------	-------------	------------------	----------------	----------

a	Les normes appliquées aux produits européens	1	2	3	4	5
b	La réglementation européenne en matière d'étiquetage et d'emballage	1	2	3	4	5
c	La réglementation européenne des marchés publics	1	2	3	4	5
d	L'élimination de la documentation douanière	1	2	3	4	5
e	L'abolition des contrôles frontaliers	1	2	3	4	5
f	Les procédures de TVA pour des ventes intra-communautaires	1	2	3	4	5
g	La libéralisation des mouvements de capitaux	1	2	3	4	5
h	La réglementation pour l'établissement d'une entreprise dans d'autres pays de l'UE	1	2	3	4	5

TREND MODIFIE Q1

**Q2** For each of the following areas, how important has the influence of the European Union Single Market been for your company's strategy?

[ONE ANSWER PER ITEM]

[READ OUT - ROTATION]	Very important	Rather important	Rather unimportant	Not important at all	[Not relevant - Not concerned]	[DK/NA]
-----------------------	----------------	------------------	--------------------	----------------------	--------------------------------	---------

a	Pricing of your products or services (M)	1	2	3	4	5	6
b	Purchasing from other EU countries	1	2	3	4	5	6
c	Selling directly to other EU countries	1	2	3	4	5	6
d	Distribution in other EU countries	1	2	3	4	5	6
e	Offer services in other EU countries (N)	1	2	3	4	5	6
f	Setting up businesses in other EU countries	1	2	3	4	5	6
g	Investing in companies in other EU countries	1	2	3	4	5	6
h	Companies from other EU countries investing in your company	1	2	3	4	5	6
i	Co-operation agreements with companies from other EU countries	1	2	3	4	5	6
j	Marketing strategy	1	2	3	4	5	6

TREND MODIFIED Q5

**Q3** As a result of the Single Market, have you noticed an increase or a decrease in the level of COMPETITION in [OUR COUNTRY] coming from...?

[ONE ANSWER PER ITEM]

[READ OUT]	Increase	No change	Decrease	[DK/NA]
------------	----------	-----------	----------	---------

a	Domestic firms	1	2	3	4
b	Other EU firms	1	2	3	4
c	Non-EU firms	1	2	3	4

TREND MODIFIED Q8.1

**Q2** Dans chacun des domaines suivants, l'influence du Marché unique de l'Union européenne sur la stratégie de votre entreprise a-t-elle été ... ?

[UNE REPONSE PAR ITEM]

[LIRE - ROTATION]	Très importante	Plutôt importante	Plutôt pas importante	Pas importante du tout	[Non-approprié - Pas concerné]	[NSP/SR]
-------------------	-----------------	-------------------	-----------------------	------------------------	--------------------------------	----------

a	Prix de vos produits ou services (M)	1	2	3	4	5	6
b	Achat dans d'autres pays de l'UE	1	2	3	4	5	6
c	Vente directe à d'autres pays de l'UE	1	2	3	4	5	6
d	Distribution dans d'autres pays de l'UE	1	2	3	4	5	6
e	Offrir des services dans d'autres pays de l'UE (N)	1	2	3	4	5	6
f	Etablissement d'entreprises dans d'autres pays de l'UE	1	2	3	4	5	6
g	Investissement dans d'autres sociétés d'autres pays de l'UE	1	2	3	4	5	6
h	Investissement de sociétés d'autres pays de l'UE dans votre entreprise	1	2	3	4	5	6
i	Les accords de co-opération avec des entreprises d'autres pays de l'UE	1	2	3	4	5	6
j	La stratégie marketing	1	2	3	4	5	6

TREND MODIFIE Q5

**Q3** Comme conséquence du Marché unique, avez-vous remarqué une augmentation ou une diminution du niveau de CONCURRENCE dans [NOTRE PAYS] provenant ... ?

[UNE SEULE REPONSE PAR ITEM]

[LIRE]	Augmentation	Pas de changement	Diminution	[NSP/SR]
--------	--------------	-------------------	------------	----------

a	Des entreprises [NATIONALITE] (M)	1	2	3	4
b	D'autres entreprises de l'UE	1	2	3	4
c	D'autres entreprises hors UE	1	2	3	4

TREND MODIFIE Q8.1

Q4 Has your company in [OUR COUNTRY] recruited staff who have moved to [OUR COUNTRY] from another Member State?

