

**Instrument de l'OMPI relatif à la conduite d'enquêtes auprès
des consommateurs sur le respect de la propriété
intellectuelle**

2018

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	4
GÉNÉRALITÉS	5
PRÉPARATION DE L'ENQUÊTE.....	6
1. Choix du modèle de questionnaire à utiliser	6
2. Méthode à suivre pour l'enquête	7
i. Enquête en ligne.....	7
ii. Méthode hybride.....	8
iii. En personne au domicile	8
iv. Enquête téléphonique	9
v. Entretien dans la rue	10
vi. Enquête assistée par ordinateur	10
vii. Récompenses.....	11
3. Constitution de l'échantillon	11
4. Recueil des données au niveau de l'individu ou du ménage	12
5. Méthode de mesure de l'efficacité des campagnes médiatiques	12
ADMINISTRATION DE L'ENQUÊTE	13
ÉTABLISSEMENT DE RAPPORTS	13
1. Principales données mesurées	14
2. Taux de consommation par tranche d'âge	15
3. Taux de consommation par point de vente et perceptions de qualité	16
4. Attitudes des personnes interrogées	18
5. Efficacité des campagnes	18
6. Comparaison entre territoires.....	20
LÉGISLATION RELATIVE À LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES ET DES CONSOMMATEURS.....	20
NOTES D'ACCOMPAGNEMENT DES MODÈLES DE QUESTIONNAIRES	20
MODÈLES DE QUESTIONNAIRES.....	30
Modèle de questionnaire couvrant les produits numériques.....	31
Modèle de questionnaire couvrant les livres et articles.....	69
Modèle de questionnaire couvrant les produits de consommation	103
Modèle de questionnaire couvrant les produits de luxe et les vêtements	117

Logiciels informatiques.....	129
Section pour l'évaluation des campagnes médiatiques	133
Modèle de questionnaire supplémentaire en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement.....	137

Instrument de l'OMPI relatif à la conduite d'enquêtes auprès des consommateurs sur le respect de la propriété intellectuelle

INTRODUCTION

L'Instrument de l'OMPI relatif à la conduite d'enquêtes auprès des consommateurs sur le respect de la propriété intellectuelle est destiné à être utilisé par des organismes des secteurs public et privé souhaitant évaluer les attitudes des consommateurs à l'égard des marchandises pirates ou contrefaites. Il a été conçu selon un format modulable qui permet, si les indications générales contenues dans le document sont respectées, d'établir des comparaisons entre des enquêtes menées indépendamment les unes des autres.

L'élaboration de cet instrument a été possible grâce à un fonds fiduciaire fourni par le Ministère de la culture, des sports et du tourisme de la République de Corée, que l'OMPI tient à remercier vivement pour son soutien.

Pourquoi utiliser l'instrument relatif à la conduite d'enquêtes?

- **pour comparer les attitudes à l'égard du piratage et des contrefaçons – un suivi de l'évolution de ces attitudes dans le temps est possible;**
- **pour dégager les principales tendances en matière de consommation de produits et services contrefaisants, afin de pouvoir orienter l'établissement de priorités concernant l'attribution de ressources en vue de la prise de mesures préventives;**
- **pour évaluer des stratégies visant à promouvoir le respect de la propriété intellectuelle;**
- **pour mesurer l'efficacité des campagnes médiatiques;**
- **pour établir des mesures permettant d'effectuer des comparaisons entre territoires.**

Les principaux résultats qui peuvent être obtenus grâce aux questionnaires types sont la mesure du pourcentage de la population d'un territoire donné qui est exposée/a accès à des marchandises ou services pirates ou de contrefaçon et qui en utilise, ainsi que des données sur l'attitude de la population à l'égard de leur utilisation.

L'enquête permet non seulement de mesurer la fréquence d'utilisation de marchandises portant atteinte à des droits de propriété intellectuelle, mais aussi d'obtenir des précisions sur les types d'atteintes les plus courants, les points d'accès au marché et les facteurs qui pourraient limiter les comportements portant atteinte à ces droits.

Idéalement, l'enquête devrait prendre la forme d'une étude de suivi pour laquelle un travail de terrain est renouvelé périodiquement, par exemple tous les 12 mois, afin de surveiller l'évolution au cours du temps du taux de consommation de marchandises et de services portant atteinte à un droit de propriété intellectuelle, ainsi que des attitudes à leur égard.

Si elle est ajoutée au questionnaire, la section pour l'évaluation des campagnes médiatiques permet d'évaluer également l'efficacité d'une campagne médiatique récemment menée sur un territoire donné.

Les résultats de l'enquête, qui constituent un ensemble de données quantitatives comparables, peuvent être utilisés à des fins de sensibilisation. En surveillant l'évolution des attitudes à l'égard des atteintes et des activités portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle, on peut mesurer l'efficacité des stratégies visant à promouvoir le respect de ces droits. Ces données peuvent être utilisées pour orienter l'attribution des ressources.

GÉNÉRALITÉS

L'instrument relatif à la conduite d'enquêtes contient quatre modèles de questionnaires couvrant quatre types de produits susceptibles d'être piratés ou contrefaits :

- produits numériques – musique, films, jeux vidéo, séries télévisées et livres;
- produits de consommation – denrées alimentaires, boissons, cosmétiques, médicaments, objets ménagers;
- produits et vêtements de luxe – sacs à main, vêtements de marques de créateurs;
- livres et articles – livres destinés au grand public, livres audio, articles académiques et manuels.

Il existe également quatre documents supplémentaires applicables à chacun des quatre modèles de questionnaire principaux :

- module sur les logiciels informatiques;
- section pour l'évaluation des campagnes médiatiques;
- section finale sur les données démographiques;
- notes d'accompagnement des modèles de questionnaires.

Le premier de ces documents est un module supplémentaire concernant les comportements associés à des logiciels informatiques qui portent atteinte aux droits de propriété intellectuelle, et peut être ajouté à n'importe lequel des quatre questionnaires principaux. Le deuxième document donne la possibilité d'inclure dans les enquêtes des questions visant à mesurer l'efficacité de toute campagne médiatique récemment menée sur le marché étudié, et le troisième comporte des questions supplémentaires qui peuvent être ajoutées à la fin de n'importe quel modèle de questionnaire en vue d'obtenir des données démographiques.

Les notes accompagnant les modèles de questionnaires donnent des précisions sur ceux-ci, y compris des indications sur l'adaptation des questionnaires et une explication sur la manière dont les différentes sections des modèles se complètent pour permettre l'obtention de résultats fiables.

Chaque modèle de questionnaire est conçu pour fournir un ensemble complet de résultats, mais une comparaison directe des résultats obtenus dans le cadre de différentes enquêtes espacées dans le temps ou portant sur des régions différentes est également possible, afin d'obtenir des éléments de contexte et d'analyse supplémentaires.

Cet instrument vise à fournir tous les documents nécessaires pour mettre en place une enquête sur l'utilisation de marchandises et services portant atteinte à des droits de propriété intellectuelle. Il est supposé que les utilisateurs feront appel aux services d'une agence spécialisée pour gérer et mener à bien le travail de terrain proprement dit. Il est recommandé que la même agence soit également chargée de produire au moins une analyse initiale des données collectées.

Toute question peut être adressée à l'OMPI par courrier électronique, à l'adresse enforcement@wipo.int.

PRÉPARATION DE L'ENQUÊTE

Pour qu'une enquête auprès des consommateurs puisse être conduite de manière efficace et productive, des décisions doivent être prises au préalable sur les aspects suivants :

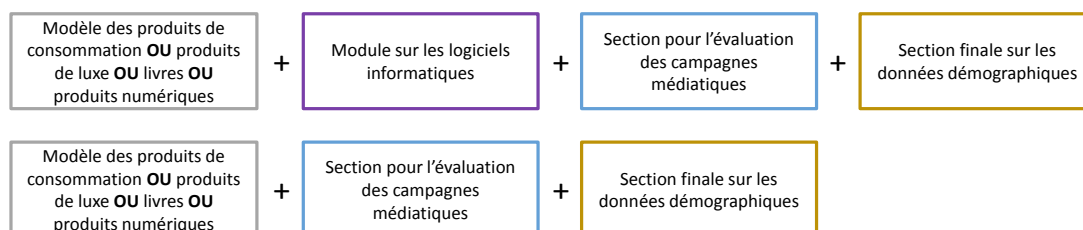
1. choix du modèle de questionnaire à utiliser pour l'enquête;
2. méthode à suivre pour l'enquête;
3. définition de l'échantillon;
4. choix du niveau de collecte des données : individu ou ménage;
5. méthode d'évaluation des campagnes médiatiques.

L'instrument relatif à la conduite d'enquêtes a été conçu selon un format modulable afin de pouvoir être utilisé dans un grand nombre de configurations et de méthodes d'enquête différentes. Une fois que les décisions ci-dessus ont été prises, les modèles de questionnaires peuvent être adaptés aux besoins spécifiques de chaque organisation. Des conseils concernant la meilleure manière de procéder à cet égard sont fournis ci-après, et d'autres précisions figurent dans les notes d'accompagnement des modèles de questionnaires.

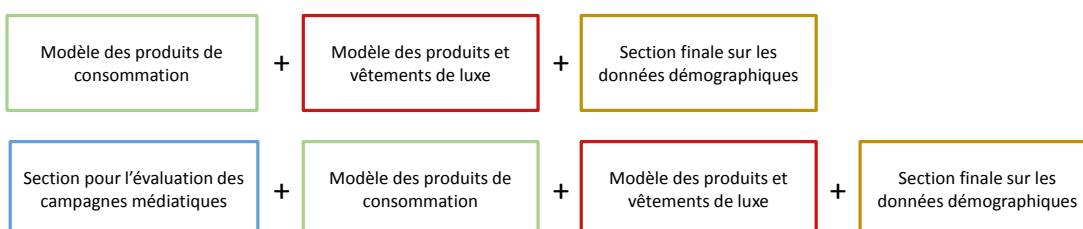
1. CHOIX DU MODÈLE DE QUESTIONNAIRE À UTILISER

L'instrument relatif à la conduite d'enquêtes comporte quatre modèles de questionnaires principaux, dont chacun s'applique à une catégorie différente de produits ou services contrefaisants. Il est possible de les utiliser tous pour certains territoires, tandis que pour d'autres, il sera préférable de se limiter à un ou deux. Le module sur les logiciels informatiques, la section pour l'évaluation des campagnes médiatiques et la section finale sur les données démographiques peuvent s'ajouter indifféremment à n'importe lequel des modèles de questionnaires principaux. Un même consommateur ne doit toutefois pas être interrogé à partir de plusieurs modèles de questionnaires à la fois, et il n'est pas non plus possible de combiner plusieurs modèles de questionnaires pour prolonger l'enquête.

Configurations conseillées



Configurations déconseillées



Lorsque l'on utilise plusieurs modèles de questionnaires, chacun doit faire l'objet d'un entretien distinct avec le consommateur interrogé. Si l'on veut effectuer une comparaison directe des résultats obtenus, il importe que les échantillons utilisés pour chacune des quatre enquêtes soient comparables.

Il est conseillé de conserver le plus possible la formulation des questions figurant dans les modèles de questionnaires. De la même façon, l'ordre dans lequel elles sont posées doit être maintenu, afin de permettre la comparaison entre territoires en conservant une base de questions uniforme. Il est cependant tout à fait possible – et même recommandé – d'ajouter des questions supplémentaires à la fin d'un modèle de questionnaire afin de pourvoir à un éventuel besoin de classement plus précis des personnes interrogées (voir la section 7), ainsi que d'ajouter ou de supprimer, selon le cas, des catégories de produits ou de détaillants selon le territoire concerné. Il est également possible d'ajouter des questions supplémentaires pour évaluer l'attitude des personnes interrogées, à condition toutefois de les incorporer à la série d'affirmations fournie à cet effet, au lieu de les ajouter à la fin du questionnaire.

La considération la plus importante, en ce qui concerne l'ajout de questions, doit être la longueur du questionnaire. Si le nombre de questions supplémentaires est trop important, la personne interrogée risque en effet de se lasser beaucoup plus rapidement en cours de route, et cela peut se traduire par des réponses de moins bonne qualité.

La liste des catégories de produits sur lesquelles portent les questionnaires doit être adaptée au marché concerné. Si l'on sait, par exemple, qu'il existe sur un certain marché un problème de contrefaçon relatif à une catégorie de produits qui n'est pas comprise dans le modèle de questionnaire utilisé, cette catégorie peut être ajoutée à toutes les questions pour lesquelles cela se justifie. De la même manière, si une catégorie donnée n'existe pas réellement dans le territoire considéré, elle peut être retirée du questionnaire. Le même principe vaut pour les points de vente. Si une partie importante du commerce de détail dans un territoire donné s'effectue dans des kiosques, ces derniers peuvent être ajoutés à toutes les questions dans lesquelles un éventail de types de points de vente est soumis aux personnes interrogées.

Les modèles de questionnaires sont structurés de manière à ce que les personnes interrogées répondent d'abord aux questions relatives à leurs comportements, au début de l'entretien, avant celles portant sur leurs attitudes. On procède ainsi pour éviter que les questions relatives aux attitudes ne portent les personnes interrogées à une réflexion plus approfondie, susceptible d'influencer leurs réponses concernant leurs comportements. Par conséquent, il est important de respecter le plus possible l'ordre indiqué par le modèle de questionnaire lorsque l'on veut ajouter à ce dernier des questions supplémentaires.

2. METHODE A SUIVRE POUR L'ENQUETE

Les modèles de questionnaires ont été élaborés principalement dans la perspective d'enquêtes en ligne. Il existe toutefois de nombreux facteurs susceptibles d'influencer le choix de la méthode à suivre.

Dans la pratique, conduire des enquêtes en ligne ne se justifie que dans des territoires ayant un taux élevé de pénétration de l'Internet, mais il faut savoir que ce type d'enquête risque d'aboutir à une surestimation des comportements, ce qui peut inciter à opter plutôt pour une méthode hybride (voir la sous-section ii ci-dessous).

Les méthodes choisies le plus fréquemment sont examinées ci-après.

i. Enquête en ligne

Une invitation à participer à l'enquête est adressée par l'intermédiaire d'un fournisseur de bonne réputation à un échantillon de consommateurs présélectionné. Les entreprises utilisées à cet effet tiennent d'importantes bases de données d'individus disposés à prendre part à des études auprès des consommateurs. Les personnes qui répondent affirmativement à l'invitation sont ensuite interrogées dans le cadre d'un processus initial de sélection, et seules celles qui

respectent certains critères de sélection retenus pour l'enquête sont conservées dans l'échantillon.

Cette méthode est rapide et généralement très économique, mais elle ne peut être utilisée efficacement que dans des pays dans lesquels le taux de pénétration d'Internet est élevé. Étant donné que les personnes interrogées remplissent le questionnaire elles-mêmes, le risque d'introduction de biais par l'enquêteur est éliminé, et les chances d'obtenir des réponses franches sont améliorées. Cet aspect est particulièrement important lorsque les questions portent sur des activités illicites. La sélection de l'échantillon s'effectuant à l'échelle nationale, la répartition géographique de ce dernier doit être aussi large que possible, tout en respectant les quotas définis au début du processus.

Le principal inconvénient potentiel des méthodes en ligne réside dans le fait que les personnes interrogées sont généralement des utilisateurs d'Internet plus assidus que la moyenne de la population, ce qui peut conduire à donner une importance excessive aux activités en ligne.

Il est tout à fait possible de réaliser une enquête en ligne sans faire appel aux services d'une agence de recherche. Cela suppose cependant que l'on ait la capacité de coder soi-même le questionnaire et que l'on dispose d'une base de données volumineuse, contenant les adresses de courrier électronique de personnes représentatives de la majorité de la population ciblée.

ii. Méthode hybride

Cette approche est utilisée pour les territoires dans lesquels la pénétration d'Internet est relativement forte, sans toucher pour autant la totalité de la population. La majorité des réponses sont alors obtenues au moyen d'enquêtes en ligne, comme ci-dessus, mais auxquelles on ajoute des entretiens hors ligne pour compléter les résultats. Par exemple, si le taux de pénétration d'Internet est de 80%, cela signifie que 80% des questionnaires peuvent être remplis en ligne. Pour les 20% restants, l'enquête sera réalisée auprès de personnes n'ayant pas accès à Internet, par l'une des méthodes hors ligne décrites ci-dessous.

Cette approche hybride permet d'obtenir un échantillon plus représentatif qu'une enquête menée uniquement en ligne. Toutefois, elle est généralement plus onéreuse que la méthode en ligne et le travail sur le terrain prend plus de temps que les recherches effectuées en ligne uniquement. La décision de l'adopter ou non est principalement influencée par deux facteurs : elle nécessite l'intervention d'enquêteurs formés, ce qui conduit presque toujours à un coût plus élevé que celui d'une enquête en ligne, et la mise en œuvre de plusieurs méthodes se traduit également par une augmentation de coûts, parce qu'elle suppose entre autres d'élaborer deux versions du même questionnaire.

Il arrive souvent, alors que la méthode hybride apparaît comme la solution idéale, qu'une enquête soit effectuée uniquement en ligne afin de limiter les dépenses et les besoins en ressources. Ce choix n'en est pas moins valable, à condition que le contexte soit pris en compte dans l'analyse et que les mises en garde appropriées soient faites.

iii. En personne au domicile

Le questionnaire est administré par un enquêteur formé, au domicile de la personne interrogée. La sélection des personnes à interroger est souvent confiée à un enquêteur expérimenté qui approche des gens au hasard dans la rue. Il leur pose, dans un premier temps, quelques questions dont le but est de sélectionner les individus qui participeront à l'enquête. Un rendez-vous est ensuite pris pour réaliser l'entretien proprement dit, au domicile de la personne à interroger.

Les enquêteurs peuvent également aller dans un quartier donné où ils font du porte-à-porte pour trouver, grâce à des questions de sélection, des personnes ayant le profil recherché pour participer à l'enquête. Des instructions précises peuvent leur être données en ce qui concerne les zones à visiter, le nombre maximum de personnes qu'ils peuvent y sélectionner, la manière exacte de procéder lorsqu'ils font du porte-à-porte, etc. Certaines enquêtes prévoient, par exemple, que les enquêteurs doivent se présenter à une maison sur quatre, demander les dates de naissance de tous les occupants, et solliciter la personne dont le mois de naissance est le plus proche d'un certain mois (en changeant ce mois d'un enquêteur à l'autre ou d'un entretien à l'autre, afin d'obtenir une meilleure répartition des réponses).

Lorsque la technique du porte-à-porte est utilisée pour sélectionner des participants, il est également important d'indiquer aux enquêteurs à quel moment de la journée ils peuvent se présenter – ou, à tout le moins, de leur fixer des quotas de manière à éviter, s'ils se présentent uniquement en milieu de journée, des situations telles que la sélection exclusive de personnes travaillant à domicile ou ne travaillant pas du tout. Toute bonne agence spécialisée dans la recherche sur le terrain est normalement en mesure de fournir des conseils à cet égard.

Il y a de bonnes chances pour que les personnes interrogées se sentent plus à l'aise lorsque l'entrevue a lieu à leur domicile, ce qui, dans la plupart des cas, peut les conduire à être plus ouvertes dans leurs réponses. Il est toutefois possible aussi que cela mène à l'effet inverse lorsque l'entretien porte sur des activités illicites telles que la contrefaçon et la copie de produits, ces personnes étant bien conscientes que leur adresse et toutes leurs coordonnées figurent dans le questionnaire.

L'administration de questionnaires en personne, au domicile du participant, est une méthode relativement coûteuse qui nécessite un travail de terrain plus long que les autres, ainsi qu'un plus grand nombre d'enquêteurs, afin de compenser un certain risque de biais de la part de ces derniers. Elle est cependant privilégiée lorsque l'enquête est réalisée dans un territoire ayant un faible taux de pénétration de l'Internet et qu'il est essentiel de soumettre aux personnes interrogées des contenus interactifs – par exemple, une vidéo ou des photos.

Il est possible d'obtenir une bonne répartition géographique de la population étudiée en choisissant des points de sélection éloignés les uns des autres. Toutefois, le respect des quotas devient alors plus difficile qu'avec des méthodes plus centralisées telles que le questionnaire en ligne ou l'enquête téléphonique.

iv. Enquête téléphonique

La sélection des participants se fait souvent par composition aléatoire de numéros de téléphone, c'est-à-dire qu'une agence spécialisée compose des numéros de téléphone au hasard et demande aux personnes qui répondent si elles accepteraient de participer à une enquête, pour autant que les quotas de représentativité soient respectés. Il est parfois possible aussi d'acheter une liste de numéros de téléphone de participants potentiels remplissant des critères précis, qui sont ensuite appelés au hasard, pour leur demander s'ils acceptent de prendre part à l'enquête. Les méthodes utilisées pour prendre contact avec ces personnes peuvent être soumises à certaines limitations imposées par la législation applicable (voir page 20).

L'entretien se déroule d'une manière comparable à celui de l'enquête en personne, sauf en ce qui concerne les contenus interactifs, qu'il n'est évidemment pas possible de présenter aux personnes interrogées par téléphone.

Ce mode de sélection aléatoire se traduit par une répartition géographique des participants un peu plus diffuse que dans le cas de l'enquête face à face.

Du fait de leur caractère centralisé – les appels provenant généralement d'un seul et même centre d'appels –, les enquêtes téléphoniques permettent de vérifier plus facilement que les quotas sont respectés, coûtent moins cher que les enquêtes à domicile dans des lieux géographiquement dispersés et sont réalisées plus rapidement, parce qu'elles nécessitent moins de travail de terrain.

Lorsqu'il est impossible de conduire une enquête par Internet, c'est généralement la méthode téléphonique qui est privilégiée, sauf dans les cas où il est nécessaire de présenter des éléments précis à la personne interrogée pour l'aider à répondre à des questions.

v. Entretien dans la rue

La méthode consiste à aborder des passants dans la rue pour leur demander de participer à une courte enquête. Étant donné que ces personnes sont souvent pressées, l'entretien doit être vraiment bref. Il n'est donc pas recommandé d'utiliser telle quelle la version intégrale du questionnaire relatif aux produits numériques pour une enquête réalisée dans la rue. Une bonne durée à viser pour un tel entretien serait une dizaine de minutes.

S'il est vrai que l'on peut choisir des lieux raisonnablement éloignés les uns des autres pour obtenir un échantillon représentatif, la répartition géographique sera nécessairement limitée car les entretiens seront seulement réalisés à certains endroits et à des moments précis de la journée. Compte tenu de la nécessité d'une fréquentation suffisante pour que les enquêteurs puissent trouver facilement des passants à interroger, il y a toutes les chances pour que le choix de ces endroits soit biaisé en faveur des centres urbains.

Ce type d'enquête est à privilégier lorsque l'on pressent qu'aucune des autres méthodes ne permettra d'obtenir des réponses honnêtes de la part des personnes interrogées, les questions posées pouvant conduire ces dernières à des aveux de comportements illicites dont elles craignent les éventuelles retombées. Pour apaiser encore plus les craintes des participants, le questionnaire peut être administré à titre anonyme, c'est-à-dire qu'aucun détail personnel n'est recueilli. Si cette manière de procéder permet normalement d'obtenir des réponses plus franches, elle présente néanmoins un inconvénient majeur, à savoir qu'elle risque de compromettre la qualité du travail de terrain, l'absence de données personnelles sur les participants interdisant la vérification des réponses par un tiers, laquelle est normalement effectuée avec les autres méthodes.

vi. Enquête assistée par ordinateur

L'utilisation d'ordinateurs dans l'administration de questionnaires est chose courante de nos jours. L'enquêteur peut recueillir les réponses de la personne interrogée simplement avec du papier et un crayon ou en s'aidant d'un ordinateur – il pose toujours les questions en personne, mais enregistre les réponses sur un ordinateur ou, de plus en plus fréquemment, sur une tablette. Cette méthode est à privilégier lorsque c'est possible. L'un de ses principaux avantages réside dans la possibilité de programmer l'ordinateur de manière à ce qu'il détermine automatiquement l'enchaînement des questions et ne fasse apparaître que celles qui sont pertinentes. Cela est particulièrement important lorsque les détails d'une question dépendent des réponses reçues à la précédente. Ainsi, l'enquêteur ne demandera aux participants s'ils ont acheté un produit dans un magasin au cours des 12 derniers mois que s'ils ont indiqué précédemment avoir acheté quelque chose dans ce magasin.

S'il n'est pas possible de conduire une enquête avec un ordinateur, un questionnaire papier doit être utilisé. Il faut alors imprimer des fiches pour accompagner le questionnaire – une fiche pour chaque question, portant une liste fermée de toutes les réponses possibles. Lorsque

l'enquêteur lit une question, il montre la fiche correspondante à la personne interrogée et lui demande de choisir sa réponse parmi celles qui figurent sur la fiche.

Compte tenu de la complexité de certains des enchaînements de questions et sous-questions contenus dans les modèles de questionnaires existants, il est indispensable de donner une formation complète à l'enquêteur lors de la planification de l'enquête et de faire figurer sur le questionnaire imprimé des instructions détaillées à son intention, pour le cas où la méthode utilisée serait celle du papier et du crayon.

vii. Récompenses

Il est aujourd'hui de pratique courante d'offrir une petite récompense aux participants pour les remercier d'avoir répondu à un questionnaire de recherche auprès des consommateurs. Cela ne s'applique pas, toutefois, de manière systématique, et des recommandations pourront être données à cet égard par l'agence retenue pour le travail de terrain. En règle générale, plus le questionnaire est long et plus l'utilité d'une récompense et l'importance de cette dernière augmentent. Les formes de récompense possibles sont nombreuses et variées. Elles peuvent aller de la participation à un tirage au sort pour gagner un lot à des primes en points de fidélité dont l'accumulation, après plusieurs enquêtes, permet d'obtenir des coupons échangeables en magasin ou de faire un don à une œuvre caritative.

Lorsqu'il s'agit d'une prime, il est important d'en limiter la valeur, car lorsqu'elles deviennent trop importantes, les récompenses pécuniaires attirent des "professionnels de la réponse aux enquêtes", c'est-à-dire des personnes qui tentent de faire de leur participation à des enquêtes et à des tirages au sort un mode de subsistance. Le fait d'offrir une récompense de faible valeur permet de constituer un échantillon d'individus dont les motivations pour répondre au questionnaire sont purement désintéressées.

3. CONSTITUTION DE L'ECHANTILLON

Avant de commencer une enquête, il importe de décider exactement qui seront les personnes interrogées. Le choix à faire au premier chef, à cet égard, se situe entre un échantillon représentatif et un échantillon cible.

Un échantillon est représentatif lorsqu'il possède les mêmes caractéristiques que l'ensemble d'une population, par exemple la population nationale adulte. L'enquête examine les comportements au sein de cet échantillon, afin de pouvoir en appliquer la fréquence, une fois que les réponses obtenues ont permis de la connaître, à l'ensemble de la population.

Dans certains cas, il peut être préférable de choisir un échantillon cible, c'est-à-dire, par exemple, de n'interroger que des individus ayant des caractéristiques démographiques précises parce que ce sont ceux qui ont les probabilités les plus élevées d'avoir les comportements recherchés. On pourra ainsi décider d'interroger seulement des hommes jeunes qui jouent à des jeux informatiques pour une enquête portant sur la fréquence d'utilisation de copies illicites de ces jeux. Cette approche de l'échantillon cible est manifestement plus efficace, car elle évite de dépenser inutilement de l'argent pour interroger des personnes qui ne jouent pas à des jeux informatiques. En revanche, elle ne permettra pas de recueillir l'opinion des joueurs occasionnels ou de ceux qui ne correspondent que partiellement à la définition de ce qu'est un "joueur". La définition précise de l'échantillon dépendra donc des objectifs de l'étude.

La plupart des enquêtes qui seront réalisées à l'aide du présent instrument devraient porter sur un échantillon représentatif des adultes à l'échelle nationale. Cela dit, la manière de définir un adulte peut varier d'un territoire ou d'une catégorie à l'autre. En ce qui concerne les achats de contrefaçons de produits de consommation courante ou d'articles de mode, il peut être logique

de placer l'entrée dans l'âge adulte à 16 ans, alors que dans le cas du téléchargement illégal de musique ou de films, il sera peut-être plus justifié de la réduire à 14 ans. Dans certains territoires, il pourra être tout à fait normal d'interroger des adultes de plus de 70 ans, alors que dans d'autres, il sera plus normal de placer l'âge maximal des personnes interrogées à 60 ans. On devra s'efforcer d'appliquer autant que faire se peut une approche cohérente, et de sélectionner des échantillons aussi larges et représentatifs que possible de la population adulte du pays concerné.

Le questionnaire sur les livres et articles contient des sections consacrées aux articles académiques et aux manuels scolaires. On pourra avoir avantage, lorsqu'on l'utilisera, à sélectionner un échantillon d'étudiants ou une tranche d'âge plus limitée que celle de l'ensemble de la population.

4. RECUEIL DES DONNÉES AU NIVEAU DE L'INDIVIDU OU DU MÉNAGE

Les questions d'une enquête peuvent concerner l'individu, à titre personnel ("Avez-vous personnellement acheté un DVD?") ou le ménage ("Un membre quelconque de votre ménage a-t-il acheté un DVD?"). Les deux approches sont valables, mais il est important de décider de celle qui sera utilisée pour conduire les entretiens et de s'y tenir.

Pour plus de facilité, et pour assurer l'homogénéité de la démarche, il est fortement conseillé de conduire tous les entretiens utilisant les modèles de questionnaires au niveau de l'individu. Les résultats ainsi obtenus seront ensuite extrapolés à l'ensemble de la population par agrégation sur la base de la population adulte totale plutôt que celle du nombre de ménages. La formulation des questions des modèles de questionnaires est orientée dans ce sens, et indique clairement aux participants que leurs réponses doivent rendre compte de leur comportement personnel et non de celui de leur ménage. Bien qu'il soit possible d'utiliser cette dernière approche, elle peut conduire à des problèmes, par exemple lorsque des parents essaient de deviner ce que font leurs enfants, et, éventuellement, à des imprécisions dans les résultats.

5. MÉTHODE DE MESURE DE L'EFFICACITÉ DES CAMPAGNES MÉDIATIKES

L'un des modules qui peuvent être ajoutés aux modèles de questionnaires permet de mesurer l'efficacité de toute campagne médiatique menée sur un territoire en faveur de la lutte contre la contrefaçon ou de la protection des droits de propriété intellectuelle. Ce module nécessite un travail d'adaptation plus poussé que les autres modèles de questionnaires, car il propose des exemples de questions au lieu d'énoncer des questions précises. Le choix des questions à retenir dépend dans une très large mesure des détails de la campagne médiatique concernée.

La méthode idéale consiste à utiliser un jeu de questions pour couper l'échantillon en deux – les personnes susceptibles d'avoir vu la campagne médiatique et celles qui ne le sont pas. Une comparaison des attitudes face aux produits et services contrefaisants au sein de ces deux groupes est ensuite effectuée. Toutes choses étant égales par ailleurs, l'hypothèse que l'on cherche à vérifier est celle selon laquelle la campagne médiatique a été efficace si les personnes qui l'ont vue sont moins tolérantes que les autres à l'égard de la contrefaçon de produits ou de services. La comparaison des deux groupes permet donc de rechercher des preuves de différences d'attitude.