[READ OUT - ONLY ONE ANSWER]

Yes	1
No	2
[DK/NA]	3

[IF YES: GO TO Q6]

[IF NO: GO TO Q5]

TREND Q2

[IF CODE 2 IN Q4]

Q4 Votre entreprise dans [NOTRE PAYS] a-t-elle recruté du personnel d'un autre état membre qui s'est installé dans [NOTRE PAYS] ?

[LIRE - UNE SEULE REPONSE POSSIBLE]

Oui	1
Non	2
[NSP/SR]	3

[SI OUI : ALLER EN Q6]

[SI NON : ALLER EN Q5]

TREND Q2

[SI CODE 2 EN Q4 ]

Q5 What are the two main reasons for which your company has not recruited any staff from another Member State?

[READ OUT - ROTATION - TWO ANSWERS EXPECTED]

Administrative difficulties related to social security rights	1,
Difficulties with pension provision including portability	2,
Candidates poor language skills	3,
Difficulties in assessing professional experience or qualifications	4,
Candidates reluctance to move because of family considerations	5,
Lack of information about how to find and recruit staff in other Member States	6,
Wage differentials and financial incentives	7,
Transitory measures put in place for workers from the new Member States (N)	8,
[Sufficient local or national employment market]	9,
[Other] [SPECIFY]	10,
[DK/NA]	11,

TREND MODIFIED Q3

Q5 Quelles sont les deux raisons principales pour lesquelles votre entreprise n'a pas recruté de personnel provenant d'un autre Etat membre ?

[LIRE - ROTATION - DEUX REPONSES ATTENDUES]

Des difficultés administratives quant à l'accès à la protection sociale	1,
Des difficultés quant au régime des pensions y compris sa portabilité	2,
Des faibles compétences linguistiques des candidats	3,
La difficulté d'évaluer l'expérience professionnelle ou les qualifications	4,
L'hésitation des candidats de se déplacer pour des raisons familiales	5,
Un manque d'information sur les moyens de recruter du personnel provenant d'autres Etats membres	6,
Les différences salariales et d'autres motivations financières	7,
Les mesures transitoires mises en place vis-à-vis des travailleurs des nouveaux Etats membres (N)	8,
[Un marché de l'emploi local ou national suffisant]	9,
[Autre] [PRECISER]	10,
[NSP/SR]	11,

TREND MODIFIE Q3

TO ALL

Q6 For each of the following, could you please tell me whether the enlargement of the Single Market to the 10 new Member States in May 2004 had a positive or negative effect on...

[ONE ANSWER PER ITEM]

[READ OUT - ROTATION]	Positive impact	No impact	Negative impact	[DK/NA]
a The cost of raw materials	1	2	3	4
b The cost of wages	1	2	3	4
c Access to new markets	1	2	3	4
d Selling prices	1	2	3	4
e Productivity	1	2	3	4
f Profitability	1	2	3	4
g Growth in employment	1	2	3	4

NEW

Q7 Could you please tell me whether your company engages in the trade of products or services with one or more new Member States?

[READ OUT - ONLY ONE ANSWER]

Yes, for less than 2 years	1
Yes, for more than 2 years	2
No, but I intend doing so over the next 3 years	3
No, and I don't intend doing so over the next 3 years	4
[DK/NA]	5

NEW

A TOUS

Q6 Pour chacun des éléments suivants, pouvez-vous me dire si selon vous l'élargissement du Marché unique vers les 10 nouveaux Etats membres en mai 2004 a eu un effet positif ou négatif sur ...

[UNE SEULE REPONSE PAR ITEM]

[LIRE - ROTATION]	Un effet positif	Pas d'effet	Un effet négatif	[NSP/SR]
a Le coût des matières premières	1	2	3	4
b Le coût de la main-d'œuvre	1	2	3	4
c L'accès à des nouveaux marchés	1	2	3	4
d Les prix de vente	1	2	3	4
e La productivité	1	2	3	4
f La rentabilité	1	2	3	4
g La croissance en matière d'emploi	1	2	3	4

NOUVELLE

Q7 Pourriez-vous me dire si votre entreprise réalise des échanges de produits ou services avec un ou plus des nouveaux Etats membres ?