Au premier coup d'œil, cela peut sembler relativement simple, mais dans les faits, c'est une tâche qui peut s'avérer très complexe. Il pourrait exister entre les deux groupes de personnes interrogées d'autres différences expliquant des comportements différents et dont il importerait de tenir compte. Par exemple, si le groupe le plus susceptible d'avoir été exposé à la campagne est nettement plus jeune que le groupe le moins susceptible d'avoir été exposé à cette campagne, toute différence d'opinion constatée pourrait être due à la différence d'âge

entre les deux groupes. Pour que ces facteurs soient pleinement pris en compte, une pondération doit être appliquée aux deux groupes de l'échantillon afin qu'ils soient représentatifs d'un profil démographique similaire. Une fois que les différences d'attitudes ont été ainsi pondérées, les autres écarts constatés peuvent être imputés à la campagne médiatique.

Pour constituer ces deux groupes de consommateurs, il faut déterminer la probabilité qu'ils aient vu la campagne, et l'on doit élaborer pour cela un ensemble de questions portant sur leurs habitudes de consommation médiatique : font-ils partie des lecteurs des publications dans lesquelles est parue une certaine série d'annonces, regardent-ils les chaînes de télévision ou fréquentent-ils les sites Web où l'on peut voir tel ou tel spot vidéo, etc. Étant donné qu'il s'agit de questions très spécifiques et propres à chaque campagne, aucun exemple n'est fourni pour cette section. Lorsque l'on étudie une campagne très diversifiée, il n'est pas toujours possible de faire une distinction claire entre ceux qui l'ont vue et les autres.

Pour les cas dans lesquels cette méthode idéale est impraticable ou trop difficile à appliquer, quelques propositions de questions sont prévues pour déterminer si les participants reconnaissent des annonces télévisuelles, vidéo ou statiques, qu'elles aient été diffusées en extérieur, sous forme imprimée ou en ligne.

ADMINISTRATION DE L'ENQUÊTE

Il est recommandé de confier l'administration de l'enquête à une agence spécialisée dans le travail de terrain, quoiqu'il soit également possible de la conduire indépendamment.

Toute bonne agence spécialisée dans le travail de terrain doit être en mesure de travailler avec les modèles de questionnaires fournis et de les adapter, le cas échéant, pour un territoire donné. Elle est censée pouvoir s'occuper de la mise en place de l'enquête ainsi que de son administration et, si cela lui est demandé, en analyser les résultats et produire un rapport sur ces derniers. S'il n'est pas possible de trouver localement une agence répondant à ces critères, il est conseillé de se tourner vers l'une des grandes firmes internationales qui ont la capacité d'offrir leurs services presque n'importe où dans le monde. Lorsqu'une même enquête doit être conduite simultanément dans plusieurs territoires, il peut être avantageux de conclure un accord global avec l'une de ces grandes firmes, de manière à ce que l'ensemble puisse être traité comme un seul et même projet, avec un questionnaire uniforme et une présentation homogène des résultats. Une autre solution peut être d'engager à titre de consultant un directeur de projet chargé de superviser le travail de terrain et de veiller au respect de l'homogénéité des méthodes utilisées, de la structure et du format des questionnaires et de la présentation des rapports pour les différents territoires.

Si l'on souhaite administrer l'enquête indépendamment, on peut le faire en ligne à l'aide d'outils tels que SurveyMonkey (<https://www.surveymonkey.com/>) ou Qualtrics (<https://www.qualtrics.com/>). Il est toutefois essentiel, lorsque l'on opte pour cette voie, de répartir largement les courriers électroniques d'invitation à participer à l'enquête afin de recruter un échantillon aussi représentatif que possible.

ÉTABLISSEMENT DE RAPPORTS

Les données recueillies en menant ces enquêtes peuvent être structurées et présentées de nombreuses façons. La présente section vise à mettre en avant quelques suggestions à cet égard.

Les principales mesures comprennent le niveau de fréquence ou d'occurrence d'une caractéristique, tant globalement que dans des sous-groupes importants comme les tranches

d'âge. Il est logique d'examiner les différents types de copies illicites dans le cas des produits numériques, tandis que pour les biens matériels, il y aura avantage à étudier les différents types de points de vente au détail.

En règle générale, il est utile de rendre compte des principales mesures de fréquence et d'attitude. Elles sont données à un niveau global, appliqué à l'ensemble de la population, et ensuite détaillées par sous-groupes importants, ces derniers pouvant être fonction de simples caractéristiques démographiques comme l'âge des personnes interrogées ou leur situation professionnelle, mais aussi correspondre à des ensembles plus complexes de caractéristiques. Si la section pour l'évaluation des campagnes médiatiques a été ajoutée au questionnaire, les données doivent faire la distinction entre les personnes interrogées ayant probablement été exposées à la campagne et celles dont ce n'est pas le cas, afin de permettre la comparaison de ces deux sous-groupes importants.

Lorsque l'on envisage une analyse au niveau des sous-groupes, il est primordial de s'assurer que ces derniers sont composés d'un nombre suffisant de personnes pour que l'analyse soit valide d'un point de vue statistique. En règle générale, le nombre minimum de personnes comprises dans un sous-groupe devrait être de 100. Avec un échantillon de cette taille, un écart de 3 à 4% entre deux données sera significatif à un taux de fiabilité de 95%.

En ce qui concerne la taille de l'échantillon total, celle-ci doit être suffisante pour permettre d'isoler des sous-groupes d'au moins 100 personnes à interroger. Par exemple, si l'on s'attend à ce qu'environ 4% des personnes interrogées fassent partie d'un sous-groupe donné, la taille minimale recommandée de l'échantillon sera de 2500 personnes. Si cela n'est pas possible ou trop difficile, le sous-groupe en question devra être écarté de l'analyse, car les données recueillies ne permettront pas un résultat statistiquement significatif. Si l'échantillon total préparé pour une enquête est composé de 1000 personnes, l'analyse des sous-groupes devra se limiter à ceux ayant un taux de fréquence minimum de 10% de la population.

Les tableaux de données devraient de préférence faire l'objet de tests statistiques permettant de valider précisément les données. La plupart des tests statistiques donnent, en pourcentage, le niveau de certitude que l'écart entre deux données correspond à des différences bien réelles. C'est ainsi que si 38% des personnes interrogées sont d'accord avec l'énoncé 1 alors que 43% sont d'accord avec l'énoncé 2, le test statistique indiquera dans quelle mesure il est certain que ces pourcentages traduisent une différence réelle d'opinion, c'est-à-dire qu'un plus grand nombre de personnes interrogées sont réellement d'accord avec l'énoncé 2 qu'avec l'énoncé 1. L'écart entre ces deux chiffres ne tient donc pas à des variations dans les données imputables à une distribution normale ou à un échantillon trop petit.

Le présent document contient des exemples de graphiques utilisés pour présenter les résultats obtenus. Il est à noter qu'il s'agit seulement de suggestions n'ayant aucun caractère exhaustif.

1. PRINCIPALES DONNÉES MESURÉES

L'une des principales variables à étudier dans une telle enquête est le taux de consommation de contrefaçons. Si l'échantillon recruté est représentatif de la population nationale, les mesures effectuées sur ce taux dans le cadre de l'enquête peuvent être extrapolées au niveau national, sous réserve d'une marge d'erreur statistique.

Le taux d'achat de produits ou services contrefaisants peut être mesuré, soit globalement, pour l'ensemble de ces derniers, soit séparément, pour chaque type de produit ou de service, ou, dans le cas des contenus numériques, par forme de piratage.

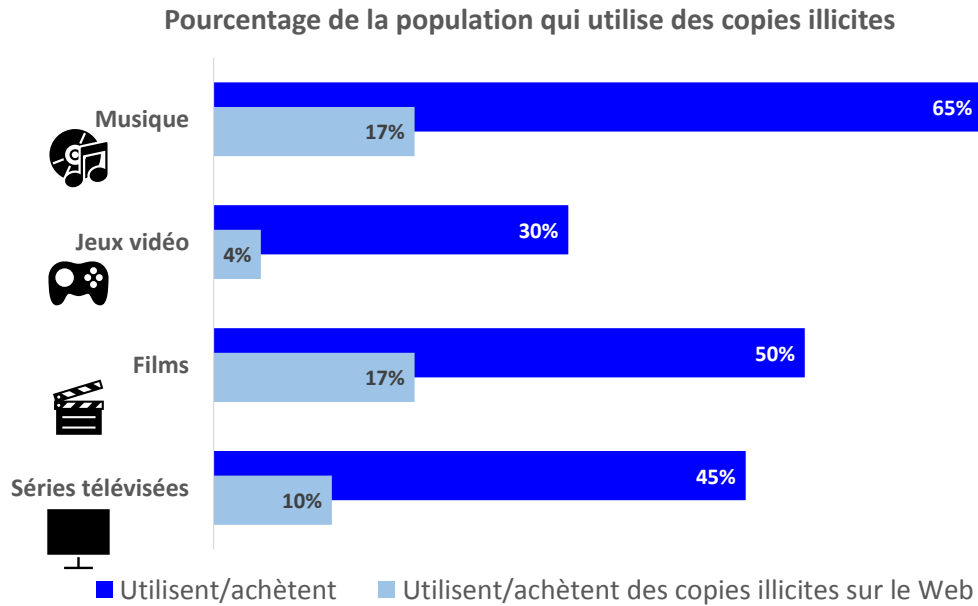


Figure 1 : Exemple de représentation graphique des taux globaux d'utilisation de contrefaçons

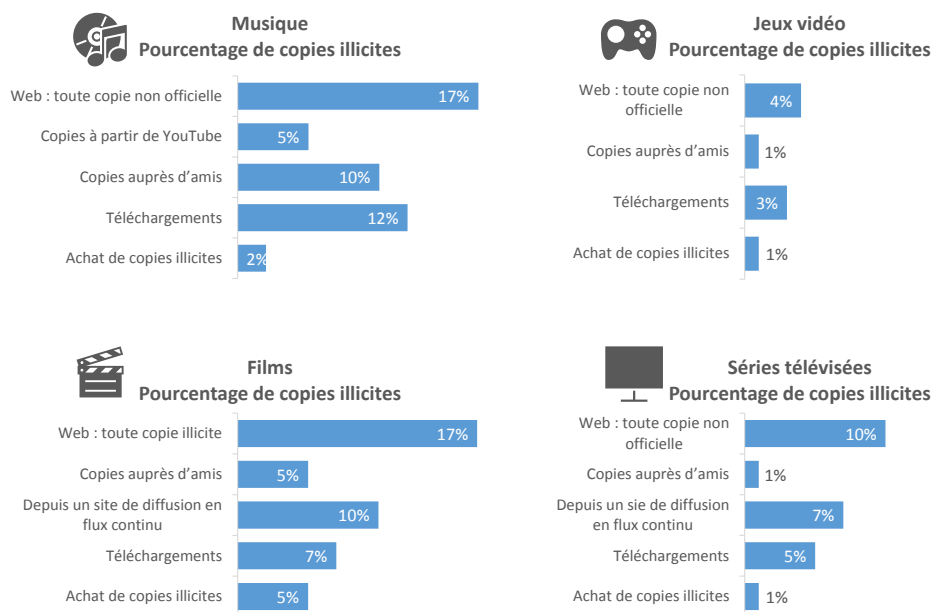


Figure 2 : Exemple de graphique représentant les pourcentages de contrefaçons par type de copie et catégorie de produits

2. TAUX DE CONSOMMATION PAR TRANCHE D'ÂGE

La mesure du taux de consommation des contrefaçons peut comporter des hypothèses dont la validité doit être confirmée ou infirmée. Par exemple, selon une conception largement répandue, les principaux responsables du téléchargement illégal de copies de films sont les jeunes générations. Tout porte pourtant à croire que c'est également chez les jeunes que l'achat légal de films est le plus répandu, en particulier lorsque l'on mesure aussi la fréquentation des salles de cinéma. Il serait donc utile de préciser les résultats en examinant le taux de consommation non seulement par tranche d'âge, mais aussi en fonction de la consommation totale de films par tranche d'âge.

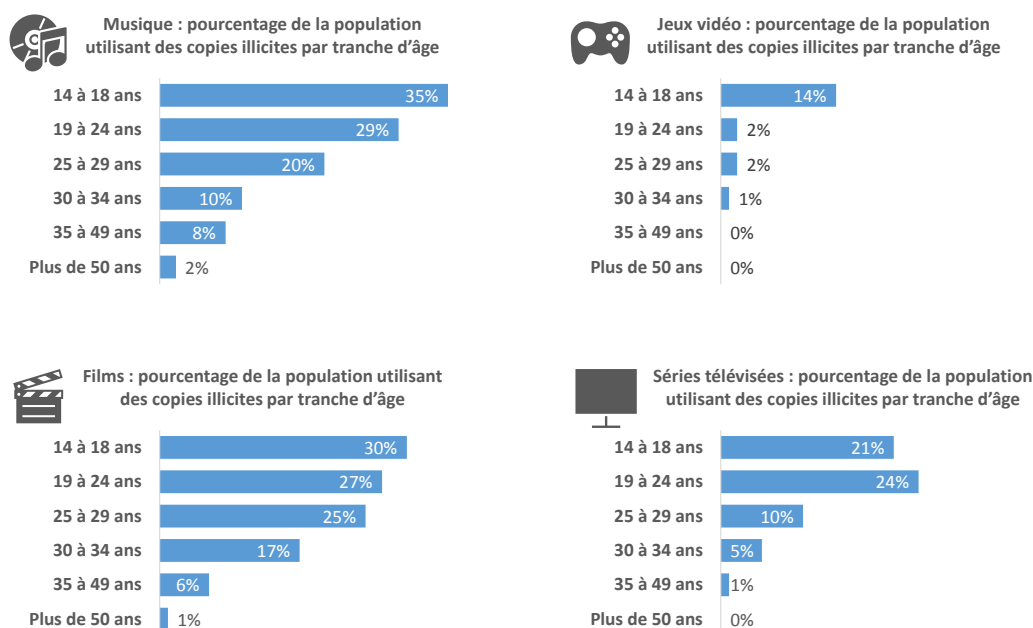


Figure 3 : Exemple de graphique représentant les taux de consommation de copies illicites par tranche d'âge et catégorie de produits

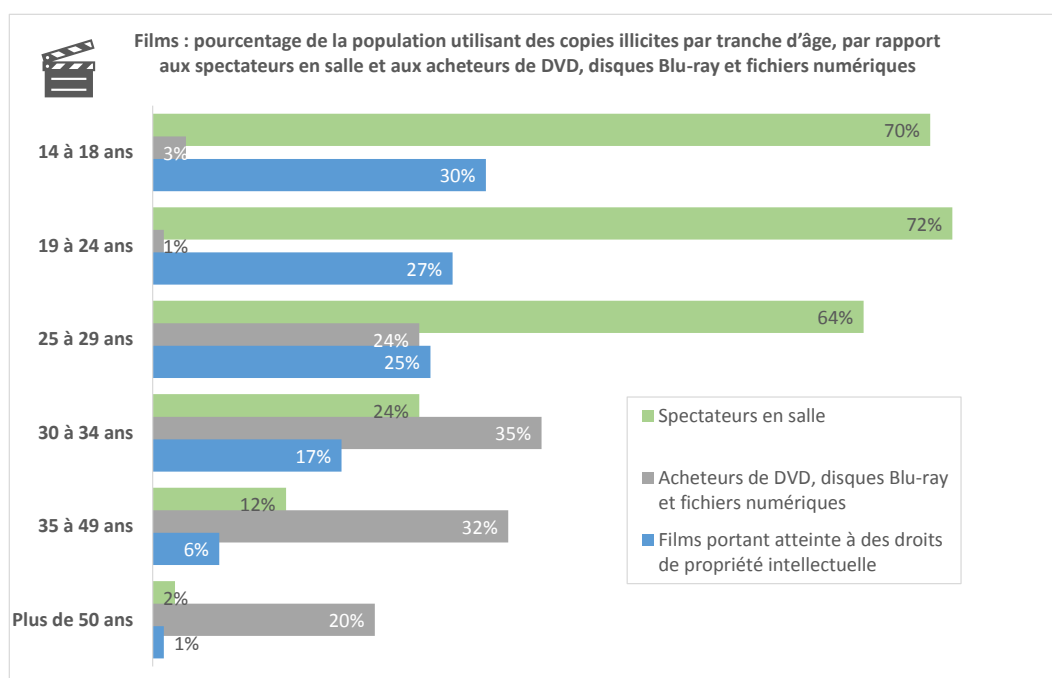


Figure 4 : Exemple de graphique représentant la consommation de copies illicites de films par rapport au visionnement en salle et aux achats de produits légaux par tranche d'âge

3. TAUX DE CONSOMMATION PAR POINT DE VENTE ET PERCEPTIONS DE QUALITÉ

Les graphiques qui suivent illustrent la manière dont on peut faire parler les données en examinant le détail des différents lieux de vente utilisés et en effectuant une comparaison des résultats par catégorie de vente au détail.

De la même manière, les perceptions de qualité peuvent être examinées par type d'article – il est possible de pousser plus loin cette analyse en comparant les perceptions de qualité des personnes qui achètent des contrefaçons et de celles qui n'en achètent pas.

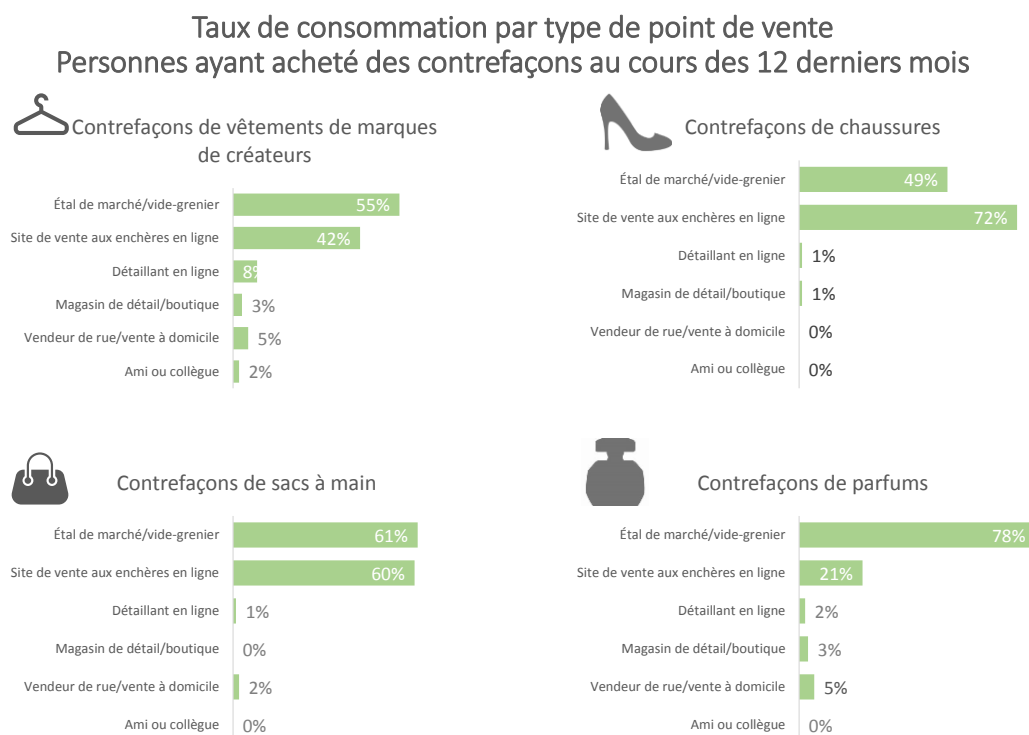


Figure 5 : Exemple de graphique illustrant les points de vente utilisés pour différents types de produits de luxe

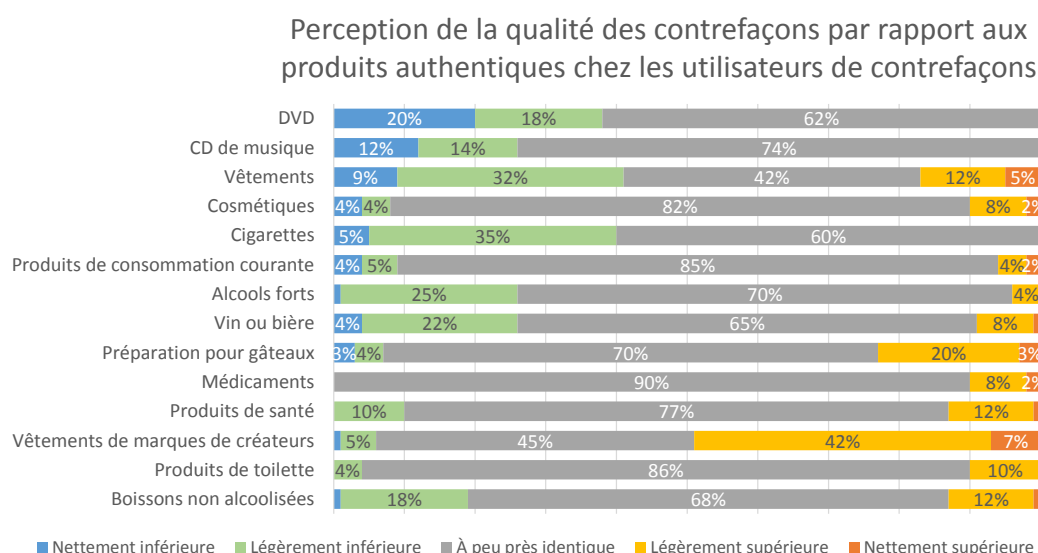


Figure 6 : Exemple de graphique représentant la perception de qualité entre les contrefaçons et les produits authentiques

4. ATTITUDES DES PERSONNES INTERROGÉES

Les modèles de questionnaires comprennent des sections consacrées aux motivations d'achat et aux attitudes des personnes interrogées à l'égard des produits et services contrefaisants. Les réponses à ces questions peuvent être utilisées non seulement pour cerner les attitudes qui dominent dans un certain territoire, mais aussi pour les comparer d'un sous-échantillon important à un autre. Ces sous-échantillons peuvent être définis selon des données démographiques ou par région, mais ils peuvent l'être aussi par type de comportement. Par exemple, il est recommandé d'analyser les différences d'attitude entre les personnes qui sont des consommateurs fréquents de produits et services contrefaisants et celles qui ne le sont pas pour comprendre quels sont les principaux déterminants du comportement des personnes interrogées.

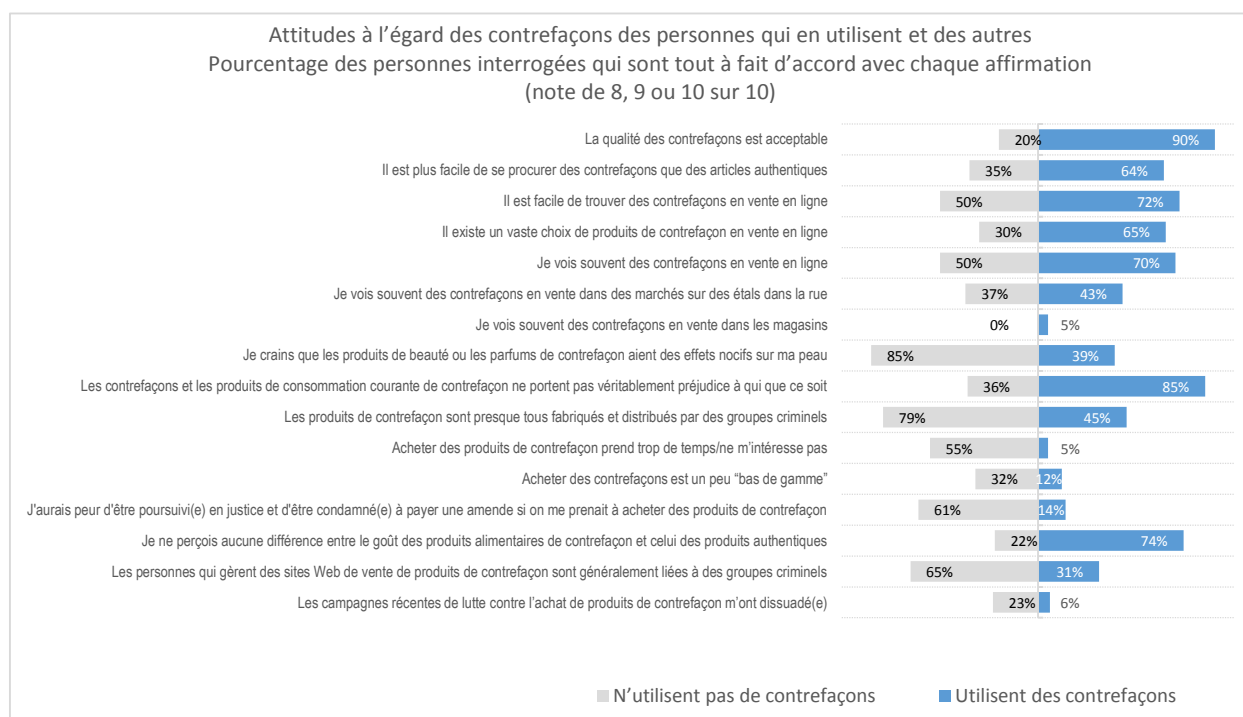


Figure 7 : Exemple de graphique illustrant les différences d'attitude entre les utilisateurs de contrefaçons et les autres

5. EFFICACITÉ DES CAMPAGNES

La meilleure façon de mesurer l'efficacité d'une campagne est de constituer deux sous-échantillons de consommateurs, l'un composé de personnes ayant eu l'"occasion de voir" (ODV) la campagne, et l'autre de personnes ne l'ayant pas eue. Les attitudes des membres de ces deux groupes à l'égard des produits et services contrefaisants sont ensuite comparées afin de savoir si leur opinion a été modifiée par le fait d'avoir été exposés à la campagne. Idéalement, les réponses des deux groupes sont soumises, préalablement à cette comparaison, à une technique de pondération des données afin de compenser d'éventuelles différences d'opinion liées aux caractéristiques démographiques. Si les possibilités d'exposition à la campagne ne sont pas les mêmes pour tous les groupes démographiques, l'information issue d'une comparaison entre les personnes effectivement touchées par celle-ci et les autres risque en effet d'être une simple mesure de différences démographiques, et non la mesure de différences ayant rapport à la campagne. L'application d'un facteur de pondération permet d'éliminer les possibilités de biais démographique et de recentrer l'analyse sur l'existence ou non de différences liées à la campagne.

Le tableau ci-dessous donne un exemple simple d'application d'une pondération :

Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas correct de faire des copies non originales d'œuvres	Échantillon total	Moins de 25 ans	25 ans et plus	Échantillon total		Moins de 25 ans		25 ans et plus		Résultats pondérés		
				Avec ODV	Sans ODV	Avec ODV	Sans ODV	Avec ODV	Sans ODV	Avec ODV	Sans ODV	
	Échantillon de base	1 000	200	800	369	631	160	40	209	591		
	Pourcentage de l'échantillon	100%	20%	80%	37%	63%	16%	4%	20,9%	59,1%		
	Tout à fait d'accord (note de 8, 9 ou 10 sur 10)	35,8%	15,0%	41,0%	31,9%	38,2%	16%	11%	44,0%	40,0%	38,4%	34,2%

Cet exemple porte sur l'affirmation "Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien de faire des copies non originales d'œuvres musicales" de la section consacrée aux attitudes dans le modèle de questionnaire relatif aux produits numériques. Nous voyons ici que sur un échantillon de 1000 personnes, 35,8% (358 personnes) sont tout à fait d'accord avec cette affirmation, c'est-à-dire qu'elles lui ont attribué une note de 8, 9 ou 10 sur 10.

Sur les 1000 personnes de l'échantillon, 200 étaient âgées de moins de 25 ans et seulement 15% d'entre elles étaient tout à fait d'accord avec l'affirmation ci-dessus. Comparativement, sur les 800 personnes âgées de 25 ans et plus que comptait l'échantillon, 41% se sont dites tout à fait d'accord avec cette affirmation. On peut donc en conclure que les participants les plus susceptibles d'être opposés à la copie illégale d'œuvres musicales sont les plus âgés.

La colonne suivante indique que le nombre de personnes ayant eu l'occasion de voir la campagne médiatique (ODV) s'élève à 369 et que le pourcentage de ce sous-échantillon qui indique être tout à fait d'accord avec l'affirmation ci-dessus est de 31,9%. Par contre, parmi les 631 personnes n'ayant pas eu l'occasion de voir la campagne, ce pourcentage est de 38,2%. Il semble donc, à première vue, que les membres du sous-échantillon ODV, qui ont pourtant été exposés à la campagne, soient en fait moins enclins à partager l'affirmation en question, ce qui signifierait que la campagne n'est pas du tout efficace.

En fait, la principale explication est que les moins de 25 ans sont surreprésentés dans le groupe avec ODV, dont ils représentent 43% ((160/(160+209))), alors qu'ils ne comptent que pour 20% dans l'échantillon total. Le fait qu'ils soient globalement moins d'accord avec l'affirmation selon laquelle il n'est pas bien de faire des copies non originales d'œuvres musicales pèse à la baisse sur le résultat du groupe avec ODV. En revanche, si l'on applique un facteur de pondération à leurs réponses pour ramener à 20% la proportion des moins de 25 ans dans le groupe avec ODV et que l'on procède au même genre de calcul pour le groupe sans ODV, on s'aperçoit que les résultats pondérés que l'on obtient sont plus positifs, les personnes ayant eu l'occasion de voir la campagne étant un peu plus susceptibles (38,4% contre 34,2%) d'être opposées à la copie illégale d'œuvres musicales.

Exemple de calcul :

Pour pondérer à nouveau les résultats du groupe "avec ODV", prendre le résultat obtenu pour les moins de 25 ans avec ODV, et le multiplier par 0,2 (20%), soit la proportion des personnes interrogées de moins de 25 ans dans l'ensemble de l'échantillon. Ajouter ensuite le résultat obtenu pour les personnes interrogées de plus de 25 ans avec ODV, et le multiplier par 0,8 (80%), soit la proportion des personnes âgées de plus de 25 ans dans l'ensemble de l'échantillon.

	Moins de 25 ans	25 ans et plus	
Résultats pondérés du groupe "avec ODV" :	(16% x 20%)	+ (44% x 80%)	= 38,4%
Résultats pondérés du groupe "sans ODV" :	(11% x 20%)	+ (40% x 80%)	= 34,2%

6. COMPARAISON ENTRE TERRITOIRES

Les modèles de questionnaires sont conçus de manière à pouvoir être utilisés facilement dans plusieurs territoires. Il est tout à fait acceptable d'établir des comparaisons entre les données de différents pays ou régions, à condition d'avoir utilisé des méthodes similaires et concordantes pour les recueillir.

LÉGISLATION RELATIVE À LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES ET DES CONSOMMATEURS

Si l'on recueille des données personnelles telles que les noms et adresses des personnes interrogées, il est essentiel de bien comprendre les lois locales relatives à la gestion et au stockage de ces données. Le stockage des données personnelles est strictement réglementé dans de nombreux pays. De la même manière, l'utilisation d'automates d'appel ou d'autres systèmes automatisés pour prendre contact avec les consommateurs peut être prohibée.

Toute bonne agence spécialisée dans le travail de terrain doit avoir une parfaite connaissance de la réglementation et avoir mis en place toutes les procédures nécessaires pour s'y conformer. Elle doit en outre prendre des dispositions pour que les informations personnelles qu'elle recueille sur les personnes interrogées soient conservées séparément des données qu'elle fournit à son client et puissent être stockées et gérées aisément et sans risque de contrevenir à la législation sur la confidentialité des données.

NOTES D'ACCOMPAGNEMENT DES MODÈLES DE QUESTIONNAIRES

Introduction

Ces notes ont été établies pour accompagner les modèles de questionnaires de l'Instrument de l'OMPI relatif à la conduite d'enquêtes auprès des consommateurs sur le respect de la propriété intellectuelle et pour fournir des conseils sur la meilleure manière d'utiliser ces modèles et de les adapter en fonction de la méthode d'enquête retenue ainsi que de toute exigence particulière.

Les modèles de questionnaires sont au nombre de quatre et concernent respectivement les produits numériques, les produits et vêtements de luxe, les produits de consommation et les livres et articles. Ils sont accompagnés de modules distincts sur les logiciels informatiques et l'évaluation des campagnes médiatiques, qui peuvent être ajoutés à n'importe lequel des modèles de questionnaires.

Le présent document doit être lu en parallèle avec l'introduction, afin de faire le choix le plus approprié en ce qui concerne la méthode utilisée, l'échantillon étudié, etc.

Le modèle de questionnaire relatif aux **produits numériques** concerne les catégories de la musique, des jeux vidéo, des films, des séries télévisées et des livres, et couvre aussi bien les contrefaçons de produits tangibles, tels que les DVD, disques Blu-ray, jeux vidéo, livres, etc., que de produits numériques, tels que les téléchargements illégaux à partir d'Internet ou les sites Web donnant accès en flux continu à des contenus non autorisés.

Le modèle de questionnaire relatif aux **livres et articles** concerne les livres destinés au grand public, tels que romans et ouvrages documentaires, ainsi que les livres audio, les articles académiques et les manuels scolaires. Les livres figurent également parmi les catégories couvertes par le modèle de questionnaire sur les produits numériques, mais celui-ci est plus approfondi et vise à recueillir des informations beaucoup plus détaillées.

Le modèle de questionnaire relatif aux **produits de consommation** concerne tout un éventail de produits de consommation courante, tels que les biscuits, les gâteaux, le vin ou la bière, ainsi que d'autres produits du commerce de détail, dont les cosmétiques, les médicaments, les cigarettes, les boissons non alcoolisées, les pièces automobiles, les cartouches d'encre, les petits appareils électriques, etc.

Le modèle de questionnaire relatif aux **produits et vêtements de luxe** concerne les produits de marques de créateurs et les produits de marques, notamment dans le domaine de l'habillement, ainsi que d'autres catégories de produits de luxe tels que les parfums, les chaussures et les sacs à main. Certaines questions font également état des lignes de vêtements vendues par les magasins de détail et les supermarchés sous leur propre marque, non pour en faire un sujet d'étude à part entière, mais pour les distinguer clairement des marques de créateurs.

Le **module sur les logiciels informatiques** peut être ajouté à n'importe lequel des modèles de questionnaires principaux pour augmenter le nombre de questions portant sur l'utilisation de logiciels pirates – chaque modèle de questionnaire contient un repère indiquant l'endroit où ce module doit être ajouté, le cas échéant.

Le **module pour l'évaluation des campagnes médiatiques** peut également être ajouté à n'importe lequel des modèles de questionnaires principaux afin d'y ajouter, si on le souhaite, des questions supplémentaires visant à évaluer l'efficacité de campagnes médiatiques récemment menées sur le marché. Chaque modèle de questionnaire principal contient un repère indiquant l'endroit où ce module doit être ajouté, le cas échéant.

Notes explicatives dans les questionnaires

Les questionnaires sont conçus a priori pour être administrés en ligne.

Certains des textes qu'ils contiennent sont destinés à être vus par les personnes interrogées, à savoir l'introduction et les questions proprement dites. Si les questionnaires sont administrés dans le cadre d'un entretien face à face ou par téléphone par un enquêteur, ce dernier lit le texte de l'introduction aux participants. Dans les documents des questionnaires, ce texte est mis en évidence par des italiques et précédé de l'instruction "TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX".

Toutes les instructions à l'intention de l'enquêteur sont en lettres capitales de couleur verte. Les notes destinées à l'aider à adapter le questionnaire sont en bleu et entre crochets.

Certaines questions sont précédées d'instructions visant à orienter le déroulement du questionnaire, telles que "QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES" OU "QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT MAIS QU'ELLE N'A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS". Si le questionnaire est administré selon la méthode sur support papier, ces instructions doivent être imprimées sur les documents utilisés, pour que l'enquêteur puisse les suivre. Dans le cas d'un questionnaire destiné à être administré par un ordinateur, elles s'adressent au programmeur, à qui elles permettent d'agencer l'enquête en lui indiquant clairement quelles sont les questions à montrer à chaque participant et les éléments de chaque question qui doivent être reportés sur les questions suivantes.

La plupart des questions fermées sont suivies de la mention "PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES" ou "UNE SEULE RÉPONSE". Dans le premier cas, les participants doivent être invités à donner toutes les réponses qu'ils jugent pertinentes; en revanche, lorsque la mention "UNE SEULE RÉPONSE" accompagne la question, ils doivent fournir uniquement la réponse qui, à leur avis, s'applique le mieux.

Lorsque l'enquête est administrée en personne selon la méthode sur support papier, la liste des réponses possibles à chaque question fermée doit être imprimée sur une fiche destinée à être

présentée aux personnes interrogées lorsque la question leur est posée. Si la méthode d'administration retenue est celle de l'appel téléphonique, les réponses possibles doivent être lues par l'enquêteur à la personne interrogée. Lorsque le questionnaire est auto-administré en ligne, la liste complète des réponses possibles doit être affichée pour que le participant puisse sélectionner sa ou ses réponses.

Numérotation des questions

Les modèles de questionnaires sont conçus de manière à ce que leurs utilisateurs puissent les adapter aux besoins particuliers de leur territoire, en ajoutant ou en retirant des catégories de produits ou de détaillants, selon le cas. La numérotation des questions est séquentielle. Si d'autres questions sont ajoutées, il importe de les numéroter en utilisant le même ordre séquentiel. La manière la plus simple de procéder est de reprendre par "copier-coller" l'un des autres numéros de questions, en veillant bien à choisir un numéro de début de séquence (par exemple Q9a), plutôt qu'un numéro ultérieur (par exemple Q9b). La suite de la numérotation se fait au moyen de la mise en signet dans Word, c'est-à-dire en ombrant avec la souris le texte à mettre en signet (par exemple le 9 de Q9a), puis en cliquant sur "Insérer" dans la barre d'outils et en sélectionnant "Signet" dans le groupe "Liens". Pour mettre à jour la numérotation, toujours dans Word, il faut appuyer simultanément sur les touches CTRL et A pour sélectionner l'ensemble du texte, puis appuyer sur la touche F9 pour effectuer la mise à jour.

Adaptation des questionnaires

Les modèles de questionnaires sont destinés à être adaptés selon les besoins des différents territoires. Il est possible d'y ajouter des questions de classement, des énoncés visant à préciser l'évaluation des attitudes, des types de détaillants ou des catégories supplémentaires. De la même façon, des catégories considérées comme inutiles pour un territoire donné peuvent être retirées. On peut même supprimer des sections entières si on le souhaite, par exemple la section sur les jeux vidéo du modèle de questionnaire relatif aux produits numériques, si celle-ci n'est pas nécessaire.

Il est important de respecter l'ordre des questions ainsi que leur numérotation et leur enchaînement, quoique la comparaison des données d'une enquête à une autre reste possible du moment que les directives générales ont été suivies et que les échantillons de participants sélectionnés sont similaires.

Détail des documents des questionnaires

1. Section d'introduction

Qu'il soit administré par téléphone, en personne ou en ligne, un questionnaire d'enquête commence toujours par un texte introductif, sous une forme ou une autre. La formulation exacte est à adapter selon la méthode d'enquête adoptée, mais le contenu est toujours à peu près le même. Il est important de remercier les personnes interrogées de bien vouloir prendre part à l'enquête, de leur donner une idée de ce à quoi elles doivent s'attendre, notamment en ce qui concerne la durée prévue de l'entretien, et de les rassurer quant au caractère confidentiel de leurs réponses. Le texte met généralement l'accent sur le fait que la personne va participer à une véritable étude de marché et non à un exercice de vente, et que l'enquête sera conduite conformément à la réglementation de l'organisme représentatif de l'industrie locale – au Royaume-Uni, par exemple, la Market Research Society. L'exemple de texte donné dans les modèles de questionnaires suppose que l'administration proprement dite de l'enquête sera assurée par une agence d'études de marché, et prévoit donc un espace pour inscrire le nom de cette agence. Si cela n'est pas le cas, il conviendra d'écrire à cet endroit le nom de l'organisme chargé de conduire l'enquête.

La garantie de confidentialité est particulièrement importante dans le cas du présent instrument, dans la mesure où les enquêtes concernées portent sur des comportements qui sont illégaux dans certains pays.

2. Sélection sur les caractéristiques démographiques des personnes interrogées

Les premières questions posées dans toute enquête portent normalement sur des caractéristiques démographiques assez élémentaires. Cela répond à deux besoins. Tout d'abord, les questions démographiques servent toutes à des fins de classement des personnes interrogées et d'analyse de sous-groupes. D'autre part, certaines de ces questions ont également pour but de vérifier que l'échantillon sélectionné est représentatif de la population cible. Par exemple, si l'échantillon est censé représenter la population nationale adulte, les quotas ciblés doivent être établis sur la base de données démographiques spécifiques telles que l'âge et le sexe, afin d'assurer une représentation exacte des proportions de la population nationale indiquées par les données du recensement.

On ne pose normalement en début d'enquête que les questions à caractère démographique qui sont nécessaires à l'établissement d'un échantillon selon la méthode des quotas; les autres questions de classement ne sont généralement posées, le cas échéant, qu'à la fin de l'enquête. Il y a plus de chances qu'une personne fatiguée par un entretien reste suffisamment intéressée pour aller jusqu'à la fin du processus si les dernières questions qui lui sont posées sont d'ordre démographique, c'est-à-dire factuelles, plutôt que si elles nécessitent de sa part un effort de réflexion.

Les questions figurant dans les exemples des documents des questionnaires concernent l'âge, le sexe, la situation professionnelle et la région d'appartenance des personnes interrogées, mais celles qui doivent être posées dans les enquêtes réelles dépendront des données de recensement disponibles et de la réglementation des territoires concernés.

3. Questions portant sur l'âge des personnes interrogées

Plusieurs exemples de questions relatives au classement selon l'âge des personnes interrogées sont proposés. La donnée la plus utile et qu'il faut toujours s'efforcer d'obtenir si possible est l'âge exact de la personne. Il est toujours possible d'agréger les données par tranche d'âge pour permettre les comparaisons avec un échantillon déterminé par quotas, mais si les données ont été collectées par tranche d'âge, sans autre critère, on ne peut pas les scinder par catégories.

Si une comparaison des données entre pays doit être effectuée et que les limites d'âge supérieure et inférieure utilisées sont légèrement différentes ou si des tranches d'âge différentes ont été utilisées aux fins de comparaison avec des données de recensement national, le fait d'avoir l'âge réel de la personne interrogée permet toujours de recoder les données de manière à obtenir des tranches d'âge comparables pour effectuer une comparaison entre pays.

S'il n'est pas possible de recueillir l'âge exact de la personne interrogée ou si cette dernière refuse de l'indiquer, il est toujours utile de poser immédiatement après une question portant sur des tranches d'âge, car on a alors une meilleure chance d'obtenir une réponse – une telle question doit néanmoins être toujours posée à titre complémentaire, et non à titre de question principale visant à connaître l'âge de la personne interrogée.

4. Vérification du respect des quotas

Une fois que les réponses aux questions sur les caractéristiques démographiques ont été obtenues, il convient de décider si l'entretien doit être poursuivi ou non. Lorsqu'un ordinateur est utilisé pour administrer le questionnaire, que ce soit face à face, en ligne ou par téléphone, le logiciel d'enquête vérifie, à ce stade, que la personne interrogée répond bien aux critères de sélection lui permettant de participer à l'enquête. Par exemple, si la répartition d'une population est de 49% d'hommes et 51% de femmes selon les statistiques de recensement et que 510 entretiens ont déjà été réalisés avec des femmes sur un d'une femme à l'enquête, de manière à ce que les résultats soient représentatifs de l'échantillon cible total de 1000, le programme écarte toute nouvelle participation population de base sur les critères sélectionnés.

Lorsque le questionnaire est administré par un enquêteur, par exemple selon la méthode du papier et du crayon, il doit comporter, à ce stade, des instructions précises à l'intention de l'enquêteur quant à la manière de vérifier s'il a rempli les quotas établis, et donc s'il doit poursuivre ou non les entretiens. Lorsque l'enquête est conduite selon cette méthode manuelle, le mieux est de donner à chaque enquêteur un nombre précis d'entretiens à réaliser, par exemple 10 au total, dont un maximum de cinq avec des hommes et cinq avec des femmes. Les quotas s'appliquant à l'ensemble des enquêteurs qui administrent le questionnaire, ils sont normalement atteints une fois tous leurs résultats agrégés.

5. Questionnaire filtre et questionnaire principal

Lorsque l'enquêteur gère l'ensemble du processus, c'est-à-dire qu'il sélectionne des personnes à interroger dans un premier lieu, par exemple un centre commercial, puis prend rendez-vous pour un entretien à une date ultérieure dans un deuxième lieu, par exemple le domicile du participant retenu, le questionnaire est normalement scindé en deux. La première partie est un questionnaire filtre dont les questions vont jusqu'à la vérification du respect des quotas; si le profil de la personne concernée répond aux critères établis, l'enquêteur doit prendre un rendez-vous pour l'administration du questionnaire principal. Le reste du document est alors imprimé séparément pour être utilisé au cours de l'entretien au domicile de la personne interrogée et doit ensuite être joint de nouveau au questionnaire filtre ayant servi à la sélectionner.

6. Introduction au questionnaire principal

Une fois que l'on a la certitude qu'une personne remplit les conditions requises pour prendre part à l'enquête, il convient de lui expliquer en quoi consiste la tâche à accomplir. Le texte de l'introduction doit alors lui être lu ou présenté pour lui expliquer par exemple, selon le modèle utilisé, que l'enquête portera sur les produits numériques de divertissement, les achats de vêtements et autres articles de mode que la personne pourrait faire dans des magasins ou en ligne pour elle-même ou sa famille, ou d'autres achats qu'elle peut être amenée à faire pour elle-même ou sa famille dans un supermarché ou en magasin.

Des modifications devront vraisemblablement être apportées à ce texte, selon les catégories exactes de produits sur lesquels porteront les questions suivantes et les habitudes d'achat propres au territoire sur lequel doit être conduite l'enquête.

Ce modèle de questionnaire devrait idéalement être utilisé dans le cadre d'études de suivi, c'est-à-dire dans lesquelles le contact est repris avec la personne interrogée, par exemple tous les 6 ou 12 mois, pour faire le point sur l'évolution de ses comportements et attitudes. S'il ne s'agit pas d'une telle étude mais plutôt d'une enquête isolée, il pourra être intéressant d'ajouter la question facultative visant à déterminer, pour chaque type de

produit dont la personne interrogée a acheté des contrefaçons, si ce comportement a évolué à la hausse ou à la baisse au cours des 12 mois précédents.

On observera que l'une des options de la question relative aux raisons pour lesquelles la personne interrogée achète des contrefaçons est "Une autre raison", suivie de l'instruction "Veuillez préciser laquelle _____". Cette option est également proposée dans plusieurs autres questions, le but étant de donner aux participants une autre possibilité de s'exprimer. Il est important de laisser un blanc, dans ce cas, pour que la personne puisse indiquer ladite raison, car cette information ne pourrait pas être recueillie autrement. Bien que tout soit mis en œuvre dans la conception des modèles de questionnaires pour recenser toutes les possibilités de réponse aux questions fermées, il peut toujours exister une autre raison importante qui n'avait pas été envisagée.

Si le nombre d'"autres raisons" recueillies est suffisant, ces dernières seront regroupées et pourront être analysées avec celles de la liste fermée. Toute autre raison mentionnée par un nombre suffisant de personnes interrogées doit être ajoutée aux données principales et analysée comme si elle avait fait partie intégrante du questionnaire original. Le seuil exact dépend de la question et de la taille de l'échantillon, mais d'une manière très générale, toute autre raison mentionnée par 3% ou plus des personnes interrogées devrait être ajoutée à la liste fermée.

7. Questionnaire principal : produits numériques

La question suivante permet de savoir si la personne interrogée utilise ou non l'une – ou plusieurs – des catégories de produits énumérées; les réponses peuvent être utilisées dans des questions ultérieures. Par exemple, si cette personne n'utilise jamais de jeux vidéo, il convient de prévoir des instructions pour qu'aucune autre question ne lui soit posée sur les jeux vidéo.

Les réponses à ces premières questions sont également utiles à la définition du cadre de toute analyse. Par exemple, lorsque l'on examine la fréquence des comportements illicites, il est utile de la comparer à celle des utilisations conformes à la loi dans la catégorie concernée, ainsi qu'à l'ensemble de la population. Il peut ainsi être instructif de faire une comparaison entre le pourcentage des personnes qui téléchargent illégalement de la musique et le nombre total de personnes qui écoutent de la musique chaque semaine ou de regarder quelle est la part de la population totale qui télécharge de la musique d'une manière illégale.

Des codes de couleur sont associés aux différents types de divertissement dans cette première question, et il importe de toujours présenter ou énumérer conjointement les ensembles correspondant à un même code de couleur. Les codes de couleur visent à faire mieux comprendre de quelle manière les entretiens doivent être organisés. Aucun code de couleur ne doit être attribué aux textes destinés à être montrés aux personnes interrogées.

La première partie visant à déterminer les catégories de produits utilisés est suivie de sections distinctes pour la musique, les jeux vidéo, les films, les séries télévisées et les livres. Il est recommandé de modifier l'ordre dans lequel ces sections sont présentées aux différents membres de l'échantillon, afin d'éviter d'introduire un biais dans les réponses. Par exemple, si une personne voit la section relative à la musique suivie de celles sur les jeux vidéo, les films et les séries télévisées, une autre personne devrait voir d'abord la section des séries télévisées puis, peut-être, la section sur les films suivie des jeux vidéo et de la musique, et ainsi de suite.

Sections sur la musique, les jeux vidéo, les films, les séries télévisées et les livres

Ces sections sont toutes structurées à peu près de la même manière. La première question sert à déterminer dans quelle mesure la personne interrogée est informée en matière de consommation de la catégorie de produits concernée et dans quelle mesure elle en est elle-même consommatrice, le cas échéant. Elle énumère à cet effet des pratiques de consommation légales et illégales, dans le désordre (les pratiques illégales apparaissent dans des cellules de couleur pour favoriser la clarté du questionnaire, mais doivent être présentées à la personne interrogée sous une forme rigoureusement identique (couleur, police de caractères, ombrage, etc.) à celle des pratiques de consommation légales). D'autres questions sont prévues ensuite pour les personnes qui répondent avoir acheté ou utilisé des contenus par des moyens illégaux. Des instructions sont fournies pour chaque question afin d'orienter le cheminement du questionnaire. Les personnes qui répondent qu'elles n'ont acheté ou ne se sont procuré aucun article illicite au cours des 12 derniers mois doivent être orientées vers la section suivante.

8. Questionnaire principal : livres et articles

Le modèle de questionnaire relatif aux livres et articles est structuré de la même manière que celui sur les produits numériques, et les catégories qu'il concerne sont celles des livres destinés au grand public, des livres audio, des articles académiques et des manuels scolaires. Lorsqu'il est établi que la personne interrogée utilise les produits d'une catégorie, l'entretien est orienté vers différentes sections. S'il est logique de poser à toutes les personnes interrogées les questions relatives aux livres destinés au grand public et aux livres audio, il est recommandé de réserver celles sur les manuels scolaires et les articles académiques aux personnes ayant dit utiliser ces produits, lesquelles représentent généralement un groupe restreint.

Comme dans le cas du questionnaire sur les produits numériques, il est recommandé d'effectuer une rotation entre les différentes catégories de questions afin d'éviter un biais dû à l'ordre dans lequel elles sont présentées. Chaque catégorie comporte des questions complémentaires à l'intention des personnes qui utilisent des contrefaçons, ainsi que des instructions précises concernant le cheminement des questions, notamment afin de s'assurer que les personnes n'utilisant pas de contrefaçons soient dirigées vers la section suivante.

9. Questionnaire principal : produits de consommation

À la fin de la section relative aux données démographiques de ce questionnaire, il est demandé à la personne interrogée si elle participe aux achats de produits de consommation courante dans son ménage. Cette information sera prise en compte dans l'analyse des réponses aux questions sur les contrefaçons de produits de consommation courante. Dans une étude portant sur les comportements d'achat de produits de consommation, il est utile d'analyser à la fois ceux des personnes chargées des achats de consommation courante et ceux de l'ensemble de la population.

La question suivante (Q7) porte sur une liste de catégories de produits, comme dans le cas des produits de luxe et des produits numériques. Elle est déterminante, car elle permet de savoir dans quelle mesure chacune de ces catégories est utilisée globalement, et fournit un cadre utile de comparaison avec les achats de contrefaçons dans chaque catégorie. Elle donne en outre des informations concernant l'enchaînement des questions et permet d'éviter de poser aux participants des questions portant sur des catégories de produits qu'ils n'achètent pas.

Une fois qu'il a été établi que la personne interrogée utilise la catégorie de produits dans son ensemble, les questions s'orientent vers les contrefaçons de ces produits; elles

portent sur la connaissance qu'en a la personne, l'utilisation qu'elle en fait, puis sur les points de vente utilisés, les motivations, etc. Des instructions sont fournies, une fois encore, en ce qui concerne le cheminement des questions.

La liste des produits de consommation contient les "DVD ou disques Blu-ray", les "CD de musique" et les "livres (pour la lecture de loisir)". La présence de ces catégories permet des comparaisons plus approfondies avec les résultats des autres questionnaires.

Lorsque l'on adapte ce questionnaire pour l'utiliser dans un territoire déterminé, il importe d'ajouter les catégories qui ont une importance particulière dans ce dernier, et de retirer, le cas échéant, celles qui n'en ont pas. De la même manière, on peut proposer des réponses supplémentaires aux questions relatives aux lieux dans lesquels la personne interrogée a vu des contrefaçons en vente, en ajoutant des colonnes, par exemple pour les "kiosques" ou les "vendeurs de rue", selon la situation dans le territoire concerné.

10. Questionnaire principal : produits et vêtements de luxe

La première question de la section principale du questionnaire vise à savoir si la personne interrogée a acheté au cours des 12 derniers mois des produits de certaines catégories. Les réponses peuvent être réutilisées dans des questions ultérieures – par exemple, si la personne n'a acheté aucun parfum au cours des 12 derniers mois, aucune autre question relative aux parfums ne lui sera posée.

Les réponses à ces questions initiales sont également utiles parce qu'elles permettent de définir un cadre. Par exemple, lorsque l'on examine la fréquence des comportements illicites, il est utile de la comparer à celle de l'utilisation des produits de la catégorie considérée, ainsi qu'à l'ensemble de la population. Ainsi, il est instructif de mesurer la proportion en pourcentage des personnes qui achètent des contrefaçons de produits de marque par rapport au total des personnes qui achètent des produits authentiques, ainsi que par rapport à l'ensemble de la population.

Lorsque l'on adapte ce questionnaire pour l'utiliser dans un territoire déterminé, il importe d'ajouter les catégories de produits de luxe qui ont une importance particulière dans ce dernier, et de retirer, le cas échéant, celles qui n'en ont pas. De la même manière, on peut proposer des réponses supplémentaires aux questions relatives aux lieux dans lesquels la personne interrogée a vu des contrefaçons en vente, en ajoutant des colonnes, par exemple pour les "kiosques" ou les "vendeurs de rue", selon la situation dans le territoire concerné.

Des questions complémentaires sont prévues pour les personnes qui disent avoir acheté, sciemment ou non, des produits de contrefaçon. Des instructions sont fournies pour chaque question afin d'orienter le cheminement du questionnaire.

11. Module sur les logiciels informatiques

Le module sur les logiciels informatiques est conçu pour pouvoir être ajouté à importe lequel des quatre modèles de questionnaires principaux. Il se limite à 10 questions portant sur l'utilisation de logiciels par la personne interrogée, qu'il s'agisse de systèmes d'exploitation ou de logiciels grand public tels que suites bureautiques ou logiciels de retouche photographique ou de montage de vidéos. Ce module doit être inséré à l'endroit indiqué dans chacun des quatre modèles de questionnaires principaux, de manière à éviter toute incidence sur la structure d'ensemble de ces derniers ou sur la cohérence des résultats.

12. Section sur les attitudes à l'égard du piratage

Cette section est utilisée pour mesurer les attitudes des personnes interrogées à l'égard du piratage de plusieurs catégories de produits, en général. Il serait possible d'élaborer des questionnaires spéciaux pour chacune des catégories : musique, films, jeux vidéo et séries télévisées, chaussures, sacs à main, vêtements de marques de créateurs, parfums, gâteaux, biscuits, cigarettes, cosmétiques, etc., mais cela rendrait le processus long, fastidieux et répétitif pour les personnes interrogées, dont la lassitude se répercuterait sur la qualité des données recueillies.

L'ordre dans lequel sont présentées les attitudes devrait être aléatoire ou, au minimum, comporter des variations. Cela se fait assez simplement lorsque le questionnaire est administré par un ordinateur. Lorsque le questionnaire est conçu pour être administré manuellement, il contient habituellement des instructions indiquant à l'enquêteur que la liste des questions doit être lue de haut en bas pour le premier entretien, de bas en haut pour le suivant, etc.

Dans chacun des modèles de questionnaires, un certain nombre d'attributs propres au secteur concerné sont énumérés à la fin de la liste principale; si les éléments de cette liste doivent être présentés selon un ordre aléatoire, les attributs propres au secteur doivent toujours être regroupés, et les questions les concernant doivent toujours être posées en dernier.

Au stade de l'analyse, les réponses aux questions relatives aux attitudes doivent être présentées sous forme de tableau à double entrée afin de comparer les réponses des personnes qui achètent ou se procurent des contrefaçons et de celles qui ne le font pas. Ce traitement permet de voir quelles sont les attitudes qui différencient ces deux groupes de participants.

13. Section pour l'évaluation des campagnes médiatiques

Lorsque cela est nécessaire, la section pour l'évaluation des campagnes médiatiques peut être ajoutée au questionnaire, après la section sur les attitudes (voir document séparé). Il est important qu'elle soit placée après cette section afin d'éviter que les personnes interrogées ne soient influencées dans leurs réponses aux questions portant sur leurs attitudes par le fait qu'elles ont déjà vu le matériel publicitaire concerné.

14. Questions supplémentaires sur les caractéristiques démographiques

Une dernière section peut être ajoutée à la fin du questionnaire, une fois l'entretien principal terminé, pour obtenir des informations démographiques et de classement supplémentaires. Les réponses à ces questions doivent être utilisées pour scinder l'échantillon en différents sous-groupes à des fins d'analyse et de vérification d'hypothèses. Une liste de questions démographiques supplémentaires est suggérée dans un autre document, mais ne doit en aucun cas être considérée comme exhaustive.

15. Conclusion de l'entretien

Il est important de faire figurer à la fin du questionnaire des instructions concernant la manière de conclure l'entretien.

Si le questionnaire est destiné à être administré par un enquêteur formé, ces instructions doivent comprendre un texte que celui-ci doit être invité à lire pour remercier la personne interrogée d'avoir bien voulu prendre le temps de participer à l'enquête.

Si le questionnaire est destiné à être rempli par la personne interrogée, sans l'intervention d'un enquêteur, par exemple sur un écran d'ordinateur, le programme doit afficher un message clair indiquant à la personne interrogée que l'enquête est terminée et la remerciant de sa participation.

Pour plus d'informations, veuillez contacter l'OMPI (www.wipo.int).

Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
34, chemin des Colombettes
Case postale 18
1211 Genève 20
Suisse
Tél. : + 41 22 338 91 11
Tlcp. : + 41 22 733 54 28
enforcement@wipo.int

**Instrument de l'OMPI relatif à la conduite d'enquêtes auprès
des consommateurs sur le respect de la propriété
intellectuelle**

MODÈLES DE QUESTIONNAIRES

MODELE DE QUESTIONNAIRE COUVRANT LES PRODUITS NUMERIQUES

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : “Bonjour, je vous remercie d’avoir accepté de participer à cette enquête. Je travaille pour [nom de l’agence] et, à ce titre, j’aimerais vous poser quelques questions sur l’achat et l’utilisation de produits numériques dont vous faites usage à la maison ou à l’extérieur, à savoir de musique, logiciels informatiques, films, séries télévisées, livres électroniques et jeux vidéo.

Soyez assuré(e) qu’il s’agit d’une étude de marché véritable et que vos réponses seront traitées de manière strictement confidentielle. [Ajoutez une déclaration indiquant que vous effectuez des études de marché conformément à la législation applicable aux organismes de recherche nationaux.]”

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q1a Quel est votre âge?

QUESTION À POSER SI LA PERSONNE INTERROGÉE REFUSE D’INDIQUER SON ÂGE À LA Q1a

Q1b Dans quelle tranche d’âge vous situez-vous?

UNE SEULE RÉPONSE

Exemple A	Exemple B	Exemple C
13 ans ou moins [INTERROMPRE]	13 ans ou moins [INTERROMPRE]	13 ans ou moins [INTERROMPRE]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70 et +	55 et +
55-59		
60-64		
65 et +		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q2 Vous êtes...

UNE SEULE RÉPONSE

[Note : dans le cas d’un entretien en face à face, l’enquêteur répond lui-même à cette question]

Un homme ☐

Une femme ☐

Préfère ne pas répondre ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q3 Quelle est votre situation professionnelle actuelle?

UNE SEULE RÉPONSE

- Travail à temps plein (35 heures par semaine et plus) ☐
- Travail à temps partiel..... ☐
- Femme/Homme au foyer..... ☐
- Étudiant(e)..... ☐
- Retraité(e) ☐
- Sans emploi ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q4 Dans laquelle de ces régions habitez-vous?

UNE SEULE RÉPONSE

- Région 1..... ☐
- Région 2..... ☐
- Région 3..... ☐
- Région 4..... ☐
- Région 5..... ☐
- Région 6..... ☐
- Région 7..... ☐
- Région 8..... ☐
- Région 9..... ☐

VÉRIFICATION DU RESPECT DES QUOTAS

VEUILLEZ VÉRIFIER QUE LES EXIGENCES EN MATIÈRE DE QUOTAS DE REPRÉSENTATIVITÉ SONT RESPECTÉES.

SI **CE N'EST PAS LE CAS**, REMERCIEZ LA PERSONNE INTERROGÉE POUR SA DISPONIBILITÉ ET TERMINEZ L'ENTRETIEN.

SI **C'EST LE CAS**, VOUS POUVEZ PASSER À LA PARTIE PRINCIPALE DU QUESTIONNAIRE.