[LIRE - UNE SEULE REPONSE POSSIBLE]

Oui, depuis moins de 2 ans	1
Oui, depuis plus de 2 ans	2
Non, mais j'ai l'intention d'en avoir dans les 3 prochaines années	3
Non, et je n'ai pas l'intention d'en avoir dans les 3 prochaines années	4
[NSP/SR]	5

NOUVELLE

**Q8** I would like to mention a number of activities which could be part of future Single Market policy. Could you tell me whether you consider that for your company it is very important, rather important, rather unimportant or not important at all that future Single Market Policy tackles the question of...

[ONE ANSWER PER ITEM]

	[READ OUT - ROTATION]	Very important	Rather important	Rather unimportant	Not important at all	[DK/NA]
a	Removing remaining technical barriers to trade in goods (M)	1	2	3	4	5
b	Removing remaining technical barriers to trade in services (N)	1	2	3	4	5
c	Creating a patent valid in all EU countries	1	2	3	4	5
d	Strengthening intellectual property rights protection	1	2	3	4	5
e	Further opening up of public procurement markets	1	2	3	4	5
f	Achieving an integrated European financial market	1	2	3	4	5
g	Ensuring fair competition within the Single Market	1	2	3	4	5
h	A further opening-up to competition of public utility services such as telecommunication services, transport and postal services, energy supply	1	2	3	4	5
i	Ensuring that companies can do business throughout the Single Market on the basis of one set of rules instead of 25 or more sets of national rules (M)	1	2	3	4	5
j	Facilitating labour mobility	1	2	3	4	5

TREND MODIFIED Q10

**Q8** J'aimerais vous citer un nombre d'activités qui pourraient faire partie de la future politique du Marché unique. Pourriez-vous me dire si, pour votre entreprise, il est très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important que la future politique du Marché unique aborde la question de ...

[UNE REPOSE PAR ITEM]

	[LIRE - ROTATION]	Très important	Plutôt important	Plutôt pas important	Pas du tout important	[NSP/SR]
a	La suppression des dernières barrières techniques à l'échange des biens (M)	1	2	3	4	5
b	La suppression des dernières barrières techniques à l'échange des services (N)	1	2	3	4	5
c	La création d'un brevet reconnu dans tous les pays de l'UE	1	2	3	4	5
d	Le renforcement de la protection des droits de propriété intellectuelle	1	2	3	4	5
e	Un accès encore plus aisé aux marchés publics	1	2	3	4	5
f	Réaliser un marché financier européen intégré	1	2	3	4	5
g	Assurer une concurrence équitable au sein du Marché unique	1	2	3	4	5
h	Une plus grande ouverture à la concurrence des services d'utilités publique tels que les services de télécommunications, les services postaux et de transport, l'alimentation en énergie	1	2	3	4	5
i	S'assurer que les entreprises aient la possibilité d'exercer leurs activités au sein du Marché unique en se basant sur une seule réglementation plutôt que sur 25 réglementations nationales ou plus (M)	1	2	3	4	5
j	Faciliter la mobilité des travailleurs	1	2	3	4	5

TREND MODIFIE Q10

[ONLY TO THOSE WHO ANSWERED '98' AT A3]

Q9 What are the main reasons why your company is not exporting to other countries within the Single Market?

[READ OUT – ROTATION – SEVERAL ANSWERS POSSIBLE]

- You have not yet considered the possibility 1,
- Your products are not suitable for export 1,
- You would like to export but you would need more information 1,
- You would like to export but you are worried about encountering barriers 1,
- You have already tried to export, but encountered problems 1,
- Your local demand is sufficient 1,
- You lack the financial means to export 1,
- [Others] [SPECIFY] 1,
- [DK/NA] 1,

TREND Q13

[UNIQUEMENT POUR LES PERSONNES QUI ONT REPONDU '98' EN A3]

Q9 Quelles sont les raisons principales pour lesquelles votre entreprise n'exporte pas aux autres pays du Marché unique ?

[LIRE – ROTATION – PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES]

- Vous n'avez pas encore envisagé cette possibilité 1,
- Vos produits ne sont pas adaptés à l'exportation 1,
- Vous aimeriez exporter mais vous auriez besoin de plus d'information 1,
- Vous aimeriez exporter mais vous craignez de rencontrer des obstacles 1,
- Vous avez déjà tenté d'exporter, mais vous avez rencontré des problèmes 1,
- Votre demande locale est suffisante 1,
- Vous n'avez pas les moyens financiers pour exporter 1,
- [Autres] [PRECISER] 1,
- [NSP/SR] 1,

TREND Q13