Partie principale de l'enquête – utilisation des différentes catégories

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : “Cette enquête porte sur les produits et services numériques que vous utilisez à la maison ou à l’extérieur, à savoir la musique, les logiciels informatiques, les films, les séries télévisées, les livres électroniques et les jeux vidéo...”

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q5 En vous fondant sur vos propres activités, plutôt que sur celles de votre ménage de manière générale, à quelle fréquence menez-vous les activités suivantes :

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE DE DIVERTISSEMENT

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE / LIRE À HAUTE VOIX, EN RESPECTANT LES BLOCS DE COULEUR		Jamais	Moins d'une fois par mois	Plus d'une fois par mois mais moins d'une fois par semaine	Plus d'une fois par semaine mais pas tous les jours	Tous les jours ou plusieurs fois par jour
	Naviguer sur l'Internet à la recherche de divertissement					
	Écouter de la musique					
Films	Regarder un film au cinéma					
	Regarder un film à la maison sur un écran de télévision ou un grand écran (y compris un ordinateur portable ou un autre appareil relié à la télévision)					
	Regarder un film sur un appareil portable à la maison ou à l'extérieur (lecteur DVD portable, ordinateur portable, tablette ou téléphone) – Note : si l'appareil est relié à la télévision, veuillez remplir la ligne “télévision” ci-dessus					
Séries télévisées	Regarder une série télévisée à la maison sur un écran de télévision ou un grand écran (y compris un ordinateur portable ou un autre appareil relié à la télévision)					
	Regarder une série télévisée sur un appareil portable à la maison ou à l'extérieur (lecteur DVD portable, ordinateur portable, tablette ou téléphone) – Note : si l'appareil est relié à la télévision, veuillez remplir la ligne “télévision” ci-dessus					
Jeux vidéo	Jouer à des jeux vidéo sur une console de jeux reliée à une télévision ou sur un ordinateur					
	Jouer à des jeux vidéo sur une console de jeux portable					
	Jouer à des jeux vidéo sur un smartphone ou une tablette					
Livres	Lire un livre, de poche ou à couverture rigide					
	Acheter ou se procurer un livre, de poche ou à couverture rigide, en vue de le conserver					
	Lire un livre électronique					
	Acheter ou se procurer un livre électronique en vue de le conserver					
	Écouter un livre audio					

LES SECTIONS SUIVANTES COMPORTENT DES QUESTIONS SUR LA MUSIQUE, LES JEUX VIDÉO, LES FILMS, LES SÉRIES TÉLÉVISÉES ET LES LIVRES. CES SECTIONS SONT FACULTATIVES, VOUS POUVEZ SUPPRIMER TOUTE SECTION NON REQUISE. IL EST RECOMMANDÉ D'ALTERNER L'ORDRE DE PRÉSENTATION DES SECTIONS.

SECTION MUSIQUE

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : “Je vais maintenant vous présenter une liste de différents moyens permettant d’acheter, de se procurer et d’écouter des œuvres musicales de nos jours.” [Remplacer “vous présenter” par “vous lire” dans le cas d’un entretien par téléphone.]

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q6a Parmi ces moyens permettant d’acheter, de se procurer ou d’écouter des œuvres musicales, pourriez-vous nous indiquer desquels vous aviez entendu parler personnellement avant aujourd’hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ÉCOUTER DE MUSIQUE, PASSER À LA Q6d QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q6a

Q6b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter, vous procurer ou écouter des œuvres musicales au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉS À LA Q6b

Q6c En pensant à la façon dont vous écoutez de la musique la plupart du temps, quel est *le* moyen que vous utilisez le plus souvent ces derniers temps pour vous procurer les œuvres musicales que vous écoutez?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q6a, MAIS QU’ELLE N’A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, INDIQUÉS À LA Q6b

Q6d Parmi les moyens que vous n’utilisez pas actuellement, y’en a-t-il certains que vous utilisiez il y a deux ou trois ans mais que vous n’utilisez plus ces derniers temps?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

RENDRE ALÉATOIRE OU ALTERNER L’ORDRE D’AFFICHAGE, À L’EXCEPTION DES RÉPONSES L ET M QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN	Q6a Je connais	Q6b J’utilise actuellement	Q6c J’utilise le plus souvent	Q6d J’utilisais avant
Acheter un disque vinyle	☐			
Acheter un CD original				
Acheter un CD non original/copié, ou acheter des fichiers mp3 sur une clé USB				
Acheter un fichier numérique en téléchargement sur un site officiel en vue de le conserver				
Télécharger gratuitement depuis une source en ligne				
Télécharger/Copier des fichiers d’un ami				
Utiliser un service par abonnement exigeant d’écouter des publicités pour ne pas avoir à payer de cotisation (par exemple Spotify)				
Utiliser un service par abonnement en échange d’une cotisation mensuelle (par exemple Spotify)				
Écouter la radio				
Copier à partir d’une vidéo YouTube ou un autre site similaire				
Acheter un CD, un vinyle, une cassette, etc., d’occasion				
Un autre moyen veuillez préciser lequel : _____)				
Aucun de ces moyens/Je n’achète ni ne me procure jamais d’œuvres musicales				

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ÉCOUTER DE MUSIQUE, PASSER À LA Q13 (section suivante)

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR CHAQUE MOYEN UTILISÉ AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉ À LA Q6b

Q7 S'agissant des différentes façons dont vous avez acheté, vous êtes procuré ou avez écouté des œuvres musicales récemment, pourriez-vous nous indiquer pour chacun des moyens que vous avez mentionnés dans la réponse à la question précédente si vous l'utilisez plus, moins ou à peu près autant qu'il y a 12 mois pour vous procurer ces œuvres musicales?

UNE SEULE RÉPONSE PAR MOYEN UTILISÉ

L'ORDRE D'AFFICHAGE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q6	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
A. Acheter un disque vinyle	☐		
B. Acheter un CD original			
C. Acheter un CD non original/copié, ou acheter des fichiers mp3 sur une clé USB			
D. Acheter un fichier numérique en téléchargement sur un site officiel en vue de le conserver			
E. Télécharger gratuitement depuis une source en ligne			
F. Télécharger/Copier des fichiers d'un ami			
G. Utiliser un service par abonnement exigeant d'écouter des publicités pour ne pas avoir à payer de cotisation (par exemple Spotify)			
H. Utiliser un service par abonnement en échange d'une cotisation mensuelle (par exemple Spotify)			
I. Écouter la radio			
J. Copier à partir d'une vidéo YouTube ou un autre site similaire			
K. Acheter un CD, un vinyle, une cassette, etc., d'occasion			
L. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, E, F OU J À LA Q6b CI-DESSUS

Q8a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des copies non originales d'œuvres musicales au cours des 12 derniers mois. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré ou avez écouté des œuvres musicales par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, E, F OU J À LA Q6b CI-DESSUS

Q8b Parmi toutes ces raisons, laquelle est LA plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q8a Toutes les raisons	Q8b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès au morceau avant sa sortie dans ce pays		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir un morceau à un prix inférieur à celui de la copie originale ou gratuitement		
Praticité : pour pouvoir obtenir de la musique quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les copies originales d'œuvres musicales coûtent trop cher		
Facilité d'usage : parce qu'il est plus facile de manier et de conserver les copies numériques non originales que les copies originales		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les copies originales		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des œuvres musicales de cette		

manière que d'acheter des copies originales dans un magasin ou en ligne		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE C À LA Q6b CI-DESSUS (ACHETER DES COPIES NON ORIGINALES SUR CD OU CLÉ USB)

Q9 Vous avez mentionné avoir acheté au moins un CD non original ou des fichiers mp3 sur une clé USB : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q9

Q10 Vous est-il arrivé d'acheter de la musique au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'une copie originale avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'une copie non originale une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'une copie originale
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, E, F OU J À LA Q6b CI-DESSUS (ACHETER/UTILISER DES COPIES NON ORIGINALES D'ŒUVRES MUSICALES)

Q11 Vous avez indiqué vous procurer parfois des copies non originales d'œuvres musicales. Que pensez-vous de la qualité des copies non originales que vous vous êtes procurées par ce moyen?

UNE SEULE RÉPONSE

La qualité est...	Copies non originales d'œuvres musicales
Nettement inférieure à celle des copies originales	
Légèrement inférieure à celle des copies originales	
À peu près identique à celle des copies originales	
Légèrement supérieure à celle des copies originales	
Nettement supérieure à celle des copies originales	

Question concernant les facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Si la question relative aux facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur doit être ajoutée dans la catégorie "musique", elle devrait être insérée ci-après (voir le modèle de question à la Q48).

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q12a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant de télécharger, de partager ou d'écouter en continu de la musique en ligne met à disposition des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE
QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q12b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un CD vendu dans un magasin ou sur un étal de marché est une copie originale ou non originale?

UNE SEULE RÉPONSE
QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q12c Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un CD vendu sur un site de vente aux enchères en ligne est une copie originale ou non originale?

UNE SEULE RÉPONSE

	Q12a Télécharger/Écouter en continu en ligne	Q12b Acheter un CD dans un magasin/sur un étal de marché	Q12c Acheter un CD sur un site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)			
Assez confiant(e)			
Pas vraiment confiant(e)			
Pas du tout confiant(e)			
Je ne sais pas			

SECTION JEUX VIDÉO

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Je vais maintenant vous présenter une liste de différents moyens permettant d’acheter et de se procurer des jeux vidéo et de jouer à de tels jeux de nos jours.”*
[Remplacer “vous présenter” par “vous lire” dans le cas d’un entretien par téléphone.]

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Par **jeux vidéo**, nous entendons les jeux sur console (X-Box One, PlayStation, etc.) ou sur ordinateur. Ne pas inclure les jeux sur console portable, téléphone portable ou tablette.”*

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q13a Parmi ces moyens permettant d’acheter et de se procurer des jeux vidéo et de jouer à de tels jeux, pourriez-vous nous indiquer desquels vous aviez entendu parler personnellement avant aujourd’hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDiqué À LA Q5 NE JAMAIS JOUER À DES JEUX VIDÉO SUR UNE CONSOLE RELIÉE À UNE TÉLÉVISION OU SUR UN ORDINATEUR, PASSER À LA Q13d

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDiquÉS À LA Q13a

Q13b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter ou vous procurer des jeux vidéo ou jouer au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDiquÉS À LA Q13b

Q13c Parmi ces moyens, quel est celui que vous utilisez le plus souvent ces derniers temps pour acheter ou vous procurer des jeux vidéo?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDiquÉS À LA Q13a, MAIS QU’ELLE N’A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, INDiquÉS À LA Q13b

Q13d Parmi les moyens que vous n’utilisez pas actuellement, y’en a-t-il certains que vous utilisiez il y a deux ou trois ans mais que vous n’utilisez plus ces derniers temps?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

RENDRE ALÉATOIRE OU ALTERNER L’ORDRE D’AFFICHAGE, À L’EXCEPTION DES RÉPONSES H ET I QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN	Q13a Je connais	Q13b J’utilise actuellement	Q13c J’utilise le plus souvent	Q13d J’utilisais avant
A. Acheter une copie originale sur CD d’un jeu sur ordinateur				
B. Télécharger un jeu sur un ordinateur ou une console (en vue de le conserver)				
C. Acheter une copie non originale sur CD d’un jeu sur ordinateur				
D. Télécharger une copie d’un jeu gratuitement depuis une source en ligne				
E. Télécharger des fichiers ou copier un jeu d’un ami				
F. Utiliser un service par abonnement (par exemple PlayStation Now) en échange d’une cotisation mensuelle pour pouvoir jouer en continu à des jeux sur une console				
G. Acheter des jeux d’occasion				
H. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)				
I. Aucun de ces moyens/Je n’achète ni ne me procure jamais de jeu vidéo				

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDiqué À LA Q5 NE JAMAIS JOUER À DES JEUX VIDÉO SUR UNE CONSOLE RELIÉE À UNE TÉLÉVISION OU SUR UN ORDINATEUR, PASSER À LA Q20 (section suivante)

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR CHAQUE MOYEN UTILISÉ AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉ À LA Q13b

Q14 S'agissant des différentes façons dont vous avez acheté ou vous êtes procuré des jeux vidéo ou avez joué à de tels jeux récemment, pourriez-vous nous indiquer pour chacun des moyens que vous avez mentionnés dans la réponse à la question précédente si vous l'utilisez plus, moins ou à peu près autant qu'il y a 12 mois pour vous procurer ces jeux?

UNE SEULE RÉPONSE PAR MOYEN UTILISÉ

L'ORDRE D'AFFICHAGE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q13	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
A. Acheter une copie originale sur CD d'un jeu sur ordinateur			
B. Télécharger un jeu sur un ordinateur ou une console (en vue de le conserver)			
C. Acheter une copie non originale sur CD d'un jeu sur ordinateur			
D. Télécharger une copie d'un jeu gratuitement depuis une source en ligne			
E. Télécharger des fichiers ou copier un jeu d'un ami			
F. Utiliser un service par abonnement (par exemple PlayStation Now) en échange d'une cotisation mensuelle pour pouvoir jouer en continu à des jeux sur une console			
G. Acheter des jeux d'occasion			
H. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)			
I. Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais de jeu vidéo			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, D OU E À LA Q13b CI-DESSUS

Q15a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des copies non originales de jeux vidéo au cours des 12 derniers mois. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré des jeux vidéo par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, D OU E À LA Q13b CI-DESSUS

Q15b Parmi toutes ces raisons, laquelle est LA plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q15a Toutes les raisons	Q15b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès aux jeux vidéo avant leur sortie dans ce pays		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des jeux à un prix inférieur à celui de la copie originale ou gratuitement		
Praticité : pour pouvoir obtenir des jeux quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les copies originales de jeux vidéo coûtent trop cher		
Facilité d'usage : parce qu'il est plus facile de manier et de conserver les copies numériques non originales de jeux que les copies originales		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les copies originales		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des jeux vidéo de cette manière que d'acheter des copies originales dans un magasin ou en ligne		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE C À LA Q13b CI-DESSUS (ACHETER DES COPIES NON ORIGINALES)

Q16 Vous avez mentionné avoir acheté au moins une copie non originale sur CD d'un jeu vidéo sur ordinateur : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q16

Q17 Vous est-il arrivé d'acheter un jeu vidéo au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'une copie originale avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'une copie non originale une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'une copie originale
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, D, OU E À LA Q13b CI-DESSUS (ACHETER OU UTILISER DES COPIES NON ORIGINALES DE JEUX VIDÉO)

Q18 Vous avez indiqué vous procurer parfois des copies non originales de jeux vidéo.

Que pensez-vous de la qualité des copies non originales que vous vous êtes procurées par ce moyen?

UNE SEULE RÉPONSE

La qualité est...	Copies non originales de jeux vidéo
Nettement inférieure à celle des copies originales	
Légèrement inférieure à celle des copies originales	
À peu près identique à celle des copies originales	
Légèrement supérieure à celle des copies originales	
Nettement supérieure à celle des copies originales	

Question concernant les facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Si la question relative aux facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur doit être ajoutée dans la catégorie "jeux vidéo", elle devrait être insérée ci-après (voir le modèle de question à la Q48).

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q19a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant de télécharger ou de partager des jeux vidéo ou de jouer à de tels jeux en continu en ligne met à disposition des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q19b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des jeux vidéo sur CD vendus dans un magasin ou sur un étal de marché sont des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q19c Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des jeux vidéo sur CD vendus sur un site de vente aux enchères en ligne sont des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE

Jeux vidéo	Q19a Télécharger/Jouer en continu en ligne	Q19b Acheter un CD dans un magasin/sur un étagère de marché	Q19c Acheter un jeu sur CD sur un site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)			
Assez confiant(e)			
Pas vraiment confiant(e)			
Pas du tout confiant(e)			
Je ne sais pas			

SECTION FILMS

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Je vais maintenant vous présenter une liste de différents moyens permettant d’acheter, de se procurer et de regarder des films de nos jours. Pour cette question, veuillez prendre en considération uniquement les films sortis récemment, c’est-à-dire au cours des 12 derniers mois, et non les films plus anciens ou classiques.”* [Si besoin est, ajouter une précision telle que *“Par films nous entendons les longs métrages projetés au cinéma, diffusés à la télévision ou sortis sur DVD”*.] [Remplacer “vous présenter” par “vous lire” dans le cas d’un entretien par téléphone.]

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Veuillez répondre à cette question en vous fondant sur vos propres activités, plutôt que sur celles de votre ménage de manière générale.”*

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q20a Parmi ces moyens permettant d’acheter ou de se procurer des films à regarder à la maison ou en déplacement sur un appareil tel qu’une tablette ou un téléphone portable, pourriez-vous nous indiquer desquels vous aviez entendu parler personnellement avant aujourd’hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ACHETER NI REGARDER DE FILM À LA MAISON, PASSER À LA Q20d

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q20a

Q20b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter, vous procurer ou regarder des films au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉS À LA Q20b

Q20c Parmi les différents moyens que vous utilisez pour acheter ou vous procurer des films, en pensant à la façon dont vous regardez des films la plupart du temps, quel est le moyen que vous utilisez le plus souvent ces derniers temps pour acheter ou vous procurer ces films?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q20a, MAIS QU’ELLE N’A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, INDIQUÉS À LA Q20b

Q20d Parmi les moyens que vous n’utilisez pas actuellement pour acheter ou vous procurer des films, y’en a-t-il certains que vous utilisiez il y a deux ou trois ans mais que vous n’utilisez plus ces derniers temps?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

RENDRE ALÉATOIRE OU ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES RÉPONSES Q ET R QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN	Q20a Je connais	Q20b J'utilise actuellement	Q20c J'utilise le plus souvent	Q20d J'utilisais avant
A. Acheter un DVD/Blu-ray original dans un magasin ou une boutique en ligne				
B. Louer un DVD/Blu-ray original dans un magasin ou en utilisant un service de location en ligne				
C. Acheter un DVD/Blu-ray non original/copié				
D. Acheter un film en format numérique à télécharger sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil depuis une source officielle telle qu'iTunes en vue de le conserver				
E. Utiliser un service payant de location de film en format numérique en téléchargement ou en diffusion en continu à regarder sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil depuis une source officielle telle qu'iTunes				
F. Louer auprès de votre fournisseur de services de télévision un film en format numérique à regarder sur votre télévision ou sur un autre appareil				
G. Télécharger un film gratuitement sur un ordinateur depuis une source en ligne				
H. Télécharger des fichiers d'un ami ou échanger des fichiers avec un ami (en ligne, sur une clé USB, sur DVD, etc.)				
I. Utiliser un service par abonnement en échange d'une cotisation mensuelle pour pouvoir accéder à un catalogue de films et de séries télévisées				
J. Regarder un film en utilisant un service officiel de rediffusion, y compris sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil ou au moyen du décodeur fourni par votre fournisseur de services de télévision				
K. Regarder une version non originale en ligne gratuitement depuis un site Web de diffusion en continu				
L. Regarder un film dans le cadre d'un abonnement supplémentaire souscrit auprès de votre fournisseur de services de télévision, par exemple un abonnement mensuel à un service ou à des chaînes de diffusion de films				
M. Regarder un film à la télévision				
N. Emprunter un DVD/Blu-ray à un ami ou à un membre de la famille				
O. Regarder un film extrait ou copié d'un DVD/Blu-ray prêté par un ami ou un membre de la famille				
P. Acheter un film d'occasion sur DVD, Blu-ray ou cassette VHS				
Q. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)				
R. Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais de film				

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ACHETER NI REGARDER DE FILM À LA MAISON, PASSER À LA Q29 (section suivante)

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR CHAQUE MOYEN UTILISÉ AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉ À LA Q20b

Q21 S'agissant des différentes façons dont vous avez acheté, vous êtes procuré ou avez regardé des films récemment, pourriez-vous nous indiquer pour chacun des moyens que vous avez mentionnés dans la réponse à la question précédente si vous l'utilisez plus, moins ou à peu près autant qu'il y a 12 mois pour vous procurer ces films?

UNE SEULE RÉPONSE PAR MOYEN UTILISÉ

L'ORDRE D'AFFICHAGE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q20	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
A. Acheter un DVD/Blu-ray original dans un magasin ou une boutique en ligne			
B. Louer un DVD/Blu-ray original dans un magasin ou en utilisant un service de location en ligne			
C. Acheter un DVD/Blu-ray non original/copié			
D. Acheter un film en format numérique à télécharger sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil depuis une source officielle telle qu'iTunes en vue de le conserver			
E. Utiliser un service payant de location de film en format numérique en téléchargement ou en diffusion en continu à regarder sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil depuis une source officielle telle qu'iTunes			
F. Louer auprès de votre fournisseur de services de télévision un film en format numérique à regarder sur votre télévision ou sur un autre appareil			
G. Télécharger un film gratuitement sur un ordinateur depuis une source en ligne			
H. Télécharger des fichiers d'un ami ou échanger des fichiers avec un ami (en ligne, sur une clé USB, sur DVD, etc.)			
I. Utiliser un service par abonnement en échange d'une cotisation mensuelle pour pouvoir accéder à un catalogue de films et de séries télévisées			
J. Regarder un film en utilisant un service officiel de rediffusion, y compris sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil ou au moyen du décodeur fourni par votre fournisseur de services de télévision			
K. Regarder une version non originale en ligne gratuitement depuis un site Web de diffusion en continu			
L. Regarder un film dans le cadre d'un abonnement supplémentaire souscrit auprès de votre fournisseur de services de télévision, par exemple un abonnement mensuel à un service ou à des chaînes de diffusion de films			
M. Regarder un film à la télévision			
N. Emprunter un DVD/Blu-ray à un ami ou à un membre de la famille			
O. Regarder un film extrait ou copié d'un DVD/Blu-ray prêté par un ami ou un membre de la famille			
P. Acheter un film d'occasion sur DVD, Blu-ray ou cassette VHS			
Q. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, G, H, K OU O À LA Q20b CI-DESSUS

Q22a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des copies non originales de films au cours des 12 derniers mois. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré des films par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, G, H, K OU O À LA Q20b CI-DESSUS

Q22b Parmi toutes ces raisons, laquelle est LA plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q22a Toutes les raisons	Q22b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès aux films avant leur sortie dans ce pays		
Pour gagner du temps : pour ne pas avoir à attendre leur sortie officielle en magasin		
Pour gagner du temps : je trouve qu'il est plus difficile d'aller au cinéma ces derniers temps mais j'ai toujours envie de voir les derniers films dès leur sortie		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des films à un prix inférieur à celui de la copie originale ou gratuitement		
Praticité : pour pouvoir obtenir des films quand je le souhaite		
Compatibilité : lorsque j'achète des copies originales d'un film, je dois en acheter plusieurs exemplaires pour pouvoir les regarder sur mes différents appareils		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des films de cette manière que d'acheter des copies originales dans un magasin ou en ligne		
Parce que j'estime que les copies originales de films coûtent trop cher		
Parce qu'il est plus facile de manier et de conserver les copies numériques non originales de films que les copies originales		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les copies originales		
Je trouve plus agréable de regarder un film à la maison qu'au cinéma, regarder un film au cinéma est devenu moins agréable qu'avant		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE C À LA Q20b CI-DESSUS (ACHETER DES COPIES NON ORIGINALES SUR DVD/BLU-RAY)

Q23 Vous avez mentionné avoir acheté au moins un DVD/Blu-ray non original au cours des 12 derniers mois : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours de cette période?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q23

Q24 Vous est-il arrivé d'acheter un film au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'une copie originale avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'une copie non originale une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'une copie originale
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE C À LA Q20b CI-DESSUS (ACHETER DES COPIES NON ORIGINALES SUR DVD/BLU-RAY)

Q25 Généralement, à quel moment achetez-vous des copies de films non originales sur DVD/Blu-ray?

UNE SEULE RÉPONSE

- Avant leur sortie au cinéma dans ce pays ☐
- Alors qu'ils sont toujours projetés au cinéma dans ce pays ☐
- Quand ils ne sont plus projetés au cinéma/avant qu'ils sortent en DVD/Blu-ray ou qu'ils soient disponibles en téléchargement officiel ☐
- Une fois qu'ils sont sortis en DVD/Blu-ray ou sont disponibles en téléchargement officiel ☐
- Uniquement pour les films qui ne sortiront pas dans ce pays ☐
- Généralement, je ne sais pas si ces films sont sortis au cinéma ou en DVD ou autre. Je me procure simplement ces films lorsque je vois que des copies non originales sur DVD/Blu-ray sont disponibles ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES G OU K À LA Q20b CI-DESSUS (TÉLÉCHARGER OU REGARDER SUR UN SITE DE DIFFUSION EN CONTINU DES COPIES NON ORIGINALES)

Q26 À quel moment téléchargez-vous ou regardez-vous sur un site de diffusion en continu des copies de films non originales sur DVD/Blu-ray?

UNE SEULE RÉPONSE

- Avant leur sortie au cinéma dans ce pays ☐
- Alors qu'ils sont toujours projetés au cinéma dans ce pays ☐
- Quand ils ne sont plus projetés au cinéma/avant qu'ils sortent en DVD/Blu-ray ou qu'ils soient disponibles en téléchargement officiel ☐
- Une fois qu'ils sont sortis en DVD/Blu-ray ou sont disponibles en téléchargement officiel ☐
- Uniquement pour les films qui ne sortiront pas dans ce pays ☐
- Généralement, je ne sais pas si ces films sont sortis au cinéma ou en DVD ou autre. Je me procure simplement ces films lorsque je vois qu'ils sont en ligne ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, G, H OU K À LA Q20b CI-DESSUS (ACHETER/UTILISER DES COPIES NON ORIGINALES DE FILMS)

Q27 Vous avez indiqué vous procurer parfois des copies non originales de films.

Que pensez-vous de la qualité des copies non originales que vous vous êtes procurées par ce moyen?

UNE SEULE RÉPONSE

La qualité est...	Copies non originales de films
Nettement inférieure à celle des copies originales	
Légèrement inférieure à celle des copies originales	
À peu près identique à celle des copies originales	
Légèrement supérieure à celle des copies originales	
Nettement supérieure à celle des copies originales	

Question concernant les facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Si la question relative aux facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur doit être ajoutée dans la catégorie "films", elle devrait être insérée ci-après (voir le modèle de question à la Q48).

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q28a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant de télécharger, de partager ou de regarder en flux continu des films en ligne met à disposition des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q28b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des films sur DVD/Blu-ray vendus dans un magasin ou sur un étal de marché sont des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q28c Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des films sur DVD/Blu-ray vendus sur un site de vente en ligne ou un site de vente aux enchères en ligne sont des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE

	Q28a Télécharger/Regarder en flux continu en ligne	Q28b Acheter un DVD/Blu-ray dans un magasin/sur un étal de marché	Q28c Acheter un DVD/Blu-ray sur un site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)			
Assez confiant(e)			
Pas vraiment confiant(e)			
Pas du tout confiant(e)			
Je ne sais pas			

SECTION SÉRIES TÉLÉVISÉES

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Je vais maintenant vous présenter une liste de différents moyens permettant d’acheter, de se procurer et de regarder des séries télévisées de nos jours, qu’il s’agisse d’épisodes seuls ou d’intégrales de séries.”* [Remplacer “vous présenter” par “vous lire” dans le cas d’un entretien par téléphone.]

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Veuillez répondre à cette question en vous fondant sur **vos propres** activités, plutôt que sur celles de votre ménage de manière générale.”*

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q29a Parmi ces moyens permettant d’acheter ou de se procurer des séries télévisées à regarder à la maison ou en déplacement sur un appareil tel qu’une tablette ou un téléphone portable, pourriez-vous nous indiquer desquels vous aviez entendu parler personnellement avant aujourd’hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ACHETER NI REGARDER DE SÉRIE TÉLÉVISÉE, PASSER À LA Q29d

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q29a

Q29b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter, vous procurer ou regarder des séries télévisées au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉS À LA Q29b

Q29c Parmi ces différents moyens, en pensant à la façon dont vous regardez des séries télévisées la plupart du temps, quel est **le** moyen que vous utilisez le plus souvent ces derniers temps pour acheter ou vous procurer ces séries?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q29a, MAIS QU’ELLE N’A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, INDIQUÉS À LA Q29b

Q29d Parmi les moyens que vous n’utilisez pas actuellement, y’en a-t-il certains que vous utilisiez il y a deux ou trois ans mais que vous n’utilisez plus ces derniers temps?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

RENDRE ALÉATOIRE OU ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES RÉPONSES Q ET R QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN	Q29a Je connais	Q29b J'utilise actuellement	Q29c J'utilise le plus souvent	Q29d J'utilisais avant
A. Acheter un DVD/Blu-ray original dans un magasin ou une boutique en ligne				
B. Louer un DVD/Blu-ray original dans un magasin ou en utilisant un service de location en ligne				
C. Acheter un DVD/Blu-ray non original/copié				
D. Acheter une série en format numérique à télécharger sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil depuis une source officielle telle qu'iTunes en vue de la conserver				
E. Utiliser un service payant de location de série en format numérique en téléchargement ou en diffusion en continu à regarder sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil depuis une source officielle telle qu'iTunes [moyen non disponible dans la plupart des territoires]				
F. Louer auprès de votre fournisseur de services de télévision une série en format numérique à regarder sur votre télévision ou sur un autre appareil [moyen non disponible dans la plupart des territoires]				
G. Télécharger une série gratuitement sur un ordinateur depuis une source en ligne				
H. Télécharger des fichiers d'un ami ou échanger des fichiers avec un ami (en ligne, sur une clé USB, sur DVD, etc.)				
I. Utiliser un service par abonnement en échange d'une cotisation mensuelle pour pouvoir accéder à un catalogue de films et de séries télévisées				
J. Regarder une série en utilisant un service officiel de rediffusion, y compris sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil ou au moyen du décodeur fourni par votre fournisseur de services de télévision				
K. Regarder une série en ligne gratuitement depuis un site Web de diffusion en continu				
L. Regarder une série dans le cadre d'un abonnement supplémentaire souscrit auprès de votre fournisseur de services de télévision [inclure si cette possibilité existe dans le territoire en question et ajouter un exemple pertinent pour le territoire], ou regarder les intégrales de séries télévisées incluses dans votre abonnement aux services de télévision gratuitement				
M. Regarder une série à la télévision				
N. Emprunter un DVD/Blu-ray à un ami ou à un membre de la famille				
O. Regarder une série extraite ou copiée d'un DVD/Blu-ray prêté par un ami ou un membre de la famille				
P. Acheter une série d'occasion sur DVD, Blu-ray ou cassette VHS				
Q. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)				
R. Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais de série télévisée				

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ACHETER NI REGARDER DE SÉRIE TÉLÉVISÉE, PASSER À LA Q38 (section suivante)

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR CHAQUE MOYEN UTILISÉ AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉ À LA Q29b

Q30 S'agissant des différentes façons dont vous avez acheté, vous êtes procuré ou avez regardé des séries télévisées récemment, pourriez-vous nous indiquer pour chacun des moyens que vous avez mentionnés dans la réponse à la question précédente si vous l'utilisez plus, moins ou à peu près autant qu'il y a 12 mois pour vous procurer ces séries?

UNE SEULE RÉPONSE PAR MOYEN UTILISÉ

L'ORDRE D'AFFICHAGE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q29	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
A. Acheter un DVD/Blu-ray original dans un magasin ou une boutique en ligne			
B. Louer un DVD/Blu-ray original dans un magasin ou en utilisant un service de location en ligne			
C. Acheter un DVD/Blu-ray non original/copié			
D. Acheter une série en format numérique à télécharger sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil depuis une source officielle telle qu'iTunes en vue de la conserver			
E. Utiliser un service payant de location de série en format numérique en téléchargement ou en diffusion en continu à regarder sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil depuis une source officielle telle qu'iTunes [moyen non disponible dans la plupart des territoires]			
F. Louer auprès de votre fournisseur de services de télévision une série en format numérique à regarder sur votre télévision ou sur un autre appareil [moyen non disponible dans la plupart des territoires]			
G. Télécharger une série gratuitement sur un ordinateur depuis une source en ligne			
H. Télécharger des fichiers d'un ami ou échanger des fichiers avec un ami (en ligne, sur une clé USB, sur DVD, etc.)			
I. Utiliser un service par abonnement en échange d'une cotisation mensuelle pour pouvoir accéder à un catalogue de films et de séries télévisées			
J. Regarder une série en utilisant un service officiel de rediffusion, y compris sur un ordinateur, une tablette, un téléphone, une télévision connectée à l'Internet ou un autre appareil ou au moyen du décodeur fourni par votre fournisseur de services de télévision			
K. Regarder une série en ligne gratuitement depuis un site Web de diffusion en continu			
L. Regarder une série dans le cadre d'un abonnement supplémentaire souscrit auprès de votre fournisseur de services de télévision [inclure si cette possibilité existe dans le territoire en question et ajouter un exemple pertinent pour le territoire], ou regarder les intégrales de séries télévisées incluses dans votre abonnement aux services de télévision gratuitement			
M. Regarder une série à la télévision			
N. Emprunter un DVD/Blu-ray à un ami ou à un membre de la famille			
O. Regarder une série extraite ou copiée d'un DVD/Blu-ray prêté par un ami ou un membre de la famille			
P. Acheter une série d'occasion sur DVD, Blu-ray ou cassette VHS			
Q. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, G, H, K OU O À LA Q29b CI-DESSUS

Q31a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des copies non originales de séries télévisées au cours des 12 derniers mois. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré des séries télévisées par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, G, H, K OU O À LA Q29b CI-DESSUS

Q31b Parmi toutes ces raisons, laquelle est LA plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q31a Toutes les raisons	Q31b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès aux séries télévisées avant leur diffusion dans ce pays		
Pour gagner du temps : pour ne pas avoir à attendre leur sortie officielle en magasin		
Disponibilité : je peux regarder certaines séries télévisées qui ne sont plus diffusées à la télévision		
Disponibilité : je peux regarder certaines séries télévisées qui sont diffusées uniquement sur des chaînes auxquelles je n'ai pas accès personnellement		
Rediffusion des épisodes : je peux regarder certaines séries télévisées ou certains épisodes que je n'avais pas pu voir		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des séries à un prix inférieur à celui de la copie originale ou gratuitement		
Compatibilité : lorsque j'achète des copies originales d'une série télévisée, je dois en acheter plusieurs exemplaires pour pouvoir les regarder sur mes différents appareils		
Praticité : pour pouvoir obtenir des séries télévisées quand je le souhaite		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des séries télévisées de cette manière que d'acheter des copies originales dans un magasin ou en ligne		
Parce que j'estime que les copies originales de séries télévisées coûtent trop cher		
Parce qu'il est plus facile de manier et de conserver les copies numériques non originales de séries télévisées que les copies originales		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les copies originales		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE C À LA Q29b CI-DESSUS (ACHETER DES COPIES NON ORIGINALES SUR DVD/BLU-RAY)

Q32 Vous avez mentionné avoir acheté au moins un DVD/Blu-ray de séries télévisées non original au cours des 12 derniers mois : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours de cette période?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDiqué À LA Q32

Q33 Vous est-il arrivé d'acheter une série télévisée au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'une copie originale avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'une copie non originale une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'une copie originale
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE C À LA Q29b CI-DESSUS (ACHETER DES COPIES NON ORIGINALES SUR DVD/BLU-RAY)

Q34 Généralement, à quel moment achetez-vous des copies de séries télévisées non originales sur DVD/Blu-ray?

UNE SEULE RÉPONSE

- Avant qu'elles soient diffusées sur l'une des chaînes de télévision de mon pays ☐
- Avant qu'elles soient diffusées sur l'une des chaînes de télévision auxquelles l'abonnement est payant dans ce pays ☐
- Pendant qu'elles sont diffusées dans ce pays sur l'une des chaînes de télévision auxquelles l'abonnement est payant ☐
- Pendant qu'elles sont diffusées dans ce pays sur des chaînes de télévision gratuites..... ☐
- Après qu'elles ont été diffusées dans ce pays sur une chaîne au moins mais avant qu'elles sortent en DVD/Blu-ray ou qu'elles soient disponibles en téléchargement officiel ☐
- Une fois qu'elles sont sorties en DVD/Blu-ray ou sont disponibles en téléchargement officiel..... ☐
- Uniquement pour les séries télévisées qui ne sortiront pas dans ce pays ☐
- Généralement, je ne sais pas si ces séries télévisées ont été diffusées ou sont sorties en DVD ou autre. Je me procure simplement ces séries lorsque je vois que des copies non originales sur DVD/Blu-ray sont disponibles ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES G OU K À LA Q29b CI-DESSUS (TÉLÉCHARGER OU REGARDER SUR UN SITE DE DIFFUSION EN CONTINU DES COPIES NON ORIGINALES)

Q35 À quel moment téléchargez-vous ou regardez-vous sur un site de diffusion en continu des copies de séries télévisées non originales?

UNE SEULE RÉPONSE

- Avant qu'elles soient diffusées sur l'une des chaînes de télévision de mon pays ☐
- Avant qu'elles soient diffusées sur l'une des chaînes de télévision auxquelles l'abonnement est payant dans ce pays ☐
- Pendant qu'elles sont diffusées dans ce pays sur l'une des chaînes de télévision auxquelles l'abonnement est payant ☐
- Pendant qu'elles sont diffusées dans ce pays sur des chaînes de télévision gratuites..... ☐
- Après qu'elles ont été diffusées dans ce pays sur une chaîne au moins mais avant qu'elles sortent en DVD/Blu-ray ou qu'elles soient disponibles en téléchargement officiel ☐
- Une fois qu'elles sont sorties en DVD/Blu-ray ou sont disponibles en téléchargement officiel ☐
- Uniquement pour les séries télévisées qui ne sortiront pas dans ce pays ☐
- Généralement, je ne sais pas si ces séries télévisées ont été diffusées ou sont sorties en DVD ou autre. Je me procure simplement ces séries lorsque je vois qu'elles sont en ligne ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES C, G, H OU K À LA Q29b CI-DESSUS (UTILISER OU ACHETER DES COPIES NON ORIGINALES DE SÉRIES TÉLÉVISÉES)

Q36 Vous avez indiqué vous procurer parfois des copies non originales de séries télévisées.

Que pensez-vous de la qualité des copies non originales que vous vous êtes procurées par ce moyen?

UNE SEULE RÉPONSE

La qualité est...	Copies non originales de séries télévisées
Nettement inférieure à celle des copies originales	
Légèrement inférieure à celle des copies originales	
À peu près identique à celle des copies originales	
Légèrement supérieure à celle des copies originales	
Nettement supérieure à celle des copies originales	

Question concernant les facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Si la question relative aux facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur doit être ajoutée dans la catégorie "séries télévisées", elle devrait être insérée ci-après (voir le modèle de question à la Q48).

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q37a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant de télécharger, de partager ou de regarder en flux continu des séries télévisées en ligne met à disposition des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q37b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des séries télévisées sur DVD/Blu-ray vendues dans un magasin ou sur un étal de marché sont des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q37c Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des séries télévisées sur DVD/Blu-ray vendues sur un site d'enchères en ligne sont des copies originales ou non originales?

UNE SEULE RÉPONSE

	Q37a Télécharger/Regarder en flux continu en ligne	Q37b Acheter un DVD/Blu-ray dans un magasin/sur un étal de marché	Q37c Acheter un DVD/Blu-ray sur un site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)			
Assez confiant(e)			
Pas vraiment confiant(e)			
Pas du tout confiant(e)			
Je ne sais pas			

SECTION LIVRES ÉLECTRONIQUES

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Je vais maintenant vous présenter une liste de différents moyens permettant d’acheter et de se procurer des livres de nos jours. Pour cette question, veuillez prendre en considération les livres que vous lisez pour le plaisir plutôt que des manuels, des ouvrages de référence ou tout autre type de livres.”* [Remplacer “vous présenter” par “vous lire” dans le cas d’un entretien par téléphone.]

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q38a Parmi ces moyens permettant d’acheter ou de se procurer des livres, pourriez-vous nous indiquer desquels vous aviez entendu parler personnellement avant aujourd’hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDiqué À LA Q5 NE JAMAIS ACHETER DE LIVRE, PASSER À LA Q38d
QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDiquÉS À LA Q38a

Q38b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter ou vous procurer des livres au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDiquÉS À LA Q38b

Q38c Parmi ces différents moyens, en pensant à la façon dont vous lisez des livres la plupart du temps, quel est *le* moyen que vous utilisez le plus souvent ces derniers temps pour vous procurer ces livres?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDiquÉS À LA Q38a, MAIS QU’ELLE N’A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, INDiquÉS À LA Q38b

Q38d Parmi les moyens que vous n’utilisez pas actuellement, y’en a-t-il certains que vous utilisiez il y a deux ou trois ans mais que vous n’utilisez plus ces derniers temps?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Livres RENDRE ALÉATOIRE OU ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES RÉPONSES N ET O QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN	Q38a Je connais	Q38b J'utilise actuellement	Q38c J'utilise le plus souvent	Q38d J'utilisais avant
Acheter un exemplaire original d'un livre à couverture rigide ou de poche				
Acheter un exemplaire non original d'un livre à couverture rigide ou de poche				
Emprunter un livre à couverture rigide ou de poche à un ami ou à la bibliothèque				
Acheter un exemplaire original d'un livre audio sur CD ou clé USB				
Acheter un exemplaire non original d'un livre audio sur CD ou clé USB				
Acheter un livre électronique en téléchargement sur un site officiel en vue de le conserver				
Acheter un exemplaire non original d'un livre électronique en téléchargement sur un site officiel en vue de le conserver				
Télécharger gratuitement un exemplaire non original d'un livre électronique depuis une source en ligne				
Télécharger/Copier des livres électroniques d'un ami				
Télécharger gratuitement un exemplaire numérisé d'un livre depuis une source en ligne				
Lire en flux continu/Consulter des exemplaires de livres électroniques depuis une source en ligne				
Utiliser un service par abonnement en échange d'une cotisation mensuelle pour pouvoir emprunter des livres				
Acheter des livres d'occasion				
Un autre moyen (veuillez préciser lequel : _____)				
Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais de livre				

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ACHETER DE LIVRE, PASSER À LA Q47
(section suivante)

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR CHAQUE MOYEN UTILISÉ AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉ À LA Q38b

Q39 S'agissant des différentes façons dont vous avez acheté ou vous êtes procuré des livres récemment, pourriez-vous nous indiquer pour chacun des moyens que vous avez mentionnés dans la réponse à la question précédente si vous l'utilisez plus, moins ou à peu près autant qu'il y a 12 mois pour vous procurer ces livres?

UNE SEULE RÉPONSE PAR MOYEN UTILISÉ

L'ORDRE D'AFFICHAGE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q38	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
A. Acheter un exemplaire original d'un livre à couverture rigide ou de poche	☐		
B. Acheter un exemplaire non original d'un livre à couverture rigide ou de poche			
C. Emprunter un livre à couverture rigide ou de poche à un ami ou à la bibliothèque			
D. Acheter un exemplaire original d'un livre audio sur CD ou clé USB			
E. Acheter un exemplaire non original d'un livre audio sur CD ou clé USB			
F. Acheter un livre électronique en téléchargement sur un site officiel en vue de le conserver			
G. Acheter un exemplaire non original d'un livre électronique en téléchargement sur un site officiel en vue de le conserver			
H. Télécharger gratuitement un exemplaire non original d'un livre électronique depuis une source en ligne			
I. Télécharger/Copier des livres électroniques d'un ami			
J. Télécharger gratuitement un exemplaire numérisé d'un livre depuis une source en ligne			
K. Lire en flux continu/Consulter des exemplaires de livres électroniques depuis une source en ligne			
L. Utiliser un service par abonnement en échange d'une cotisation mensuelle pour pouvoir emprunter des livres			
M. Acheter des livres d'occasion			
N. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, E, G, H, I, J OU K À LA Q38b CI-DESSUS

Q40a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux de livres au cours des 12 derniers mois.

Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré des livres par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, E, G, H, I, J OU K À LA Q38b CI-DESSUS

Q40b Parmi toutes ces raisons, laquelle est LA plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q40a Toutes les raisons	Q40b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès aux livres avant leur publication dans ce pays		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des livres à un prix inférieur à celui de l'exemplaire original ou gratuitement		
Praticité : pour pouvoir obtenir des livres quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les exemplaires originaux de livres coûtent trop cher		
Facilité d'usage : parce qu'il est plus facile de manier et de conserver les exemplaires non originaux de livres électroniques que les exemplaires originaux		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les exemplaires originaux de livres ou de livres électroniques		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des livres électroniques de cette manière que d'acheter des exemplaires originaux de livres électroniques dans un magasin ou en ligne		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B OU E À LA Q38b CI-DESSUS (ACHETER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX DE LIVRES À COUVERTURE RIGIDE OU DE POCHE OU DE LIVRES AUDIO)

Q41 Vous avez mentionné avoir acheté au moins un exemplaire non original d'un livre ou d'un livre audio : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q41

Q42 Vous est-il arrivé d'acheter un livre au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'un exemplaire non original une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE G À LA Q38b CI-DESSUS (ACHETER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX DE LIVRES ÉLECTRONIQUES SUR CD OU CLÉ USB)

Q43 Vous avez mentionné avoir acheté au moins un exemplaire non original d'un livre électronique sur CD ou sous forme de fichier mp3 sur une clé USB : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q43

Q44 Vous est-il arrivé d'acheter un livre électronique au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'un exemplaire non original une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, E, G, H, I, J OU K À LA Q38b CI-DESSUS (ACHETER/UTILISER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX DE LIVRES, LIVRES AUDIO OU LIVRES ÉLECTRONIQUES)

Q45 Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux de livres, de livres audio ou de livres électroniques.

Que pensez-vous de la qualité des exemplaires non originaux que vous vous êtes procurés par ce moyen?

UNE SEULE RÉPONSE

La qualité est...	Exemplaires non originaux de livres	exemplaires non originaux de livres audio	Exemplaires non originaux de livres électroniques
Nettement inférieure à celle des exemplaires originaux			
Légèrement inférieure à celle des exemplaires originaux			
À peu près identique à celle des exemplaires originaux			
Légèrement supérieure à celle des exemplaires originaux			
Nettement supérieure à celle des exemplaires originaux			

Question concernant les facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Si la question relative aux facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur doit être ajoutée dans la catégorie "livres électroniques", elle devrait être insérée ci-après (voir le modèle de question à la Q45, page 101).

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q46a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant de télécharger ou de partager des livres électroniques en ligne met à disposition des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q46b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des livres électroniques vendus sur un site de vente aux enchères en ligne sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q46c Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des livres à couverture rigide ou de poche vendus dans un magasin ou sur un étal de marché sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q46d Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des livres à couverture rigide ou de poche vendus sur un site de vente aux enchères en ligne sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

	Q46a Télécharger/partager des livres électroniques en ligne	Q46b Acheter des livres électroniques sur un site de vente aux enchères en ligne	Q46c Acheter des livres de poche ou à couverture rigide dans un magasin/sur un étal de marché	Q46d Acheter des livres de poche ou à couverture rigide sur un site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)				
Assez confiant(e)				
Pas vraiment confiant(e)				
Pas du tout confiant(e)				
Je ne sais pas				

Q47 Je vais maintenant vous présenter une liste d'affirmations formulées par certaines personnes en ce qui concerne le fait d'acheter, de se procurer, d'écouter, de regarder ou d'utiliser des copies non originales de produits numériques tels que de la musique, des livres électroniques, des jeux vidéo, des films et des séries télévisées. Veuillez indiquer si, personnellement, vous êtes d'accord ou non avec chacune de ces affirmations. Pour ce faire, veuillez utiliser l'échelle de 1 à 10, 10 signifiant que vous êtes tout à fait d'accord et 1 que vous n'êtes pas du tout d'accord.

[illegible]

ATTITUDES À L'ÉGARD DES DIFFÉRENTS SECTEURS TOUJOURS AFFICHER À LA FIN	Pas du tout d'accord 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tout à fait d'accord 10	Sans avis/non applicable
Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien de faire des copies non originales d' œuvres musicales											
Les copies non originales d'œuvres musicales ont des retombées négatives importantes sur l'industrie musicale											
Lorsque j'achète la copie originale d'une œuvre musicale , j'ai l'impression de soutenir l'artiste concerné											
Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien de faire des copies non originales de jeux vidéo											
Les copies non originales de jeux vidéo ont des retombées négatives importantes sur l'industrie du jeu vidéo											
Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien de faire des copies non originales de films											
L'industrie cinématographique gagne trop d'argent											
Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien de faire des copies non originales de séries télévisées											
Le secteur de la télévision gagne trop d'argent											
Il existe tellement de moyens officiels de regarder des séries télévisées qu'il n'est pas nécessaire d'avoir recours à des copies non originales											
Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien de faire des copies non originales de livres électroniques											
Les copies non originales de livres électroniques ont des retombées négatives importantes sur le secteur de l'édition											
Lorsque j'achète la copie originale d'un livre/livre électronique, j'ai l'impression de soutenir l'auteur concerné											
Il existe tellement de moyens officiels d'emprunter des exemplaires originaux de livres et de livres électroniques à des amis ou à la bibliothèque qu'il n'est pas nécessaire d'avoir recours à des exemplaires non originaux											

Module sur les logiciels informatiques

Si le module sur les logiciels informatiques doit être ajouté au questionnaire, il devrait être inséré ci-après (voir le document joint)

Facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Cette question peut être posée soit de manière générale à toute personne prenant part à un type quelconque d'activité portant atteinte à des droits de propriété intellectuelle dans toutes les catégories, soit dans chacune des catégories. Si elle est posée dans chacune des catégories, elle devrait être insérée dans chaque section immédiatement après la question portant sur la qualité des produits contrefaisants par rapport à celle des produits authentiques et la formulation devrait être légèrement modifiée afin d'indiquer clairement que la question s'applique uniquement aux activités relatives à la catégorie concernée. Si la question est posée dans chacune des catégories, il est essentiel d'ajouter une consigne introductive précisant que la question devrait être posée uniquement aux personnes prenant part à des activités portant atteinte à des droits de propriété intellectuelle dans la catégorie concernée.

Toutefois, il est recommandé de conserver uniquement la question générique ci-dessous afin d'éviter des répétitions inutiles et de faire en sorte que l'entretien ne soit pas trop long.

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT EU ACCÈS À DU CONTENU EN LIGNE NON ORIGINAL SOIT EN DIFFUSION EN CONTINU SOIT EN TÉLÉCHARGEMENT
QUESTION À POSER AUX PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ L'UNE QUELCONQUE DES RÉPONSES SUIVANTES :

LES RÉPONSES C, E, F OU J À LA Q6b (COPIES NON ORIGINALES D'ŒUVRES MUSICALES)

LES RÉPONSES C, D OU E À LA Q13b (COPIES NON ORIGINALES DE JEUX VIDÉO)

LES RÉPONSES C, G, H, K OU O À LA Q20b (COPIES NON ORIGINALES DE FILMS)

LES RÉPONSES C, G, H, K OU O À LA Q29b (COPIES NON ORIGINALES DE SÉRIES TÉLÉVISÉES)

LES RÉPONSES B, E, G, H, I, J OU K À LA Q38b (COPIES NON ORIGINALES DE LIVRES ÉLECTRONIQUES)

Q48 Vous avez indiqué avoir parfois eu accès à des copies non originales d'œuvres musicales, de jeux vidéo, de films, de séries télévisées ou de livres électroniques [\[supprimer les catégories selon qu'il convient\]](#).

Quel(s) facteur(s) pourrai(en)t vous inciter à arrêter de télécharger ou d'utiliser des copies non originales en ligne?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES TROIS DERNIERS FACTEURS QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN

- Si les services officiels coûtaient moins cher ☐
- Si les services officiels étaient plus pratiques à utiliser ☐
- Si les services officiels proposaient une plus large gamme de produits ☐
- Si tous les produits que je recherchais étaient proposés par les services officiels dès leur sortie partout ailleurs ☐
- Si je pensais que je risquais d'être poursuivi(e) en justice ☐
- Si je pensais que je risquais d'être repéré(e) ☐
- Si tout le monde arrêterait de le faire ☐
- Si mon fournisseur d'accès Internet m'envoyait une lettre en m'annonçant que mon compte a été utilisé pour télécharger ou utiliser des copies non originales ☐
- Si mon fournisseur d'accès Internet m'envoyait une lettre en m'annonçant qu'il compte limiter mon débit Internet ☐
- Si mon fournisseur d'accès Internet m'envoyait une lettre en m'annonçant qu'il compte suspendre mon accès Internet ☐
- Si l'un de mes amis ou un membre de ma famille était pris en train d'utiliser ou de télécharger des copies non originales ☐
- Si des articles dans les médias relataient le cas de personnes poursuivies en justice pour avoir utilisé ou téléchargé des copies non originales ☐
- S'il était plus facile de distinguer les produits originaux des copies ☐
- Si je disposais d'informations plus claires m'indiquant comment savoir si un contenu est original ou non ☐
- Je n'utilise ni ne télécharge/n'utiliserais ni ne téléchargerais délibérément de copies non originales ☐
- Un autre facteur (Veuillez préciser lequel : _____) ☐
- Rien ne pourrait m'inciter à arrêter d'utiliser ou de télécharger des copies non originales ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q49 S'agissant des services en ligne qui proposent un accès à des œuvres musicales, des films, des séries télévisées, des jeux vidéo ou des livres électroniques en téléchargement ou en diffusion en continu, quelles mesures pensez-vous que ces services pourraient prendre pour vous convaincre que le contenu proposé est original?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE DES RÉPONSES

- Si le service était fourni par une entreprise ou une marque jouissant d'une bonne réputation/connue ☐
- S'il existait un système d'agrément/d'accréditation officiel..... ☐
- Si une norme ou un symbole était appliqué dans l'ensemble du secteur pour signaler que le contenu est original ☐
- Si le site appliquait des mesures de sécurité (paiement, certificats, conditions d'utilisation, protection du mot de passe, etc.) ☐
- Si le site Web indiquait clairement qu'il fournit du contenu original ☐
- S'il existait un site ou une organisation qui me permettait de vérifier si le site en question figure parmi ceux autorisés à vendre du contenu original ☐
- Si le service était reconnu par l'industrie de la musique, du jeu vidéo ou le secteur de l'édition
- Si le service était reconnu par des artistes, des acteurs ou des auteurs ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q50 Quelles autres caractéristiques d'un site Web ou d'un service en ligne vous permettent de déterminer si le contenu ou les produits proposés sont originaux ou non?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES**ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE DES RÉPONSES**

- Si le contenu proposé est payant ☐
- Le prix des produits et services en vente ☐
- Si mon logiciel de sécurité sur Internet me permet de consulter un site Web sans afficher d'avertissement,
- je suis convaincu(e) que le contenu proposé est original ☐
- Si le site Web ne contient pas de publicités intempestives, etc. ☐
- Le simple fait que le site Web ou service soit en ligne : il ne serait pas autorisé s'il proposait du contenu non original ☐
- Le bon sens permet de déterminer s'il s'agit de contenu original ou non ☐
- Les recherches que j'ai effectuées au sujet de l'entreprise ☐
- Je me fie aux recommandations d'autres personnes, au bouche-à-oreille, aux avis ☐
- La qualité ou l'aspect professionnel du site Web ☐
- Les avis des consommateurs des produits vendus ☐
- Aucune réponse/je ne sais pas ☐ [Toujours afficher ces deux réponses à la fin]
- Que le contenu soit original ou non, cela n'a pas d'importance..... ☐ [Toujours afficher ces deux réponses à la fin]

Section sur l'efficacité des campagnes médiatiques de lutte contre la contrefaçon et le piratage

Si la section pour l'“évaluation des campagnes médiatiques” doit être ajoutée au questionnaire, elle devrait être insérée ci-après (voir le document joint)

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q51a Parmi ces fournisseurs de services de télévision, desquels aviez-vous entendu parler avant aujourd'hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES**QUESTION À POSER POUR TOUS LES SERVICES QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q51a**

Q51b Parmi ces fournisseurs de services de télévision, auxquels avez-vous accès actuellement à la maison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES**QUESTION À POSER POUR TOUS LES SERVICES QUE LA PERSONNE INTERROGÉE A UTILISÉS, INDIQUÉS À LA Q51b**

Q51c Et quel est **LE** fournisseur de services de télévision que vous utilisez en tant que fournisseur principal, c'est-à-dire celui que vous utilisez le plus souvent?

UNE SEULE RÉPONSE

	Services connus Q51a	Services utilisés actuellement Q51b	Services utilisés le plus souvent Q51c
Radiodiffusion télévisuelle gratuite (par une antenne)			
Radiodiffusion par satellite gratuite			
Radiodiffusion par satellite payante (abonnement mensuel payant)			
Radiodiffusion par satellite payante (carte d'abonnement non officielle)			
Télévision par câble (abonnement mensuel payant)			
Télévision par câble (carte d'abonnement non officielle)			
Aucun fournisseur de services de télévision			

Ajout de questions finales sur les données démographiques

Il est d'usage d'ajouter à la fin des questionnaires quelques questions supplémentaires en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement. Vous trouverez des exemples de questions de cette nature dans un document distinct.

Remercier la personne interrogée pour sa participation et terminer l'entretien.

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *"Merci d'avoir pris le temps de participer à cette enquête, le questionnaire est terminé"*

MODELE DE QUESTIONNAIRE COUVRANT LES LIVRES ET ARTICLES

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : “Bonjour, je vous remercie d’avoir accepté de participer à cette enquête. Je travaille pour [nom de l’agence] et, à ce titre, j’aimerais vous poser quelques questions sur l’achat et l’utilisation de livres et d’articles, notamment des livres que vous lisez pour le plaisir et des articles que vous utilisez dans le cadre d’études ou de recherches.

Soyez assuré(e) qu’il s’agit d’une étude de marché véritable et que vos réponses seront traitées de manière strictement confidentielle. [Ajoutez une déclaration indiquant que vous effectuez des études de marché conformément à la législation applicable aux organismes de recherche nationaux.]”

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q1a Quel est votre âge?

QUESTION À POSER SI LA PERSONNE INTERROGÉE REFUSE D’INDIQUER SON ÂGE À LA Q1a

Q1b Dans quelle tranche d’âge vous situez-vous?

UNE SEULE RÉPONSE

Exemple A	Exemple B	Exemple C
13 ans ou moins [INTERROMPRE]	13 ans ou moins [INTERROMPRE]	13 ans ou moins [INTERROMPRE]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70 et +	55 et +
55-59		
60-64		
65 et +		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q2 Vous êtes...

UNE SEULE RÉPONSE

[Note : dans le cas d’un entretien en face à face, l’enquêteur répond lui-même à cette question]

Un homme ☐

Une femme ☐

Préfère ne pas répondre ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q3 Quelle est votre situation professionnelle actuelle?

UNE SEULE RÉPONSE

- Travail à temps plein (35 heures par semaine et plus) ☐
 Travail à temps partiel..... ☐
 Femme/Homme au foyer ☐
 Étudiant(e)..... ☐
 Retraité(e) ☐
 Sans emploi ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q4 Dans laquelle de ces régions habitez-vous?

UNE SEULE RÉPONSE

- Région 1..... ☐
 Région 2..... ☐
 Région 3 ☐
 Région 4..... ☐
 Région 5..... ☐
 Région 6..... ☐
 Région 7..... ☐
 Région 8..... ☐
 Région 9..... ☐

VÉRIFICATION DU RESPECT DES QUOTAS

VEUILLEZ VÉRIFIER QUE LES EXIGENCES EN MATIÈRE DE QUOTAS DE REPRÉSENTATIVITÉ SONT RESPECTÉES.

SI **CE N'EST PAS LE CAS**, REMERCIEZ LA PERSONNE INTERROGÉE POUR SA DISPONIBILITÉ ET TERMINEZ L'ENTRETIEN.

SI **C'EST LE CAS**, VOUS POUVEZ PASSER À LA PARTIE PRINCIPALE DU QUESTIONNAIRE.

Partie principale de l'enquête – utilisation des différentes catégories

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Cette enquête porte sur les livres, à savoir les livres que vous lisez pour le plaisir ainsi que les livres et articles académiques que vous utilisez dans le cadre de votre travail ou de vos études, qu’il s’agisse des exemplaires imprimés à couverture rigide ou de poche, des livres audio ou des exemplaires en ligne ou numérisés que vous lisez sur votre ordinateur ou sur une liseuse électronique.”*

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q5 En vous fondant sur vos propres activités, plutôt que sur celles de votre ménage de manière générale, à quelle fréquence vous livre-vous aux activités suivantes ces derniers temps :

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE DE DIVERTISSEMENT

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE / LIRE À HAUTE VOIX	Jamais	Moins d'une fois par mois	Plus d'une fois par mois mais moins d'une fois par semaine	Plus d'une fois par semaine mais pas tous les jours	Tous les jours ou plusieurs fois par jour
A. Lire des livres pour le plaisir, qu'il s'agisse de livres à couverture rigide ou de poche, de livres électroniques ou de livres numérisés que vous lisez sur une liseuse électronique, un ordinateur, une tablette ou un appareil similaire					
B. Écouter des livres audio					
C. Lire ou consulter des articles académiques dans le cadre de recherches ou d'études, qu'il s'agisse d'exemplaires imprimés, en ligne ou numérisés que vous lisez sur une liseuse électronique, un ordinateur, une tablette ou un appareil similaire					
D. Lire ou consulter des manuels dans le cadre de recherches ou d'études, de manuels à couverture rigide ou de poche, en ligne ou numérisés que vous lisez sur une liseuse électronique, un ordinateur, une tablette ou un appareil similaire					

LES SECTIONS SUIVANTES COMPORTENT DES QUESTIONS SUR LES LIVRES, LES LIVRES AUDIO, LES ARTICLES ACADÉMIQUES ET LES MANUELS. CES SECTIONS SONT FACULTATIVES, VOUS POUVEZ SUPPRIMER TOUTE SECTION NON REQUISE. IL EST RECOMMANDÉ D'ALTERNER L'ORDRE DE PRÉSENTATION DES SECTIONS.

Livres – lecture pour le plaisir

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q6a S'agissant des **livres que vous lisez pour le plaisir**, pourriez-vous nous indiquer, parmi les moyens ci-après permettant d'acheter ou de se procurer des livres, desquels vous aviez **entendu parler** personnellement avant aujourd'hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS LIRE DE LIVRE POUR LE PLAISIR, PASSER À LA Q6d

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q6a

Q6b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter ou vous procurer des livres que vous avez lus pour le plaisir au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES**QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉS À LA Q6b**

Q6c Parmi ces différents moyens, en pensant à la façon dont vous lisez des livres la plupart du temps, quel est **le** moyen que vous utilisez le plus souvent ces derniers temps pour vous procurer les livres que vous lisez pour le plaisir?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q6a, MAIS QU'ELLE N'A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, INDIQUÉS À LA Q6b**

Q6d Parmi les moyens que vous n'utilisez pas actuellement, y'en a-t-il certains que vous utilisiez il y a deux ou trois ans mais que vous n'utilisez plus ces derniers temps?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Livres – lecture pour le plaisir RENDRE ALÉATOIRE OU ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES RÉPONSES R ET S QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN				
	Q6a Je connais	Q6b J'utilise actuellement	Q6c J'utilise le plus souvent	Q6d J'utilisais avant
A. Acheter un exemplaire original d'un livre auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne	☐			
B. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un livre auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne				
C. Acheter un exemplaire original d'un livre dans un marché ou à un vendeur de rue				
D. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un livre dans un marché ou à un vendeur de rue				
E. Acheter un exemplaire original d'un livre neuf sur un site de vente aux enchères en ligne				
F. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un livre neuf sur un site de vente aux enchères en ligne				
G. Acheter des livres d'occasion				
H. Emprunter un exemplaire imprimé ou numérique d'un livre/un livre électronique à une bibliothèque publique/scolaire/universitaire				
I. Télécharger un livre électronique ou un livre numérisé original (payant) sur le site d'un détaillant en ligne				
J. Télécharger un livre électronique ou un livre numérisé original (gratuit, exemplaire non protégé par le droit d'auteur) sur le site d'un détaillant en ligne				
K. Télécharger un exemplaire non original d'un livre électronique ou d'un livre numérisé sur le site d'un détaillant en ligne				
L. Télécharger un exemplaire non original depuis une source en ligne				

M. Acheter un exemplaire non original d'un livre électronique ou d'un livre numérisé sur CD ou clé USB dans un marché ou à un vendeur de rue				
N. Acheter un exemplaire non original d'un livre électronique ou d'un livre numérisé sur CD ou clé USB sur un site de vente aux enchères en ligne				
O. Consulter un exemplaire numérique dans le cadre d'une licence/d'un service d'abonnement payant (par exemple Scribd ou Audible)				
P. Lire en flux continu/Consulter des exemplaires depuis une source en ligne				
Q. Recevoir un livre par courrier électronique/Copier sur un CD ou une clé USB des fichiers d'un ami ou d'un groupe				
R. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)				
S. Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais de livre				

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS LIRE DE LIVRE POUR LE PLAISIR, PASSER À LA Q16d (section suivante)

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR CHAQUE MOYEN UTILISÉ AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉ À LA Q6b

Q7 S'agissant des différentes façons dont vous avez acheté ou vous êtes procuré des livres que vous avez lus pour le plaisir récemment, pourriez-vous nous indiquer pour chacun des moyens que vous avez mentionnés dans la réponse à la question précédente si vous l'utilisez plus, moins ou autant qu'il y a 12 mois?

UNE SEULE RÉPONSE PAR MOYEN UTILISÉ

L'ORDRE D'AFFICHAGE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q6	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
A. Acheter un exemplaire original d'un livre auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne			
B. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un livre auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne			
C. Acheter un exemplaire original d'un livre dans un marché ou à un vendeur de rue			
D. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un livre dans un marché ou à un vendeur de rue			
E. Acheter un exemplaire original d'un livre neuf sur un site de vente aux enchères en ligne			
F. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un livre neuf sur un site de vente aux enchères en ligne			
G. Acheter des livres d'occasion			
H. Emprunter un exemplaire imprimé ou numérique d'un livre/un livre électronique à une bibliothèque publique/scolaire/universitaire			
I. Télécharger un livre électronique ou un livre numérisé original (payant) sur le site d'un détaillant en ligne			
J. Télécharger un livre électronique ou un livre numérisé original (gratuit, exemplaire non protégé par le droit d'auteur) sur le site d'un détaillant en ligne			
K. Télécharger un exemplaire non original d'un livre électronique ou d'un livre numérisé sur le site d'un détaillant en ligne			
L. Télécharger un exemplaire non original depuis une source en ligne			
M. Acheter un exemplaire non original d'un livre électronique ou d'un livre numérisé sur CD ou clé USB dans un marché ou à un vendeur de rue			
N. Acheter un exemplaire non original d'un livre électronique ou d'un livre numérisé sur CD ou clé USB sur un site de vente aux enchères en ligne			
O. Consulter un exemplaire numérique dans le cadre d'une licence/d'un service d'abonnement payant (par exemple Scribd ou Audible)			
P. Lire en flux continu/Consulter des exemplaires depuis une source en ligne			
Q. Recevoir un livre par courrier électronique/Copier sur un CD ou une clé USB des fichiers d'un ami ou d'un groupe			
R. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, D, F, K, L, M, N, P OU Q À LA Q6b CI-DESSUS

Q8a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux de livres au cours des 12 derniers mois. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré des livres par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, D, F, K, L, M, N, P OU Q À LA Q6b CI-DESSUS

Q8b Parmi toutes ces raisons, laquelle est **LA** plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q8a Toutes les raisons	Q8b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès aux livres avant leur publication dans ce pays		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des livres à un prix inférieur à celui de l'exemplaire original ou gratuitement		
Praticité : pour pouvoir obtenir de nouveaux livres quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les exemplaires originaux de livres coûtent trop cher		
Facilité d'usage : parce qu'il est plus facile de manier et de conserver les exemplaires non originaux de livres électroniques/exemplaires numérisés que les exemplaires originaux		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les exemplaires originaux des livres que je veux lire		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des livres de cette manière que d'acheter des exemplaires originaux de livres dans un magasin ou en ligne		
Parce que je peux utiliser des exemplaires non originaux de livres électroniques/exemplaires numérisés sur plusieurs appareils		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Je ne savais pas que je me procurais un exemplaire non original sur le moment, je n'aurais pas choisi ce moyen si je l'avais su		
Disponibilité : je n'ai pas trouvé l'exemplaire original du livre que je voulais lire en vente		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, D OU F À LA Q6b CI-DESSUS (ACHETER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX IMPRIMÉS)

Q9 Vous avez mentionné avoir acheté au moins un exemplaire non original imprimé d'un livre : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q9

Q10 Vous est-il arrivé d'acheter un exemplaire imprimé d'un livre au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'un exemplaire non original une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Exemplaires non originaux de livres	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES K, M OU N À LA Q6b CI-DESSUS (TÉLÉCHARGER UN EXEMPLAIRE NON ORIGINAL PAYANT)

Q11 Vous avez mentionné avoir téléchargé au moins un exemplaire non original payant d'un livre électronique ou d'un livre numérisé : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q11

Q12 Vous est-il arrivé d'acheter un livre électronique ou un livre numérisé au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'un exemplaire non original une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Exemplaires non originaux de livres électroniques	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, D, F, K, L, M, N, P OU Q À LA Q6b CI-DESSUS (ACHETER/UTILISER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX DE LIVRES)

Q13 Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux de livres que vous avez lus pour le plaisir. Que pensez-vous de la qualité des exemplaires non originaux que vous vous êtes procurés par ce moyen?

UNE SEULE RÉPONSE

La qualité est...	Exemplaires non originaux de livres
Nettement inférieure à celle des exemplaires originaux	
Légèrement inférieure à celle des exemplaires originaux	
À peu près identique à celle des exemplaires originaux	
Légèrement supérieure à celle des exemplaires originaux	
Nettement supérieure à celle des exemplaires originaux	

Question concernant les facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Si la question relative aux facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur doit être ajoutée dans la catégorie "Livres – lecture pour le plaisir", elle devrait être insérée ci-après (voir le modèle de question à la Q45).

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q14a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des livres (exemplaires imprimés) vendus dans un magasin ou sur un étal de marché sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q14b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant d'acheter en ligne des livres (exemplaires imprimés) met à disposition des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q14c Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des livres (exemplaires imprimés) vendus sur un site de vente aux enchères en ligne sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

Livres (exemplaires imprimés)	Q14a Dans un magasin ou sur un étal de marché	Q14b Détaillant en ligne	Q14c Site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)			
Assez confiant(e)			
Pas vraiment confiant(e)			
Pas du tout confiant(e)			
Je ne sais pas			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q15a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des livres électroniques et des livres numérisés vendus dans un magasin ou sur un étal de marché sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q15b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant d'acheter en ligne des livres électroniques et des livres numérisés met à disposition des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q15c Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des livres électroniques et des livres numérisés vendus sur un site de vente aux enchères en ligne sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

Livres électroniques et livres numérisés	Q15a Dans un magasin ou sur un étal de marché	Q15b Détailant en ligne	Q15c Site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)			
Assez confiant(e)			
Pas vraiment confiant(e)			
Pas du tout confiant(e)			
Je ne sais pas			

Livres audio

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q16a En ce qui concerne les **livres audio** (que vous écoutiez de tels livres personnellement ou non), pourriez-vous nous indiquer, parmi les moyens ci-après permettant d'acheter ou de se procurer des livres audio, desquels vous aviez **entendu parler** personnellement avant aujourd'hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ÉCOUTER DE LIVRE AUDIO, PASSER À LA Q16d

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q16a

Q16b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter ou vous procurer des livres audio au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉS À LA Q16b

Q16c Parmi ces différents moyens, en pensant à la façon dont vous écoutez des livres audio la plupart du temps, quel est **le** moyen que vous utilisez le plus souvent ces derniers temps pour vous procurer ces livres?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q16a, MAIS QU'ELLE N'A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, INDIQUÉS À LA Q16b

Q16d Parmi les moyens que vous n'utilisez pas actuellement, y'en a-t-il certains que vous utilisiez il y a deux ou trois ans mais que vous n'utilisez plus ces derniers temps?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Livres audio RENDRE ALÉATOIRE OU ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES RÉPONSES M ET N QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN				
	Q16a Je connais	Q16b J'utilise actuellement	Q16c J'utilise le plus souvent	Q16d J'utilisais avant
A. Acheter un livre audio sur CD/clé USB auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne	☐			
B. Acheter un exemplaire non original d'un livre audio sur CD/clé USB auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne				
C. Acheter un exemplaire non original d'un livre audio sur CD/clé USB dans un marché ou à un vendeur de rue				
D. Télécharger un livre audio sur le site d'un détaillant en ligne				
E. Télécharger un exemplaire non original d'un livre audio sur le site d'un détaillant en ligne				
F. Acheter un exemplaire original d'un livre audio neuf sur un site de vente aux enchères en ligne				
G. Acheter un exemplaire non original d'un livre audio sur CD/clé USB sur un site de vente aux enchères en ligne				
H. Écouter un livre audio numérique dans le cadre d'une licence/d'un service d'abonnement payant (par exemple Scribd ou Audible)				
I. Emprunter un livre audio numérique à une bibliothèque publique/scolaire/universitaire				
J. Télécharger un livre audio depuis une source en ligne				
K. Écouter en flux continu un livre audio depuis une source en ligne				
L. Recevoir un livre audio par courrier électronique/Copier sur un CD ou une clé USB des fichiers d'un ami ou d'un groupe				
M. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)				
N. Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais de livre audio				

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ÉCOUTER DE LIVRE AUDIO, PASSER À LA Q24 (section suivante)

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR CHAQUE MOYEN UTILISÉ AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉ À LA Q16b

Q17 S'agissant des différentes façons dont vous avez acheté ou vous êtes procuré des livres audio récemment, pourriez-vous nous indiquer pour chacun des moyens que vous avez mentionnés dans la réponse à la question précédente si vous l'utilisez plus, moins ou autant qu'il y a 12 mois?

UNE SEULE RÉPONSE PAR MOYEN UTILISÉ

L'ORDRE D'AFFICHAGE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q16	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
A. Acheter un livre audio sur CD/clé USB auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne			
B. Acheter un exemplaire non original d'un livre audio sur CD/clé USB auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne			
C. Acheter un exemplaire non original d'un livre audio sur CD/clé USB dans un marché ou à un vendeur de rue			
D. Télécharger un livre audio sur le site d'un détaillant en ligne			
E. Télécharger un exemplaire non original d'un livre audio sur le site d'un détaillant en ligne			
F. Acheter un exemplaire original d'un livre audio neuf sur un site de vente aux enchères en ligne			
G. Acheter un exemplaire non original d'un livre audio sur CD/clé USB sur un site de vente aux enchères en ligne			
H. Écouter un livre audio numérique dans le cadre d'une licence/d'un service d'abonnement payant (par exemple Scribd ou Audible)			
I. Emprunter un livre audio numérique à une bibliothèque publique/scolaire/universitaire			
J. Télécharger un livre audio depuis une source en ligne			
K. Écouter en flux continu un livre audio depuis une source en ligne			
L. Recevoir un livre audio par courrier électronique/Copier sur un CD ou une clé USB des fichiers d'un ami ou d'un groupe			
M. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C, E, G, J, K OU L À LA Q16b CI-DESSUS

Q18a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux de livres audio au cours des 12 derniers mois. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré des livres audio par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C, E, G, J, K OU L À LA Q16b CI-DESSUS

Q18b Parmi toutes ces raisons, laquelle est **LA** plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q18a Toutes les raisons	Q18b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès aux livres audio avant leur publication dans ce pays		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des livres audio à un prix inférieur à celui de l'exemplaire original ou gratuitement		
Praticité : pour pouvoir obtenir de nouveaux livres audio quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les exemplaires originaux de livres audio coûtent trop cher		
Facilité d'usage : parce qu'il est plus facile de manier et de conserver les exemplaires non originaux de livres audio/exemplaires numérisés que les exemplaires originaux		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les exemplaires originaux des livres audio que je veux écouter		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des livres audio de cette manière que d'acheter des exemplaires originaux de livres audio dans un magasin ou en ligne		
Parce que je peux utiliser des exemplaires non originaux de livres audio/exemplaires numérisés sur plusieurs appareils		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Je ne savais pas que je me procurais un exemplaire non original sur le moment, je n'aurais pas choisi ce moyen si je l'avais su		
Disponibilité : je n'ai pas trouvé l'exemplaire original du livre audio que je voulais écouter en vente		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C OU G À LA Q16b CI-DESSUS (ACHETER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX SUR SUPPORT PHYSIQUE)

Q19 Vous avez mentionné avoir acheté au moins un exemplaire non original d'un livre audio sur support physique (CD ou clé USB) : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q19

Q20 Vous est-il arrivé d'acheter un livre audio au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'un exemplaire non original une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Exemplaires non originaux de livres audio sur support physique	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C, E, G, J, K OU L À LA Q16b CI-DESSUS (ACHETER/UTILISER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX DE LIVRES AUDIO)

Q21 Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux de livres audio. Que pensez-vous de la qualité des exemplaires non originaux que vous vous êtes procurés par ce moyen?

UNE SEULE RÉPONSE

La qualité est...	Exemplaires non originaux de livres audio
Nettement inférieure à celle des exemplaires originaux	
Légèrement inférieure à celle des exemplaires originaux	
À peu près identique à celle des exemplaires originaux	
Légèrement supérieure à celle des exemplaires originaux	
Nettement supérieure à celle des exemplaires originaux	

Question concernant les facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Si la question relative aux facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur doit être ajoutée dans la catégorie "Livres audio", elle devrait être insérée ci-après (voir le modèle de question à la Q45).

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q22a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des exemplaires de livres audio sur support physique (CD ou clé USB) vendus dans un magasin ou sur un étal de marché sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q22b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant d'acheter en ligne des livres audio sur support physique (CD ou clé USB) met à disposition des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q22c Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des exemplaires de livres audio sur support physique (CD ou clé USB) vendus sur un site de vente aux enchères en ligne sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

Livres audio sur support physique	Q22a Dans un magasin ou sur un étal de marché	Q22b Détaillant en ligne	Q22c Site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)			
Assez confiant(e)			
Pas vraiment confiant(e)			
Pas du tout confiant(e)			
Je ne sais pas			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q23a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant d'acheter en ligne et de télécharger des livres audio met à disposition des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q23b Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des exemplaires de livres audio payants en téléchargement sur un site de vente aux enchères en ligne sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

	Q23a Détaillant en ligne	Q23b Site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)		
Assez confiant(e)		
Pas vraiment confiant(e)		
Pas du tout confiant(e)		
Je ne sais pas		

Articles académiques

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT INDIQUÉ UTILISER DES ARTICLES ACADÉMIQUES À LA Q5, ET À TOUS LES ÉTUDIANTS (Q3), AUTREMENT PASSER À LA Q34 (section suivante)

Q24a Vous avez indiqué **lire** ou consulter **des articles académiques** dans le cadre de recherches ou d'études : pourriez-vous nous indiquer, parmi les moyens ci-après permettant d'acheter ou de se procurer des articles académiques, desquels vous aviez **entendu parler** personnellement avant aujourd'hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q24a

Q24b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter ou vous procurer des articles académiques au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉS À LA Q24b

Q24c Parmi ces différents moyens, en pensant à la façon dont vous lisez ou consultez des articles académiques la plupart du temps, quel est **le** moyen que vous utilisez le plus souvent ces derniers temps pour vous procurer ou consulter ces articles?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q24a, MAIS QU'ELLE N'A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, INDIQUÉS À LA Q24b

Q24d Parmi les moyens que vous n'utilisez pas actuellement, y'en a-t-il certains que vous utilisiez il y a deux ou trois ans mais que vous n'utilisez plus ces derniers temps?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Articles académiques RENDRE ALÉATOIRE OU ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES RÉPONSES M ET N QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN				
	Q24a Je connais	Q24b J'utilise actuellement	Q24c J'utilise le plus souvent	Q24d J'utilisais avant
A. Acheter un exemplaire original imprimé d'un article auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne	☐			
B. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un article auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne				
C. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un article dans un magasin de photocopies				
D. Recevoir un exemplaire imprimé d'un article dans le cadre d'un abonnement				
E. Acheter un exemplaire imprimé d'occasion d'un article				
F. Emprunter un exemplaire imprimé ou numérique d'un article à une bibliothèque publique/scolaire/universitaire ou le lire sur place				
G. Photocopier un article mis à disposition par une bibliothèque, sur place				
H. Acheter un exemplaire numérique d'un article auprès d'un détaillant officiel en ligne				
I. Télécharger ou consulter en ligne un exemplaire non original d'un article depuis une source en ligne				
J. Consulter un exemplaire numérique dans le cadre d'une licence/d'un service d'abonnement payant				
K. Recevoir un article par courrier électronique/Copier sur un CD ou une clé USB des fichiers d'un ami ou d'un groupe				
L. Emprunter un exemplaire imprimé à un ami/collègue				
M. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)				
N. Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais d'article académique				

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ACHETER D'ARTICLE ACADÉMIQUE, PASSER À LA Q34 (section suivante)

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR CHAQUE MOYEN UTILISÉ AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉ À LA Q24b

Q25 S'agissant des différentes façons dont vous avez acheté ou vous êtes procuré des articles académiques récemment, pourriez-vous nous indiquer pour chacun des moyens que vous avez mentionnés dans la réponse à la question précédente si vous l'utilisez plus, moins ou autant qu'il y a 12 mois?

UNE SEULE RÉPONSE PAR MOYEN UTILISÉ

L'ORDRE D'AFFICHAGE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q24	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
A. Acheter un exemplaire original imprimé d'un article auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne			
B. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un article auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne			
C. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un article dans un magasin de photocopies			
D. Recevoir un exemplaire imprimé d'un article dans le cadre d'un abonnement			
E. Acheter un exemplaire imprimé d'occasion d'un article			
F. Emprunter un exemplaire imprimé ou numérique d'un article à une bibliothèque publique/scolaire/universitaire ou le lire sur place			
G. Photocopier un article mis à disposition par une bibliothèque, sur place			
H. Acheter un exemplaire numérique d'un article auprès d'un détaillant officiel en ligne			
I. Télécharger ou consulter en ligne un exemplaire non original d'un article depuis une source en ligne			
J. Consulter un exemplaire numérique dans le cadre d'une licence/d'un service d'abonnement payant			
K. Recevoir un article par courrier électronique/Copier sur un CD ou une clé USB des fichiers d'un ami ou d'un groupe			
L. Emprunter un exemplaire imprimé à un ami/collègue			
M. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)			
N. Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais d'article académique			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C, I OU K À LA Q24b CI-DESSUS

Q26a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux d'articles académiques au cours des 12 derniers mois. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré des articles par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C, I OU K À LA Q24b CI-DESSUS

Q26b Parmi toutes ces raisons, laquelle est **LA** plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q26a Toutes les raisons	Q26b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès aux articles avant leur publication dans ce pays		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des articles à un prix inférieur à celui de l'exemplaire original ou gratuitement		
Praticité : pour pouvoir obtenir de nouveaux articles quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les exemplaires originaux d'articles coûtent trop cher		
Facilité d'usage : parce qu'il est plus facile de manier et de conserver les exemplaires électroniques/numérisés non originaux d'articles que les exemplaires originaux		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les exemplaires originaux des articles que je veux lire		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des articles de cette manière que d'acheter des exemplaires originaux d'articles dans un magasin ou en ligne		
Parce que je peux utiliser des exemplaires électroniques/numérisés non originaux d'articles sur plusieurs appareils		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Je ne savais pas que je me procurais un exemplaire non original sur le moment, je n'aurais pas choisi ce moyen si je l'avais su		
Disponibilité : je n'ai pas trouvé l'exemplaire original de l'article dont j'avais besoin en vente		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, D OU F À LA Q24 CI-DESSUS (ACHETER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX IMPRIMÉS)

Q27 Vous avez mentionné avoir acheté au moins un exemplaire non original imprimé d'un article : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q27

Q28 Vous est-il arrivé d'acheter un exemplaire imprimé d'un article au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'un exemplaire non original une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Exemplaire non original imprimé d'un article	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original
Boutique/magasin de vente au détail		
Magasin de photocopies		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES L, N OU O À LA Q24b CI-DESSUS (TÉLÉCHARGER UN EXEMPLAIRE NON ORIGINAL PAYANT)

Q29 Vous avez mentionné avoir téléchargé au moins un exemplaire non original payant d'une version électronique d'un article ou d'un article numérisé : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q29

Q30 Vous est-il arrivé d'acheter une version électronique d'un article ou un article numérisé au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'un exemplaire non original une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Exemplaire non original d'une version électronique d'un article ou d'un article numérisé	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original
Boutique/magasin de vente au détail		
Magasin de photocopies		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, D, F, L, M, N, O OU Q À LA Q24b CI-DESSUS (ACHETER/UTILISER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX D'ARTICLES)

Q31 Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux d'articles académiques.

Que pensez-vous de la qualité des exemplaires non originaux que vous vous êtes procurés par ce moyen?

UNE SEULE RÉPONSE

La qualité est...	Exemplaires non originaux d'articles
Nettement inférieure à celle des exemplaires originaux	
Légèrement inférieure à celle des exemplaires originaux	
À peu près identique à celle des exemplaires originaux	
Légèrement supérieure à celle des exemplaires originaux	
Nettement supérieure à celle des exemplaires originaux	

Question concernant les facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Si la question relative aux facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur doit être ajoutée dans la catégorie "articles académiques", elle devrait être insérée ci-après (voir le modèle de question à la Q45).

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q32a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des articles académiques (exemplaires imprimés) vendus dans un magasin ou par un autre détaillant physique sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q32b Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un site Web ou une autre source en ligne proposant d'acheter des articles académiques (exemplaires imprimés) en ligne met à disposition des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

Articles académiques (exemplaires imprimés)	Q32a Dans un magasin ou auprès d'un autre détaillant physique	Q32b Source en ligne
Très confiant(e)		
Assez confiant(e)		
Pas vraiment confiant(e)		
Pas du tout confiant(e)		
Je ne sais pas		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q33a Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un site Web ou une autre source en ligne proposant d'acheter des exemplaires électroniques/numérisés d'articles académiques en ligne met à disposition des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

Articles académiques (exemplaires numériques)	Q33a Source en ligne
Très confiant(e)	
Assez confiant(e)	
Pas vraiment confiant(e)	
Pas du tout confiant(e)	
Je ne sais pas	

Manuels

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT INDIQUÉ UTILISER DES MANUELS À LA Q5, ET À TOUS LES ÉTUDIANTS (Q3), AUTREMENT PASSER À LA Q44 (section suivante)

Q34a Vous avez indiqué lire ou consulter **des manuels** dans le cadre de recherches ou d'études : pourriez-vous nous indiquer, parmi les moyens ci-après permettant d'acheter ou de se procurer des manuels, desquels vous aviez entendu parler personnellement avant aujourd'hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q34a

Q34b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter ou vous procurer des manuels au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉS À LA Q34b

Q34c Parmi ces différents moyens, en pensant à la façon dont vous lisez des manuels la plupart du temps, quel est **le** moyen que vous utilisez le plus souvent ces derniers temps pour vous procurer ou consulter ces manuels?

UNE SEULE RÉPONSE

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q34a, MAIS QU'ELLE N'A PAS UTILISÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, INDIQUÉS À LA Q34b

Q34d Parmi les moyens que vous n'utilisez pas actuellement, y'en a-t-il certains que vous utilisiez il y a deux ou trois ans mais que vous n'utilisez plus ces derniers temps?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Manuels RENDRE ALÉATOIRE OU ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES RÉPONSES Q ET R QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN	Q34a Je connais	Q34b J'utilise actuellement	Q34c J'utilise le plus souvent	Q34d J'utilisais avant
A. Acheter un exemplaire original imprimé d'un manuel auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne				
B. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un manuel auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne				
C. Acheter la photocopie d'une section donnée d'un manuel dans un magasin de photocopies				
D. Acheter un exemplaire original d'un manuel dans un marché ou à un vendeur de rue				
E. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un manuel dans un marché ou à un vendeur de rue				
F. Acheter un exemplaire original d'un manuel neuf sur un site de vente aux enchères en ligne				
G. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un manuel neuf sur un site de vente aux enchères en ligne				
H. Acheter un manuel d'occasion				
I. Emprunter un exemplaire imprimé ou numérique d'un manuel/une version électronique d'un manuel à une bibliothèque publique/scolaire/universitaire				
J. Télécharger une version électronique d'un manuel ou un manuel numérisé (payant) sur le site d'un détaillant en ligne				
K. Télécharger un exemplaire non original d'une version électronique d'un manuel ou d'un manuel numérisé sur le site d'un détaillant en ligne				
L. Télécharger/consulter en ligne un exemplaire non original depuis une source en ligne				
M. Acheter un exemplaire non original d'une version électronique d'un manuel ou d'un manuel numérisé sur CD ou clé USB dans un marché ou à un vendeur de rue				
N. Acheter un exemplaire non original d'une version électronique d'un manuel ou d'un manuel numérisé sur CD ou clé USB sur un site de vente aux enchères en ligne				
O. Consulter un exemplaire numérique dans le cadre d'une licence/d'un service d'abonnement payant				
P. Recevoir un manuel par courrier électronique/Copier sur un CD ou une clé USB des fichiers d'un ami ou d'un groupe				
Q. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)				
R. Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais de manuel				

**SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q5 NE JAMAIS ACHETER DE MANUEL, PASSER À LA Q44
(section suivante)**

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR CHAQUE MOYEN UTILISÉ AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDIQUÉ À LA Q34b

Q35 S'agissant des différentes façons dont vous avez acheté ou vous êtes procuré des manuels récemment, pourriez-vous nous indiquer pour chacun des moyens que vous avez mentionnés dans la réponse à la question précédente si vous l'utilisez plus, moins ou autant qu'il y a 12 mois?

UNE SEULE RÉPONSE PAR MOYEN UTILISÉ

L'ORDRE D'AFFICHAGE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q34	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
A. Acheter un exemplaire original imprimé d'un manuel auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne			
B. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un manuel auprès d'un détaillant, en magasin ou en ligne			
C. Acheter la photocopie d'une section donnée d'un manuel dans un magasin de photocopies			
D. Acheter un exemplaire original d'un manuel dans un marché ou à un vendeur de rue			
E. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un manuel dans un marché ou à un vendeur de rue			
F. Acheter un exemplaire original d'un manuel neuf sur un site de vente aux enchères en ligne			
G. Acheter un exemplaire non original imprimé d'un manuel neuf sur un site de vente aux enchères en ligne			
H. Acheter un manuel d'occasion			
I. Emprunter un exemplaire imprimé ou numérique d'un manuel/une version électronique d'un manuel à une bibliothèque publique/scolaire/universitaire			
J. Télécharger une version électronique d'un manuel ou un manuel numérisé (payant) sur le site d'un détaillant en ligne			
K. Télécharger un exemplaire non original d'une version électronique d'un manuel ou d'un manuel numérisé sur le site d'un détaillant en ligne			
L. Télécharger un exemplaire non original depuis une source en ligne			
M. Acheter un exemplaire non original d'une version électronique d'un manuel ou d'un manuel numérisé sur CD ou clé USB dans un marché ou à un vendeur de rue			
N. Acheter un exemplaire non original d'une version électronique d'un manuel ou d'un manuel numérisé sur CD ou clé USB sur un site de vente aux enchères en ligne			
O. Consulter un exemplaire numérique dans le cadre d'une licence/d'un service d'abonnement payant			
P. Lire en flux continu/Consulter des exemplaires depuis une source en ligne			
Q. Recevoir un manuel par courrier électronique/Copier sur un CD ou une clé USB des fichiers d'un ami ou d'un groupe			
R. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C, E, G, K, L, M, N OU P À LA Q34b CI-DESSUS

Q36a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux de manuels au cours des 12 derniers mois. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré des manuels par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C, E, G, K, L, M, N OU P À LA Q34b CI-DESSUS

Q36b Parmi toutes ces raisons, laquelle est **LA** plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q36a Toutes les raisons	Q36b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès aux manuels avant leur publication dans ce pays		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des manuels à un prix inférieur à celui de l'exemplaire original ou gratuitement		
Praticité : pour pouvoir obtenir de nouveaux manuels quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les exemplaires originaux de manuels coûtent trop cher		
Facilité d'usage : parce qu'il est plus facile de manier et de conserver les exemplaires non originaux électroniques/exemplaires numérisés de manuels que les exemplaires originaux		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les exemplaires originaux des manuels que je veux lire		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des manuels de cette manière que d'acheter des exemplaires originaux de manuels dans un magasin ou en ligne		
Parce que je peux utiliser des exemplaires non originaux électroniques/exemplaires numérisés de manuels sur plusieurs appareils		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Je ne savais pas que je me procurais un exemplaire non original sur le moment, je n'aurais pas choisi ce moyen si je l'avais su		
Disponibilité : je n'ai pas trouvé l'exemplaire original du manuel dont j'avais besoin en vente		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C, E OU G À LA Q34b CI-DESSUS (ACHETER DES EXEMPLAIRES IMPRIMÉS NON ORIGINAUX)

Q37 Vous avez mentionné avoir acheté au moins un exemplaire non original imprimé d'un manuel : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q37

Q38 Vous est-il arrivé d'acheter un exemplaire imprimé d'un manuel au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'un exemplaire non original une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Exemplaire non original imprimé d'un manuel	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original
Boutique/magasin de vente au détail		
Magasin de photocopies		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES K, M OU N À LA Q34b CI-DESSUS (TÉLÉCHARGER UN EXEMPLAIRE NON ORIGINAL PAYANT)

Q39 Vous avez mentionné avoir téléchargé au moins un exemplaire non original payant d'une version électronique d'un manuel ou d'un manuel numérisé : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q39

Q40 Vous est-il arrivé d'acheter une version électronique d'un manuel ou un manuel numérisé au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'un exemplaire non original une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Exemplaire non original d'une version électronique d'un manuel ou d'un manuel numérisé	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'un exemplaire original
Boutique/magasin de vente au détail		
Magasin de photocopies		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, C, E, G, K, L, M, N OU P À LA Q34b CI-DESSUS (ACHETER/UTILISER DES EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX DE MANUELS)

Q41 Vous avez mentionné vous être parfois procuré des exemplaires non originaux de manuels. Que pensez-vous de la qualité des exemplaires non originaux que vous vous êtes procurés par ce moyen?

UNE SEULE RÉPONSE

La qualité est...	Exemplaires non originaux de manuels
Nettement inférieure à celle des exemplaires originaux	
Légèrement inférieure à celle des exemplaires originaux	
À peu près identique à celle des exemplaires originaux	
Légèrement supérieure à celle des exemplaires originaux	
Nettement supérieure à celle des exemplaires originaux	

Question concernant les facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Si la question relative aux facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur doit être ajoutée dans la catégorie "manuels", elle devrait être insérée ci-après (voir le modèle de question à la Q45).

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q42a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des manuels (exemplaires imprimés) vendus dans un magasin ou sur un étal de marché sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q42b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant d'acheter en ligne des manuels (exemplaires imprimés) met à disposition des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q42c Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des manuels (exemplaires imprimés) vendus sur un site de vente aux enchères en ligne sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

Manuels (exemplaires imprimés)	Q42a Dans un magasin ou sur un étal de marché	Q42b Détaillant en ligne	Q42c Site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)			
Assez confiant(e)			
Pas vraiment confiant(e)			
Pas du tout confiant(e)			
Je ne sais pas			

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q43a Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des versions électroniques d'un manuel ou des manuels numérisés vendu(e)s dans un magasin ou sur un étal de marché sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q43b Dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si un service ou un site Web donné proposant d'acheter en ligne des versions électroniques d'un manuel ou des manuels numérisés met à disposition des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES**

Q43c Et dans quelle mesure pensez-vous pouvoir déterminer si des versions électroniques d'un manuel ou des manuels numérisés vendu(e)s sur un site de vente aux enchères en ligne sont des exemplaires originaux ou non originaux?

UNE SEULE RÉPONSE

Manuels (exemplaires numériques)	Q43a Dans un magasin ou sur un étal de marché	Q43b Détaillant en ligne	Q43c Site de vente aux enchères en ligne
Très confiant(e)			
Assez confiant(e)			
Pas vraiment confiant(e)			
Pas du tout confiant(e)			
Je ne sais pas			

Section sur les attitudes à l'égard du piratage

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q44 Je vais maintenant vous présenter une liste d'affirmations formulées par certaines personnes en ce qui concerne le fait d'acheter et de se procurer des livres à lire pour le plaisir, des articles académiques et des manuels, qu'il s'agisse d'exemplaires imprimés, de livres audio, de livres électroniques ou d'autres exemplaires numériques. Veuillez indiquer si, personnellement, vous êtes d'accord ou non avec chacune de ces affirmations. Pour ce faire, veuillez utiliser l'échelle de 1 à 10, 10 signifiant que vous êtes tout à fait d'accord et 1 que vous n'êtes pas du tout d'accord.

UNE SEULE RÉPONSE PAR AFFIRMATION

[illegible]

ATTITUDES À L'ÉGARD DES DIFFÉRENTS SECTEURS TOUJOURS AFFICHER À LA FIN	Pas du tout d'accord 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tout à fait d'accord 10	Sans avis/non applicable
Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien de concevoir des exemplaires non originaux de livres à lire pour le plaisir											
Les exemplaires non originaux de livres ont des retombées négatives importantes sur le secteur de l'édition											
Lorsque j'achète l'exemplaire original d'un livre, j'ai l'impression de soutenir l'auteur concerné											
Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien de concevoir des exemplaires non originaux d'articles académiques et de manuels											
Il existe tellement de moyens officiels de se procurer les informations contenues dans les articles et les manuels qu'il n'est pas nécessaire d'avoir recours à des exemplaires non originaux											
Il existe tellement de moyens officiels d'emprunter des exemplaires originaux de livres et de livres électroniques à des amis ou à la bibliothèque qu'il n'est pas nécessaire d'avoir recours à des exemplaires non originaux											

Module sur les logiciels informatiques

Si le module sur les logiciels informatiques doit être ajouté au questionnaire, il devrait être inséré ci-après (voir le document joint)

Facteurs susceptibles de dissuader l'utilisateur

Cette question peut être posée soit de manière générale à toute personne prenant part à un type quelconque d'activité portant atteinte à des droits de propriété intellectuelle dans toutes les catégories, soit dans chacune des catégories. Si elle est posée dans chacune des catégories, elle devrait être insérée dans chaque section immédiatement après la question portant sur la qualité des produits contrefaisants par rapport à celle des produits authentiques et la formulation devrait être légèrement modifiée afin d'indiquer clairement que la question s'applique uniquement aux activités relatives à la catégorie concernée. Si la question est posée dans chacune des catégories, il est essentiel d'ajouter une consigne introductive précisant que la question devrait être posée uniquement aux personnes prenant part à des activités portant atteinte à des droits de propriété intellectuelle dans la catégorie concernée.

Toutefois, il est recommandé de conserver uniquement la question générique ci-dessous afin d'éviter des répétitions inutiles et de faire en sorte que l'entretien ne soit pas trop long.

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT CONSULTÉ DES LIVRES/ARTICLES SOIT IMPRIMÉS SOIT EN LIGNE EN DIFFUSION EN CONTINU OU EN TÉLÉCHARGEMENT

QUESTION À POSER AUX PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ L'UNE QUELCONQUE DES RÉPONSES SUIVANTES :

LES RÉPONSES B, D, F, K, L, M, N, P OU Q À LA Q6b (EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX DE LIVRES)

LES RÉPONSES B, C, E, G, J, K OU L À LA Q16b (EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX DE LIVRES AUDIO)

LES RÉPONSES B, D, F, L, M, N, O OU Q À LA Q24b (EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX D'ARTICLES ACADÉMIQUES)

LES RÉPONSES B, C, E, G, K, L, M, N OU P À LA Q34b (EXEMPLAIRES NON ORIGINAUX DE MANUELS)

Q45 Vous avez indiqué avoir parfois consulté des exemplaires non originaux de livres à lire pour le plaisir, d'articles académiques ou de manuels, qu'il s'agisse d'exemplaires imprimés, de livres audio, de livres électroniques ou d'autres exemplaires numériques [\[supprimer les catégories selon qu'il convient\]](#).

Quel(s) facteur(s) pourrai(en)t vous inciter à arrêter d'acheter, de télécharger ou de consulter des exemplaires non originaux?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES TROIS DERNIERS FACTEURS QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN

- Si les exemplaires originaux/services officiels coûtaient moins cher ☐
- S'il était plus facile d'acheter des exemplaires originaux/services officiels..... ☐
- Si les détaillants/services en ligne officiels proposaient une plus large gamme de produits ☐
- Si tous les produits que je recherchais étaient proposés par les détaillants/services officiels dès leur publication partout ailleurs..... ☐
- Si je pensais que je risquais d'être poursuivi(e) en justice ☐
- Si je pensais que je risquais d'être repéré(e) ☐
- Si tout le monde arrêta de le faire ☐
- Si mon fournisseur d'accès Internet m'envoyait une lettre en m'annonçant que mon compte a été utilisé pour télécharger ou consulter des exemplaires non originaux ☐
- Si mon fournisseur d'accès Internet m'envoyait une lettre en m'annonçant qu'il compte limiter mon débit Internet ☐
- Si mon fournisseur d'accès Internet m'envoyait une lettre en m'annonçant qu'il compte suspendre mon accès Internet ☐
- Si l'un de mes amis ou un membre de ma famille était pris en train de consulter ou de télécharger des exemplaires non originaux en ligne ☐
- Si des articles dans les médias relataient le cas de personnes poursuivies en justice pour avoir consulté ou téléchargé des exemplaires non originaux en ligne ☐
- S'il était plus facile de distinguer les produits originaux des copies ☐
- Si je disposais d'informations plus claires m'indiquant comment savoir si un contenu est original ou non ☐
- Je n'achète, ni ne consulte, ni ne télécharge / n'achèterais, ni ne consulterais, ni ne téléchargerais délibérément d'exemplaires non originaux ☐
- Un autre facteur (Veuillez préciser lequel : _____) ☐
- Rien ne pourrait m'inciter à arrêter d'acheter, de consulter ou de télécharger des exemplaires non originaux..... ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q46 S'agissant des services en ligne qui proposent un accès à des exemplaires de livres ou d'articles académiques à télécharger ou à lire en ligne, quelles mesures pensez-vous que ces services pourraient prendre pour vous convaincre que le contenu proposé est original?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE DES RÉPONSES

- Si le service était fourni par une entreprise ou une marque jouissant d'une bonne réputation/connue ☐
- S'il existait un système d'agrément/d'accréditation officiel ☐
- Si une norme ou un symbole était appliqué dans l'ensemble du secteur pour signaler que le contenu est original ☐
- Si le site appliquait des mesures de sécurité (paiement, certificats, conditions d'utilisation, protection du mot de passe, etc.) ☐
- Si le site Web indiquait clairement qu'il fournit du contenu original ☐
- S'il existait un site ou une organisation qui me permettait de vérifier si le site en question figure parmi ceux autorisés à vendre du contenu original ☐
- Si le service était reconnu par le secteur de l'édition ☐
- Si le service était reconnu par des auteurs ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q47 Quelles autres caractéristiques d'un site Web ou d'un service en ligne vous permettent de déterminer si le contenu ou les produits proposés sont originaux ou non?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE DES RÉPONSES

- Si le contenu proposé est payant ☐
- Le prix des produits et services en vente ☐
- Si mon logiciel de sécurité sur Internet me permet de consulter un site Web, je suis convaincu(e) que le contenu proposé est original ☐
- Si le site Web ne contient pas de publicités intempestives, etc. ☐
- Le simple fait que le site Web ou service soit en ligne : il ne serait pas autorisé s'il proposait du contenu non original ☐
- Le bon sens permet de déterminer s'il s'agit de contenu original ou non ☐
- Les recherches que j'ai effectuées au sujet de l'entreprise ☐
- Je me fie aux recommandations d'autres personnes, au bouche-à-oreille, aux avis ☐
- La qualité ou l'aspect professionnel du site Web ☐
- Les avis des consommateurs des produits vendus ☐
- Aucune réponse/je ne sais pas ☐ [Toujours afficher ces deux réponses à la fin]
- Que le contenu soit original ou non, cela n'a pas d'importance..... ☐ [Toujours afficher ces deux réponses à la fin]

Section sur l'efficacité des campagnes médiatiques de lutte contre la contrefaçon et le piratage

Si la section pour l'“évaluation des campagnes médiatiques” doit être ajoutée au questionnaire, elle devrait être insérée ci-après (voir le document joint)

Ajout de questions finales sur les données démographiques

Il est d'usage d'ajouter à la fin des questionnaires quelques questions supplémentaires en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement. Vous trouverez des exemples de questions de cette nature dans un document distinct.

Remercier la personne interrogée pour sa participation et terminer l'entretien.

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : “Merci d'avoir pris le temps de participer à cette enquête, le questionnaire est terminé”

MODELE DE QUESTIONNAIRE COUVRANT LES PRODUITS DE CONSOMMATION

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : “Bonjour, je vous remercie d’avoir accepté de participer à cette enquête. Je travaille pour [nom de l’agence] et, à ce titre, j’aimerais vous poser quelques questions sur l’achat de produits de consommation courante et d’autres produits dans les magasins de détail.

Soyez assuré(e) qu’il s’agit d’une étude de marché véritable et que vos réponses seront traitées de manière strictement confidentielle. [Ajoutez une déclaration indiquant que vous effectuez des études de marché conformément à la législation applicable aux organismes de recherche nationaux.]”

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q1a Quel est votre âge?

QUESTION À POSER SI LA PERSONNE INTERROGÉE REFUSE D’INDIQUER SON ÂGE À LA Q1a

Q1b Dans quelle tranche d’âge vous situez-vous?

UNE SEULE RÉPONSE

Exemple A	Exemple B	Exemple C
13 ans ou moins [INTERROMPRE]	13 ans ou moins [INTERROMPRE]	13 ans ou moins [INTERROMPRE]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70 et +	55 et +
55-59		
60-64		
65 et +		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q2 Vous êtes...

UNE SEULE RÉPONSE

[Note : dans le cas d’un entretien en face à face, l’enquêteur répond lui-même à cette question]

Un homme ☐

Une femme ☐

Préfère ne pas répondre ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q3 Quelle est votre situation professionnelle actuelle?

UNE SEULE RÉPONSE

Travail à temps plein (35 heures par semaine et plus) ☐

Travail à temps partiel..... ☐

Femme/Homme au foyer ☐

Étudiant(e)..... ☐

Retraité(e) ☐

Sans emploi ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q4 Dans laquelle de ces régions habitez-vous?

UNE SEULE RÉPONSE

- Région 1.....☐
 Région 2.....☐
 Région 3☐
 Région 4.....☐
 Région 5.....☐
 Région 6.....☐
 Région 7.....☐
 Région 8.....☐
 Région 9.....☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q5 Tout d'abord, dans quelle mesure participez-vous aux achats de produits de consommation courante au sein de votre foyer?

UNE SEULE RÉPONSE

Je suis la personne principalement responsable des achats au sein de mon foyer, soit seule soit avec une autre personne ☐

Je m'occupe uniquement des achats d'appoint ☐

Je ne m'occupe que rarement, voire jamais, des achats de produits de consommation courante pour mon foyer ☐

VÉRIFICATION DU RESPECT DES QUOTAS

VEUILLEZ VÉRIFIER QUE LES EXIGENCES EN MATIÈRE DE QUOTAS DE REPRÉSENTATIVITÉ SONT RESPECTÉES.

SI **CE N'EST PAS LE CAS**, REMERCIEZ LA PERSONNE INTERROGÉE POUR SA DISPONIBILITÉ ET TERMINEZ L'ENTRETIEN.

SI **C'EST LE CAS**, VOUS POUVEZ PASSER À LA PARTIE PRINCIPALE DU QUESTIONNAIRE.

Partie principale de l'enquête – utilisation des différentes catégories

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Cette enquête porte sur les produits que vous achetez pour vous-même ou pour votre famille au supermarché ou dans un commerce de détail.”*

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q6 Parmi les produits ci-dessous, lesquels avez-vous personnellement achetés pour vous-même ou pour votre famille au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE

- DVD ou disques Blu-ray ☐
- CD de musique ☐
- Vêtements ☐
- Cosmétiques ☐
- Cigarettes ☐
- Produits de consommation courante (biscuits ou céréales pour le petit-déjeuner par exemple) ☐
- Alcools forts (vodka ou whisky par exemple) ☐
- Vin ou bière ☐
- Préparations pour gâteaux ☐
- Médicaments ☐
- Produits de santé ou compléments alimentaires (vitamines en comprimés par exemple) ☐
- Vêtements de marques de créateurs ☐
- Produits de toilette (déodorant, shampoing ou après-shampoing par exemple) ☐
- Boissons non alcoolisées ☐
- Lessive en poudre/Détergent ☐
- Produits de nettoyage ménagers ☐
- Chargeurs et accessoires pour téléphone portable ☐
- Appareils électriques ☐
- Autres petits appareils électroménagers ☐
- Pièces d'automobiles (en vue d'un remplacement ou d'une amélioration) ☐
- Cartouches d'encre ☐
- Livres (lecture pour le plaisir) ☐
- Livres audio ☐

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“La prochaine question porte sur les produits de contrefaçon : il s'agit des produits fabriqués et emballés pour ressembler à ceux d'une marque ou un fabricant de renom, mais qui sont en réalité fabriqués par une autre personne. Il ne s'agit pas des produits commercialisés sous une marque de distributeur mais uniquement des produits dont l'emballage indique qu'ils ont été fabriqués par une marque de renom alors qu'il s'agit en réalité de copies effectuées par une autre personne. Soyez assuré(e) qu'il s'agit d'un travail de recherche authentique; notre objectif est d'évaluer la possibilité de se procurer des produits de contrefaçon sur le marché et vos réponses seront traitées de manière strictement confidentielle.”*

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q7a Parmi les catégories de produits ci-après, desquels aviez-vous entendu dire qu'il existe des contrefaçons avant aujourd'hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT INDICQUÉES À LA Q7a

Q7b Au cours des 12 derniers mois, avez-vous vu des contrefaçons de produits appartenant à l'une des catégories ci-après en vente, que ce soit dans un magasin, en ligne ou dans un marché?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT INDICQUÉES À LA Q7a

Q7c Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté des contrefaçons de produits appartenant à l'une des catégories ci-après, que vous ayez su ou non qu'il s'agissait d'articles de contrefaçon lors de l'achat?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS DE CONTREFAÇON ACHETÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS INDICQUÉS À LA Q7c

Q7d Lorsque vous avez acheté ces [LIRE À HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT] de contrefaçon, saviez-vous qu'il s'agissait d'articles de contrefaçon avant de les acheter?

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE

QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS DE CONTREFAÇON ACHETÉS SANS SAVOIR QU'IL S'AGISSAIT DE CONTREFAÇONS INDICQUÉS À LA Q7d

Q7e Vous avez mentionné avoir acheté des produits de contrefaçon au cours des 12 derniers mois sans savoir lors de l'achat qu'il s'agissait de contrefaçons. Concernant ces [LIRE À HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT], les auriez-vous tout de même achetés si vous aviez su alors qu'il s'agissait de produits de contrefaçon?

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE

[D'autres catégories de produits peuvent être ajoutées à cette liste si nécessaire]

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q6	Q7a J'en ai entendu parler	Q7b J'ai vu des produits de contrefaçon de cette catégorie en vente	Q7c J'ai acheté un produit de contrefaçon de cette catégorie au cours des 12 derniers mois	Q7d Je savais qu'il s'agissait d'un produit de contrefaçon lors de l'achat	Q7e Je l'aurais acheté de toute façon
DVD ou disques Blu-ray				Oui/Non	Oui/Non
CD de musique				Oui/Non	Oui/Non
Vêtements				Oui/Non	Oui/Non
Cosmétiques				Oui/Non	Oui/Non
Cigarettes				Oui/Non	Oui/Non
Produits de consommation courante (biscuits ou céréales pour le petit-déjeuner par exemple)				Oui/Non	Oui/Non
Alcools forts (vodka ou whisky par exemple)				Oui/Non	Oui/Non
Vin ou bière				Oui/Non	Oui/Non
Préparations pour gâteaux				Oui/Non	Oui/Non
Médicaments				Oui/Non	Oui/Non
Produits de santé ou compléments alimentaires (vitamines en comprimés par exemple)				Oui/Non	Oui/Non
Vêtements de marques de créateurs				Oui/Non	Oui/Non
Produits de toilette (déodorant, shampoing ou après-shampoing par exemple)				Oui/Non	Oui/Non
Boissons non alcoolisées				Oui/Non	Oui/Non
Lessive en poudre/Détergent				Oui/Non	Oui/Non
Produits de nettoyage ménagers				Oui/Non	Oui/Non
Chargeurs et accessoires pour téléphone portable				Oui/Non	Oui/Non
Appareils électriques				Oui/Non	Oui/Non
Autres petits appareils électroménagers				Oui/Non	Oui/Non
Pièces d'automobiles				Oui/Non	Oui/Non
Cartouches d'encre				Oui/Non	Oui/Non
Livres (lecture pour le plaisir)				Oui/Non	Oui/Non
Livres audio				Oui/Non	Oui/Non
Aucun de ces produits					

**SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q7c NE PAS AVOIR ACHETÉ DE PRODUIT DE
CONTREFAÇON, PASSER À LA Q9**

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR TOUS LES PRODUITS INDIQUÉS À LA Q7d (ACHETÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS EN SACHANT QU'IL S'AGISSAIT DE CONTREFAÇONS)

Q8 Vous avez mentionné avoir délibérément acheté des produits de contrefaçon au cours des 12 derniers mois : pourriez-vous nous indiquer pour chacune des catégories de produits que vous avez mentionnés si vous en achetez moins, à peu près autant ou plus qu'il y a 12 mois?

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE DE PRODUITS

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q6	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
DVD ou disques Blu-ray			
CD de musique			
Vêtements			
Cosmétiques			
Cigarettes			
Produits de consommation courante (biscuits ou céréales pour le petit-déjeuner par exemple)			
Alcools forts (vodka ou whisky par exemple)			
Vin ou bière			
Préparations pour gâteaux			
Médicaments			
Produits de santé ou compléments alimentaires (vitamines en comprimés par exemple)			
Vêtements de marques de créateurs			
Produits de toilette (déodorant, shampoing ou après-shampoing par exemple)			
Boissons non alcoolisées			
Lessive en poudre/Détergent			
Produits de nettoyage ménagers			
Chargeurs et accessoires pour téléphone portable			
Appareils électriques			
Autres petits appareils électroménagers			
Pièces d'automobiles			
Cartouches d'encre			
Livres (lecture pour le plaisir)			
Livres audio			

**QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS VUS EN VENTE INDIQUÉS À LA Q7b
– SI LA PERSONNE INTERROGÉE N’A INDIQUÉ AUCUNE CATÉGORIE, PASSER À LA Q13**

Q9 Vous avez mentionné avoir vu des contrefaçons de [LIRE À HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT INDIQUÉ À LA Q7b] en vente au cours des 12 derniers mois : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente dans lesquels vous avez vu de tels produits?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES PAR CATÉGORIE

[D’autres catégories de détaillants peuvent être ajoutées selon le territoire concerné (une échoppe par exemple)]

L’ORDRE D’AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q6	Boutique/magasin de vente au détail	Étal de marché, y compris vide- greniers	Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à- porte en entreprise ou à domicile	Un ami ou collègue	Détaillant en ligne	Site de vente aux enchères en ligne	À l’étranger/en vacances	Aucun de ces points de vente
DVD ou disques Blu-ray								
CD de musique								
Vêtements								
Cosmétiques								
Cigarettes								
Produits de consommation courante (biscuits ou céréales pour le petit-déjeuner par exemple)								
Alcools forts (vodka ou whisky par exemple)								
Vin ou bière								
Préparations pour gâteaux								
Médicaments								
Produits de santé ou compléments alimentaires (vitamines en comprimés par exemple)								
Vêtements de marques de créateurs								
Produits de toilette (déodorant, shampoing ou après-shampoing par exemple)								
Boissons non alcoolisées								
Lessive en poudre/Détergent								
Produits de nettoyage ménagers								
Chargeurs et accessoires pour téléphone portable								
Appareils électriques								
Autres petits appareils électroménagers								
Pièces d’automobiles								
Cartouches d’encre								
Livres (lecture pour le plaisir)								
Livres audio								

**SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q7c NE PAS AVOIR ACHETÉ DE PRODUIT DE
CONTREFAÇON, PASSER À LA Q13**

QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS EN CONNAISSANCE DE CAUSE INDIQUÉS À LA Q7d

Q10a Vous avez mentionné avoir acheté en connaissance de cause des contrefaçons de **[LIRE à HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT]** au cours des 12 derniers mois : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES PAR CATÉGORIE

[D'autres catégories de détaillants peuvent être ajoutées selon le territoire concerné (une échoppe par exemple)]

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q6	Boutique/magasin de vente au détail	Étal de marché, y compris vide-greniers	Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile	Un ami ou collègue	Détaillant en ligne	Site de vente aux enchères en ligne	À l'étranger/en vacances	Aucun de ces points de vente
DVD ou disques Blu-ray								
CD de musique								
Vêtements								
Cosmétiques								
Cigarettes								
Produits de consommation courante (biscuits ou céréales pour le petit-déjeuner par exemple)								
Alcools forts (vodka ou whisky par exemple)								
Vin ou bière								
Préparations pour gâteaux								
Médicaments								
Produits de santé ou compléments alimentaires (vitamines en comprimés par exemple)								
Vêtements de marques de créateurs								
Produits de toilette (déodorant, shampoing ou après-shampoing par exemple)								
Boissons non alcoolisées								
Lessive en poudre/Détergent								
Produits de nettoyage ménagers								
Chargeurs et accessoires pour téléphone portable								
Appareils électriques								
Autres petits appareils électroménagers								
Pièces d'automobiles								
Cartouches d'encre								
Livres (lecture pour le plaisir)								
Livres audio								

QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS SANS SAVOIR QU'IL S'AGISSAIT DE CONTREFAÇONS INDIQUÉS À LA Q7d

Q10b Vous avez mentionné avoir acheté des **[LIRE à HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT]** de contrefaçon au cours des 12 derniers mois sans savoir lors de l'achat qu'il s'agissait de contrefaçons : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES PAR CATÉGORIE

[D'autres catégories de détaillants peuvent être ajoutées selon le territoire concerné (une échoppe par exemple)]

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q6	Boutique/magasin de vente au détail	Étal de marché, y compris vide- greniers	Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à- porte en entreprise ou à domicile	Un ami ou collègue	Détaillant en ligne	Site de vente aux enchères en ligne	À l'étranger/en vacances	Aucun de ces points de vente
DVD ou disques Blu-ray								
CD de musique								
Vêtements								
Cosmétiques								
Cigarettes								
Produits de consommation courante (biscuits ou céréales pour le petit-déjeuner par exemple)								
Alcools forts (vodka ou whisky par exemple)								
Vin ou bière								
Préparations pour gâteaux								
Médicaments								
Produits de santé ou compléments alimentaires (vitamines en comprimés par exemple)								
Vêtements de marques de créateurs								
Produits de toilette (déodorant, shampoing ou après-shampoing par exemple)								
Boissons non alcoolisées								
Lessive en poudre/Détergent								
Produits de nettoyage ménagers								
Chargeurs et accessoires pour téléphone portable								
Appareils électriques								
Autres petits appareils électroménagers								
Pièces d'automobiles								
Cartouches d'encre								
Livres (lecture pour le plaisir)								
Livres audio								

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q7d (PRODUITS ACHETÉS EN CONNAISSANCE DE CAUSE) OU AYANT RÉPONDU OUI POUR AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q7e (J'AURAIS ACHETÉ LE PRODUIT DE TOUTE FAÇON)

Q11a Vous avez mentionné avoir acheté en connaissance de cause des contrefaçons de produits de consommation courante ou d'autres produits en vente dans les magasins de détail, ou vous avez mentionné que vous les auriez tout de même achetés si vous aviez su alors qu'il s'agissait de contrefaçons.

Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous avez acheté de tels produits?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q7d (PRODUITS ACHETÉS EN CONNAISSANCE DE CAUSE) OU AYANT RÉPONDU OUI POUR AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q7e (J'AURAIS ACHETÉ LE PRODUIT DE TOUTE FAÇON)

Q11b Parmi toutes ces raisons, laquelle est **LA** plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q11a Toutes les raisons	Q11b Raison la plus importante
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des produits de marque à un prix inférieur à celui des produits authentiques		
Praticité : pour pouvoir obtenir ces produits quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les produits de marque authentiques coûtent trop cher		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter des produits de marque authentiques		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des produits de marque de cette manière que d'acheter des produits authentiques dans un magasin ou sur le site d'un détaillant en ligne		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q7c (ACHAT DE PRODUITS DE CONTREFAÇON)
UNIQUEMENT POUR LES CATÉGORIES DE PRODUITS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ AVOIR ACHETÉS À LA Q7c**

Q12 Vous avez mentionné avoir acheté des produits de contrefaçon au cours des 12 derniers mois. Pour chacune des catégories de produits que vous avez achetés, que pensez-vous de la qualité de manière générale des contrefaçons par rapport à celle des produits authentiques? Nous souhaiterions recueillir votre opinion personnelle quant à la qualité de ces produits.

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE DE PRODUITS

AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX UNIQUEMENT LES CATÉGORIES DE PRODUITS DE CONTREFAÇON QUE LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ AVOIR ACHETÉS

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q6	<i>La qualité est...</i>				
	Nettement inférieure à celle des produits authentiques	Légèrement inférieure à celle des produits authentiques	À peu près identique à celle des produits authentiques	Légèrement supérieure à celle des produits authentiques	Nettement supérieure à celle des produits authentiques
DVD ou disques Blu-ray					
CD de musique					
Vêtements					
Cosmétiques					
Cigarettes					
Produits de consommation courante (biscuits ou céréales pour le petit-déjeuner par exemple)					
Alcools forts (vodka ou whisky par exemple)					
Vin ou bière					
Préparations pour gâteaux					
Médicaments					
Produits de santé ou compléments alimentaires (vitamines en comprimés par exemple)					
Vêtements de marques de créateurs					
Produits de toilette (déodorant, shampoing ou après-shampoing par exemple)					
Boissons non alcoolisées					
Lessive en poudre/Détergent					
Produits de nettoyage ménagers					
Chargeurs et accessoires pour téléphone portable					
Appareils électriques					
Autres petits appareils électroménagers					
Pièces d'automobiles					
Cartouches d'encre					
Livres (lecture pour le plaisir)					
Livres audio					

[illegible]

ATTITUDES À L'ÉGARD DES DIFFÉRENTS SECTEURS – POUR TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES TOUJOURS AFFICHER À LA FIN	Pas du tout d'accord 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tout à fait d'accord 10	Sans avis/non applicable
Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien d'acheter des produits de contrefaçon											
Les produits de consommation courante de contrefaçon ont des retombées négatives importantes sur le secteur de l'alimentation											
Les [AJOUTER LE NOM DE LA CATÉGORIE DE PRODUITS] de contrefaçon ont des retombées négatives importantes sur le secteur de [AJOUTER LE NOM DU SECTEUR]											

[Des questions supplémentaires relatives aux attitudes peuvent être ajoutées pour couvrir des secteurs/catégories de produits particuliers, selon les besoins. Veuillez ne pas dépasser 5 secteurs pour éviter que la personne interrogée se lasse.]

Module sur les logiciels informatiques

Si le module sur les logiciels informatiques doit être ajouté au questionnaire, il devrait être inséré ci-après (voir le document joint)

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q7c (ACHAT DE PRODUITS DE CONTREFAÇON)

Q14 Vous avez mentionné avoir acheté des produits de contrefaçon au cours des 12 derniers mois. S'agissant de ce type de produits, de manière générale, quel(s) facteur(s) pourrai(en)t vous inciter à arrêter d'acheter des contrefaçons et à acheter plutôt des produits de marque authentiques?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES TROIS DERNIERS FACTEURS QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN

- Si les produits de marque authentiques coûtaient moins cher ☐
- Si les détaillants près de chez moi proposaient une plus large gamme de produits de marque authentiques ☐
- Si je pensais que je risquais d'être repéré(e) pour avoir acheté des produits de contrefaçon ☐
- Si je pensais que je risquais d'être poursuivi(e) en justice pour avoir acheté des produits de contrefaçon ☐
- Si tout le monde arrêterait de le faire ☐
- S'il devenait beaucoup plus difficile de trouver des produits de contrefaçon en vente ☐
- Si l'un de mes amis ou un membre de ma famille était pris en train d'acheter des produits de contrefaçon ou était poursuivi en justice pour cette raison ☐
- Si des articles dans les médias relataient le cas de personnes poursuivies en justice pour avoir acheté des produits de contrefaçon ☐
- S'il était plus facile de distinguer les produits authentiques des copies..... ☐
- Si je disposais d'informations plus claires m'indiquant comment savoir si un produit est authentique ou non ☐
- Je n'achète / n'achèterais pas délibérément de produits de contrefaçon ☐
- Un autre facteur (Veuillez préciser lequel : _____) ☐
- Rien ne pourrait m'inciter à arrêter d'acheter des produits de contrefaçon ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q15 S'agissant des sites Web qui vendent les types de produits que l'on peut acheter au supermarché ou dans un commerce de détail, quelles mesures pensez-vous que ces sites pourraient prendre pour vous convaincre que les produits proposés sont authentiques?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE DES RÉPONSES

- Si le service était fourni par une entreprise ou une marque jouissant d'une bonne réputation/connue ☐
- S'il existait un système d'agrément/d'accréditation officiel ☐
- Si une norme ou un symbole était appliqué dans l'ensemble du secteur pour signaler que les produits sont authentiques ☐
- Si le site appliquait des mesures de sécurité (paiement, certificats, conditions d'utilisation, protection du mot de passe, etc.) ☐
- Si le site Web indiquait clairement qu'il fournit des produits de marque authentiques..... ☐
- S'il existait un site ou une organisation qui me permettait de vérifier si le site en question figure parmi ceux autorisés à vendre des produits de marque authentiques ☐
- Si le service était reconnu par des créateurs ou des marques donnés..... ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q16 Quelles autres caractéristiques d'un site Web ou d'un service en ligne vous permettent de déterminer si les produits proposés sont authentiques ou non?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE DES RÉPONSES

- Le prix des produits et services en vente ☐
- Si mon logiciel de sécurité sur Internet me permet de consulter un site Web sans afficher d'avertissement, je suis convaincu(e) que les produits proposés sont authentiques ☐
- Si le site Web ne contient pas de publicités intempestives, etc. ☐
- Le bon sens permet de déterminer s'il s'agit de produits authentiques ou non ☐
- Les recherches que j'ai effectuées au sujet du site Web ou de l'entreprise..... ☐
- Je me fie aux recommandations d'autres personnes, au bouche-à-oreille, aux avis ☐
- La qualité ou l'aspect professionnel du site Web ☐
- Les avis des consommateurs des produits vendus ☐
- Aucune réponse/je ne sais pas ☐ [Toujours afficher ces deux réponses à la fin]
- Que les produits soient authentiques ou non, cela n'a pas d'importance ☐ [Toujours afficher ces deux réponses à la fin]

Section sur l'efficacité des campagnes médiatiques de lutte contre la contrefaçon et le piratage

Si la section pour l'«évaluation des campagnes médiatiques» doit être ajoutée au questionnaire, elle devrait être insérée ci-après (voir le document joint)

Ajout de questions finales sur les données démographiques

Il est d'usage d'ajouter à la fin des questionnaires quelques questions supplémentaires en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement. Vous trouverez des exemples de questions de cette nature dans un document distinct.

Remercier la personne interrogée pour sa participation et terminer l'entretien.

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : «Merci d'avoir pris le temps de participer à cette enquête, le questionnaire est terminé»

MODELE DE QUESTIONNAIRE COUVRANT LES PRODUITS DE LUXE ET LES VETEMENTS

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : “Bonjour, je vous remercie d’avoir accepté de participer à cette enquête. Je travaille pour [nom de l’agence] et, à ce titre, j’aimerais vous poser quelques questions sur l’achat de vêtements et d’autres articles de mode pour vous-même ou pour votre famille, en ligne ou dans un commerce de détail.

Soyez assuré(e) qu’il s’agit d’une étude de marché véritable et que vos réponses seront traitées de manière strictement confidentielle. [Ajoutez une déclaration indiquant que vous effectuez des études de marché conformément à la législation applicable aux organismes de recherche nationaux.]”

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q1a Quel est votre âge?

QUESTION À POSER SI LA PERSONNE INTERROGÉE REFUSE D’INDIQUER SON ÂGE À LA Q1a

Q1b Dans quelle tranche d’âge vous situez-vous?

UNE SEULE RÉPONSE

Exemple A	Exemple B	Exemple C
13 ans ou moins [INTERROMPRE]	13 ans ou moins [INTERROMPRE]	13 ans ou moins [INTERROMPRE]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70 et +	55 et +
55-59		
60-64		
65 et +		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q2 Vous êtes...

UNE SEULE RÉPONSE

[Note : dans le cas d’un entretien en face à face, l’enquêteur répond lui-même à cette question]

Un homme ☐

Une femme ☐

Préfère ne pas répondre ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q3 Quelle est votre situation professionnelle actuelle?

UNE SEULE RÉPONSE

- Travail à temps plein (35 heures par semaine et plus) ☐
- Travail à temps partiel..... ☐
- Femme/Homme au foyer..... ☐
- Étudiant(e)..... ☐
- Retraité(e) ☐
- Sans emploi ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q4 Région (si besoin)

UNE SEULE RÉPONSE

- Région 1..... ☐
- Région 2..... ☐
- Région 3 ☐
- Région 4..... ☐
- Région 5..... ☐
- Région 6..... ☐
- Région 7..... ☐
- Région 8..... ☐
- Région 9..... ☐

VÉRIFICATION DU RESPECT DES QUOTAS

VEUILLEZ VÉRIFIER QUE LES EXIGENCES EN MATIÈRE DE QUOTAS DE REPRÉSENTATIVITÉ SONT RESPECTÉES.

SI **CE N'EST PAS LE CAS**, REMERCIEZ LA PERSONNE INTERROGÉE POUR SA DISPONIBILITÉ ET TERMINEZ L'ENTRETIEN.

SI **C'EST LE CAS**, VOUS POUVEZ PASSER À LA PARTIE PRINCIPALE DU QUESTIONNAIRE.

Partie principale de l'enquête – utilisation des différentes catégories

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Cette enquête porte sur les produits que vous achetez pour vous-même ou pour votre famille, en ligne ou dans un commerce de détail, en particulier les vêtements et les articles de mode tels que les parfums, les chaussures et les sacs à main.”*

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q5 Parmi les produits ci-dessous, lesquels avez-vous personnellement achetés pour vous-même ou pour votre famille au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE

- Chaussures..... ☐
- Sacs à main ☐
- Vêtements de marques de créateurs..... ☐
- Parfums ☐
- Montres..... ☐
- Cosmétiques ou produits de beauté ☐
- Bijoux..... ☐
- Vêtements vendus dans les magasins de détail..... ☐
- Vêtements sans marque ou vendus, par des supermarchés par exemple, sous leur propre marque ☐
- Sous-vêtements de marques de créateurs..... ☐

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“La prochaine question porte sur les produits de contrefaçon : il s'agit des produits fabriqués et emballés pour ressembler à ceux d'un fabricant de renom, mais qui sont en réalité fabriqués par une autre personne. Parmi les produits que vous avez mentionné avoir achetés au cours des 12 derniers mois et les produits de marque authentiques, nombreux sont ceux dont des contrefaçons circulent également sur le marché. Soyez assuré(e) qu'il s'agit d'un travail de recherche authentique; notre objectif est d'évaluer la possibilité de se procurer des produits de contrefaçon sur le marché et vos réponses seront traitées de manière strictement confidentielle.”*

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q6a Parmi les catégories de produits ci-après, desquels aviez-vous entendu dire qu'il existe des contrefaçons avant aujourd'hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES**QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT INDIQUÉES À LA Q6a**

Q6b Au cours des 12 derniers mois, avez-vous vu des contrefaçons de produits appartenant à l'une des catégories ci-après en vente, que ce soit dans un magasin, en ligne ou dans un marché?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES**QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT INDIQUÉES À LA Q6a**

Q6c Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté des contrefaçons de produits appartenant à l'une des catégories ci-après, que vous ayez su ou non qu'il s'agissait d'articles de contrefaçon lors de l'achat?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES**QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS DE CONTREFAÇON ACHETÉS, INDIQUÉS À LA Q6c**

Q6d Lorsque vous avez acheté ces [LIRE À HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT] de contrefaçon, saviez-vous qu'il s'agissait d'articles de contrefaçon avant de les acheter?

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE**QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS DE CONTREFAÇON ACHETÉS SANS SAVOIR QU'IL S'AGISSAIT DE CONTREFAÇONS INDIQUÉS À LA Q6d**

Q6e Vous avez mentionné avoir acheté des produits de contrefaçon au cours des 12 derniers mois sans savoir lors de l'achat qu'il s'agissait de contrefaçons. Concernant ces [LIRE À HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT], les auriez-vous tout de même achetés si vous aviez su alors qu'il s'agissait de produits de contrefaçon?

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q5	Q6a J'en ai entendu parler	Q6b J'ai vu des produits de contrefaçon de cette catégorie en vente	Q6c J'ai acheté un produit de contrefaçon de cette catégorie au cours des 12 derniers mois	Q6d Je savais qu'il s'agissait d'un produit de contrefaçon lors de l'achat	Q6e Je l'aurais acheté de toute façon
Chaussures				Oui/Non	Oui/Non
Sacs à main				Oui/Non	Oui/Non
Vêtements de marques de créateurs				Oui/Non	Oui/Non
Parfums				Oui/Non	Oui/Non
Montres				Oui/Non	Oui/Non
Cosmétiques ou produits de beauté				Oui/Non	Oui/Non
Bijoux				Oui/Non	Oui/Non
Vêtements vendus dans les magasins de détail				Oui/Non	Oui/Non
Sous-vêtements de marques de créateurs				Oui/Non	Oui/Non
Aucun de ces produits					

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q6c NE PAS AVOIR ACHETÉ DE PRODUIT DE CONTREFAÇON, PASSER À LA Q8

[La question suivante est facultative, elle doit être incluse uniquement s'il s'agit d'une enquête indépendante et non d'une étude de suivi]

QUESTION À POSER POUR TOUS LES PRODUITS INDIQUÉS À LA Q6d (ACHETÉS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS EN SACHANT QU'IL S'AGISSAIT DE CONTREFAÇONS)

Q7 Vous avez mentionné avoir délibérément acheté des produits de contrefaçon au cours des 12 derniers mois : pourriez-vous nous indiquer pour chacune des catégories de produits que vous avez mentionnés si vous en achetez moins, à peu près autant ou plus qu'il y a 12 mois?

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE DE PRODUITS

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q5	Moins qu'il y a 12 mois	À peu près autant qu'il y a 12 mois	Plus qu'il y a 12 mois
Chaussures			
Sacs à main			
Vêtements de marques de créateurs			
Parfums			
Montres			
Cosmétiques ou produits de beauté			
Bijoux			
Sous-vêtements de marques de créateurs			

QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS VUS EN VENTE INDIQUÉS À LA Q6b – SI LA PERSONNE INTERROGÉE N'A INDIQUÉ AUCUNE CATÉGORIE, PASSER À LA Q12

Q8 Vous avez mentionné avoir vu des contrefaçons de [LIRE À HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT INDIQUÉ À LA Q6b] en vente au cours des 12 derniers mois : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente dans lesquels vous avez vu de tels produits?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES PAR CATÉGORIE

[D'autres catégories de détaillants peuvent être ajoutées selon le territoire concerné (une échoppe par exemple)]

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q5	Boutique/magasin de vente au détail	Étal de marché, y compris vide-greniers	Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile	Un ami ou collègue	Détaillant en ligne	Site de vente aux enchères en ligne	À l'étranger/en vacances	Aucun de ces points de vente
Chaussures								
Sacs à main								
Vêtements de marques de créateurs								
Parfums								
Montres								
Cosmétiques ou produits de beauté								
Bijoux								
Sous-vêtements de marques de créateurs								

SI LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ À LA Q6c NE PAS AVOIR ACHETÉ DE PRODUIT DE CONTREFAÇON, PASSER À LA Q12

QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS EN CONNAISSANCE DE CAUSE INDICUÉS À LA Q6d

Q9a Vous avez mentionné avoir acheté en connaissance de cause des contrefaçons de **[LIRE À HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT]** au cours des 12 derniers mois : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES PAR CATÉGORIE

[D'autres catégories de détaillants peuvent être ajoutées selon le territoire concerné (une échoppe par exemple)]

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q5	Boutique/magasin de vente au détail	Étal de marché, y compris vide-greniers	Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile	Un ami ou collègue	Détaillant en ligne	Site de vente aux enchères en ligne	À l'étranger/en vacances	Aucun de ces points de vente
Chaussures								
Sacs à main								
Vêtements de marques de créateurs								
Parfums								
Montres								
Cosmétiques ou produits de beauté								
Bijoux								
Sous-vêtements de marques de créateurs								

QUESTION À POSER POUR TOUTES LES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS SANS SAVOIR QU'IL S'AGISSAIT DE CONTREFAÇONS INDIQUÉS À LA Q6d

Q9b Vous avez mentionné avoir acheté des **[LIRE À HAUTE VOIX/AFFICHER LE NOM DU PRODUIT]** de contrefaçon au cours des 12 derniers mois sans savoir lors de l'achat qu'il s'agissait de contrefaçons : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES PAR CATÉGORIE

[D'autres catégories de détaillants peuvent être ajoutées selon le territoire concerné (une échoppe par exemple)]

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q5	Boutique/magasin de vente au détail	Étal de marché, y compris vide-greniers	Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile	Un ami ou collègue	Détaillant en ligne	Site de vente aux enchères en ligne	À l'étranger/en vacances	Aucun de ces points de vente
Chaussures								
Sacs à main								
Vêtements de marques de créateurs								
Parfums								
Montres								
Cosmétiques ou produits de beauté								
Bijoux								
Sous-vêtements de marques de créateurs								

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT RÉPONDU OUI POUR AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q6d (PRODUITS ACHETÉS EN CONNAISSANCE DE CAUSE) OU AYANT RÉPONDU OUI POUR AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q6e (J'AURAIS ACHETÉ LE PRODUIT DE TOUTE FAÇON)

Q10a Vous avez mentionné avoir acheté en connaissance de cause des contrefaçons de vêtements ou de produits de luxe, ou vous avez mentionné que vous les auriez tout de même achetés si vous aviez su alors qu'il s'agissait de contrefaçons. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous avez acheté de tels produits?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT RÉPONDU OUI POUR AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q6d (PRODUITS ACHETÉS EN CONNAISSANCE DE CAUSE) OU AYANT RÉPONDU OUI POUR AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q6e (J'AURAIS ACHETÉ LE PRODUIT DE TOUTE FAÇON)

Q10b Parmi toutes ces raisons, laquelle est **LA** plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q10a Toutes les raisons	Q10b Raison la plus importante
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des produits de marque ou de marque de créateurs à un prix inférieur à celui des produits authentiques		
Praticité : pour pouvoir obtenir ces produits quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les produits de marque et les produits de marque de créateurs authentiques coûtent trop cher		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter des produits de marque ou de marque de créateurs authentiques		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des produits de marque ou de marque de créateurs de cette manière que d'acheter des produits authentiques dans un magasin ou sur le site d'un détaillant en ligne		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

**QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q6c (ACHAT DE PRODUITS DE CONTREFAÇON)
UNIQUEMENT POUR LES CATÉGORIES DE PRODUITS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ AVOIR ACHETÉS À LA Q6c**

Q11 Vous avez mentionné avoir acheté des produits de contrefaçon au cours des 12 derniers mois. Pour chacune des catégories de produits que vous avez achetés, que pensez-vous de la qualité de manière générale des contrefaçons par rapport à celle des produits de marque authentiques? Nous souhaiterions recueillir votre opinion personnelle quant à la qualité de ces produits.

UNE SEULE RÉPONSE PAR CATÉGORIE DE PRODUITS

AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX UNIQUEMENT LES CATÉGORIES DE PRODUITS DE CONTREFAÇON QUE LA PERSONNE INTERROGÉE A INDIQUÉ AVOIR ACHETÉS À LA Q6a

L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE DEVRAIT ÊTRE LE MÊME QUE POUR LA Q5	La qualité est...				
	Nettement inférieure à celle des produits authentiques	Légèrement inférieure à celle des produits authentiques	À peu près identique à celle des produits authentiques	Légèrement supérieure à celle des produits authentiques	Nettement supérieure à celle des produits authentiques
Chaussures					
Sacs à main					
Vêtements de marques de créateurs					
Parfums					
Montres					
Cosmétiques ou produits de beauté					
Bijoux					
Vêtements vendus dans les magasins de détail					
Sous-vêtements de marques de créateurs					

Section sur les attitudes à l'égard du piratage

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q12 Je vais maintenant vous présenter une liste d'affirmations formulées par certaines personnes en ce qui concerne les contrefaçons de vêtements, de chaussures, de sacs à main, de parfums et de produits de beauté. Veuillez indiquer si, personnellement, vous êtes d'accord ou non avec chacune de ces affirmations. Pour ce faire, veuillez utiliser l'échelle de 1 à 10, 10 signifiant que vous êtes tout à fait d'accord et 1 que vous n'êtes pas du tout d'accord.

UNE SEULE RÉPONSE PAR AFFIRMATION

[illegible]

ATTITUDES À L'ÉGARD DES DIFFÉRENTS SECTEURS TOUJOURS AFFICHER À LA FIN	Pas du tout d'accord 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tout à fait d'accord 10	Sans avis/non applicable
Je suis contre l'idée/Je trouve qu'il n'est pas bien d'acheter des produits de contrefaçon											
Les vêtements et chaussures de contrefaçon ont des retombées négatives importantes sur le secteur de la mode											
Lorsque j'achète des vêtements de marques de créateurs authentiques, j'ai l'impression de soutenir le créateur concerné											
Les articles vendus dans les magasins de détail suivent si étroitement les tendances créées par les marques de créateurs qu'il n'est pas nécessaire d'acheter des vêtements de marques de créateurs de nos jours											
Les contrefaçons de [AJOUTER LE NOM DE LA CATÉGORIE DE PRODUITS] ont des retombées négatives importantes sur le secteur de [AJOUTER LE NOM DU SECTEUR]											

[Des questions supplémentaires relatives aux attitudes peuvent être ajoutées pour couvrir des secteurs/catégories de produits particuliers, selon les besoins. Veuillez ne pas dépasser 5 secteurs pour éviter que la personne interrogée se lasse.]

Module sur les logiciels informatiques

Si le module sur les logiciels informatiques doit être ajouté au questionnaire, il devrait être inséré ci-après (voir le document joint)

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ AU MOINS UNE CATÉGORIE DE PRODUITS À LA Q6c (ACHAT DE PRODUITS DE CONTREFAÇON)

Q13 Vous avez mentionné avoir acheté des vêtements ou des produits de luxe de contrefaçon au cours des 12 derniers mois. S'agissant de ce type de produits, de manière générale, quel(s) facteur(s) pourrai(en)t vous inciter à arrêter d'acheter des contrefaçons et à acheter plutôt des produits de marque authentiques?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE, À L'EXCEPTION DES TROIS DERNIERS FACTEURS QUI DOIVENT TOUJOURS FIGURER À LA FIN

- Si les produits de marque authentiques coûtaient moins cher ☐
- Si les détaillants près de chez moi proposaient une plus large gamme de produits de marque authentiques ☐
- Si je pensais que je risquais d'être repéré(e) pour avoir acheté des produits de contrefaçon ☐
- Si je pensais que je risquais d'être poursuivi(e) en justice pour avoir acheté des produits de contrefaçon ☐
- Si tout le monde arrêterait de le faire ☐
- S'il devenait beaucoup plus difficile de trouver des produits de contrefaçon en vente ☐
- Si l'un de mes amis ou un membre de ma famille était pris en train d'acheter des produits de contrefaçon ou était poursuivi en justice pour cette raison ☐
- Si des articles dans les médias relataient le cas de personnes poursuivies en justice pour avoir acheté des produits de contrefaçon ☐
- S'il était plus facile de distinguer les produits authentiques des copies..... ☐
- Si je disposais d'informations plus claires m'indiquant comment savoir si un produit est authentique ou non ☐
- Je n'achète / n'achèterais pas délibérément de produits de contrefaçon ☐
- Un autre facteur (Veuillez préciser lequel : _____) ☐
- Rien ne pourrait m'inciter à arrêter d'acheter des produits de contrefaçon ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q14 S'agissant des sites Web qui vendent des vêtements de marques de créateurs ou des produits de luxe tels que des chaussures, des sacs à main, des produits de beauté, des montres ou des bijoux, quelles mesures pensez-vous que ces sites pourraient prendre pour vous convaincre que les produits proposés sont authentiques?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES**ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE DES RÉPONSES**

- Si le service était fourni par une entreprise ou une marque jouissant d'une bonne réputation/connue ☐
- S'il existait un système d'agrément/d'accréditation officiel ☐
- Si une norme ou un symbole était appliqué dans l'ensemble du secteur pour signaler que les produits sont authentiques ☐
- Si le site appliquait des mesures de sécurité (paiement, certificats, conditions d'utilisation, protection du mot de passe, etc.) ☐
- Si le site Web indiquait clairement qu'il fournit des produits de marque authentiques..... ☐
- S'il existait un site ou une organisation qui me permettait de vérifier si le site en question figure parmi ceux autorisés à vendre des produits de marque authentiques ☐
- Si le service était reconnu par des créateurs ou des marques donnés..... ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q15 Quelles autres caractéristiques d'un site Web ou d'un service en ligne vous permettent de déterminer si les produits proposés sont authentiques ou non?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES**ALTERNER L'ORDRE D'AFFICHAGE DES RÉPONSES**

- Le prix des produits et services en vente ☐
- Si mon logiciel de sécurité sur Internet me permet de consulter un site Web, je suis convaincu(e) que les produits proposés sont authentiques ☐
- Si le site Web ne contient pas de publicités intempestives, etc. ☐
- Les recherches que j'ai effectuées au sujet du site Web ou de l'entreprise ☐
- Je me fie aux recommandations d'autres personnes, au bouche-à-oreille, aux avis ☐
- La qualité ou l'aspect professionnel du site Web ☐
- Les avis des consommateurs des produits vendus ☐
- Aucune réponse/je ne sais pas ☐ [Toujours afficher ces deux réponses à la fin]
- Que les produits soient authentiques ou non, cela n'a pas d'importance ☐ [Toujours afficher ces deux réponses à la fin]

Section sur l'efficacité des campagnes médiatiques de lutte contre la contrefaçon et le piratage

Si la section pour l'«évaluation des campagnes médiatiques» doit être ajoutée au questionnaire, elle devrait être insérée ci-après (voir le document joint)

Ajout de questions finales sur les données démographiques

Il est d'usage d'ajouter à la fin des questionnaires quelques questions supplémentaires en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement. Vous trouverez des exemples de questions de cette nature dans un document distinct.

Remercier la personne interrogée pour sa participation et terminer l'entretien.

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : «Merci d'avoir pris le temps de participer à cette enquête, le questionnaire est terminé»

LOGICIELS INFORMATIQUES

[Note : la question suivante est une question filtre visant à déterminer si les personnes interrogées ont accès à un ordinateur ou non. Si c'est le cas, les personnes interrogées peuvent répondre aux questions de cette section, consacrée aux logiciels informatiques. Si ce n'est pas le cas, passer à la section suivante.]

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q1 Parmi les appareils ci-dessous, lesquels possédez-vous personnellement ou auxquels avez-vous accès à la maison? Veuillez ne pas inclure les ordinateurs appartenant à votre employeur.

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

- Ordinateur de bureau (PC) ☐
- Ordinateur Mac ☐
- Ordinateur portable (PC) ☐
- MacBook ☐
- PC portable hybride tablette ☐
- Tablette ☐
- Autre ordinateur de bureau ☐
- Autre ordinateur portable ☐
- Je n'ai accès à aucun ordinateur ☐

SI LA PERSONNE INTERROGÉE N'A ACCÈS À AUCUN ORDINATEUR, PASSER À LA SECTION SUIVANTE

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *"Je vais maintenant vous présenter une liste de différents moyens permettant d'acheter et de se procurer des logiciels informatiques de nos jours."* [Remplacer "vous présenter" par "vous lire" dans le cas d'un entretien par téléphone.]

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q2a Parmi ces moyens permettant d'acheter et de se procurer des logiciels informatiques, pourriez-vous nous indiquer desquels vous aviez **entendu parler** personnellement avant aujourd'hui? Par logiciels informatiques nous entendons les outils bureautiques tels que Word, Excel ou des équivalents, les jeux ou les logiciels d'application, de retouche de photos ou de montage vidéo par exemple, ainsi que les systèmes d'exploitation tels que Windows.

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR TOUS LES MOYENS QUE LA PERSONNE INTERROGÉE CONNAÎT, INDIQUÉS À LA Q2a

Q2b Quels moyens avez-vous utilisés personnellement pour acheter ou vous procurer des logiciels informatiques au cours des deux dernières années?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q2c Selon vous, la prochaine fois que vous aurez besoin d'acheter un nouveau système d'exploitation (Windows, Linux, Mac OS, etc.), qu'il s'agisse d'un système d'exploitation neuf ou d'une mise à jour, quel est **le** moyen que vous utiliserez le plus probablement?

UNE SEULE RÉPONSE

Q2d Selon vous, la prochaine fois que vous aurez besoin d'un nouveau logiciel informatique tel qu'un logiciel bureautique, un jeu ou un logiciel d'application, de retouche de photos ou de montage vidéo par exemple, quel est **le** moyen que vous utiliserez le plus probablement?

UNE SEULE RÉPONSE

	Q2a Je connais	Q2b J'ai utilisé ce moyen au cours des 12 derniers mois	Q2c J'utiliserais ce moyen (système d'exploitation)	Q2d J'utiliserais ce moyen (logiciel)
A. Acheter sur CD (version originale)				
B. Acheter sur CD/clé USB (version non originale)				
C. Télécharger sur un site officiel (achat unique)				
D. Télécharger sur un site officiel (abonnement mensuel ou annuel)				
E. Acheter une version non originale en téléchargement				
F. Télécharger une version non originale gratuitement depuis une source en ligne				
G. Télécharger/copier des fichiers d'un ami				
H. Acheter une version originale d'un logiciel déjà installé sur l'ordinateur au moment de l'achat				
I. Acheter une version non originale d'un logiciel déjà installé sur l'ordinateur au moment de l'achat				
J. Acheter un CD d'occasion				
K. Un autre moyen (Veuillez préciser lequel : _____)				
L. Aucun de ces moyens/Je n'achète ni ne me procure jamais de logiciel informatique				

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, E, F OU I À LA Q2b CI-DESSUS

Q3a Vous avez mentionné vous être parfois procuré des versions non originales de logiciels informatiques au cours des 12 derniers mois. Pourriez-vous nous indiquer toutes les raisons pour lesquelles vous vous êtes procuré des logiciels informatiques par ce moyen?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, E, F OU I À LA Q3b CI-DESSUS

Q3b Parmi toutes ces raisons, laquelle est **LA** plus importante à vos yeux?

UNE SEULE RÉPONSE

ALTERNER OU RENDRE ALÉATOIRE L'ORDRE D'AFFICHAGE/DE LECTURE	Q3a Toutes les raisons	Q3b Raison la plus importante
Pour gagner du temps : pour avoir accès aux logiciels avant leur sortie dans ce pays		
Pour économiser de l'argent : pour obtenir des logiciels à un prix inférieur à celui de la version originale ou gratuitement		
Praticité : pour pouvoir obtenir de nouveaux logiciels quand je le souhaite		
Parce que j'estime que les versions originales de logiciels informatiques coûtent trop cher		
Praticité : parce qu'il est plus facile de manier les versions non originales de logiciels informatiques que les versions originales		
Parce que je n'ai pas assez d'argent pour acheter les versions originales des logiciels que je recherche		
Praticité : parce qu'il est plus facile de se procurer des logiciels informatiques de cette manière que d'acheter des versions originales de logiciels informatiques dans un magasin ou en ligne		
Parce que je peux utiliser les versions non originales sur plusieurs appareils		
Parce que toutes les personnes que je connais le font		
Je ne savais pas que je me procurais une version non originale sur le moment, je n'aurais pas choisi ce moyen si je l'avais su		
Une autre raison (Veuillez préciser laquelle : _____)		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE B À LA Q2b CI-DESSUS (ACHETER DES VERSIONS NON ORIGINALES SUR CD OU CLÉ USB)

Q4 Vous avez mentionné avoir acheté au moins une version non originale d'un logiciel informatique sur CD ou clé USB : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q4

Q5 Vous est-il arrivé d'acheter un logiciel informatique au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'une version originale avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'une version non originale une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'une version originale
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE E À LA Q2b CI-DESSUS (ACHETER UNE VERSION NON ORIGINALE EN TÉLÉCHARGEMENT)

Q6 Vous avez mentionné avoir acheté au moins une version non originale d'un logiciel informatique en téléchargement : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez effectué un tel achat au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q6

Q7 Vous est-il arrivé d'acheter un logiciel informatique au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'une version originale avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'une version non originale une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'une version originale
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE I À LA Q2b CI-DESSUS (ACHETER UNE VERSION NON ORIGINALE D'UN LOGICIEL DÉJÀ INSTALLÉ)

Q8 Vous avez mentionné avoir acheté au moins une version non originale d'un logiciel informatique déjà installé sur l'ordinateur : pourriez-vous nous indiquer tous les types de points de vente auprès desquels vous avez acheté un ordinateur sur lequel une version non originale de logiciel était déjà installée au cours des 12 derniers mois?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

QUESTION À POSER POUR CHAQUE POINT DE VENTE INDIQUÉ À LA Q8

Q9 Vous est-il arrivé d'acheter un logiciel informatique au cours des 12 derniers mois auprès de ce point de vente en pensant qu'il s'agissait d'une version originale avant de découvrir qu'il s'agissait en réalité d'une version non originale une fois rentré(e) à la maison ou au moment de la livraison?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

	Achat auprès de ce point de vente au cours des 12 derniers mois	Achat en pensant qu'il s'agissait d'une version originale
Boutique/magasin de vente au détail		
Étal de marché, y compris vide-greniers		
Vendeur de rue, marchand ambulant faisant du porte-à-porte en entreprise ou à domicile		
Un ami ou collègue		
Détaillant en ligne		
Site de vente aux enchères en ligne (par exemple eBay)		
Un autre point de vente (Veuillez préciser lequel : _____)		
Aucun de ces points de vente		

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT SÉLECTIONNÉ LES RÉPONSES B, D, E OU I À LA Q2b CI-DESSUS (ACHETER / UTILISER DES VERSIONS NON ORIGINALES DE LOGICIELS)

Q10 Vous avez mentionné vous être parfois procuré des versions non originales de logiciels informatiques.

Avez-vous déjà rencontré l'un des problèmes ci-après du fait direct de l'utilisation de cette version non originale?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

- L'ordinateur a planté inopinément ☐
- Un autre logiciel ne fonctionnait pas en raison d'un problème de compatibilité ☐
- J'ai eu des problèmes pour mettre à jour le logiciel ou n'ai pas pu le faire..... ☐
- Des fichiers ont été perdus ou corrompus ☐
- L'ordinateur a été infecté par un virus..... ☐
- Des fenêtres intruses sont apparues..... ☐
- Un autre problème
(Veuillez préciser lequel : _____) ☐

SECTION POUR L'EVALUATION DES CAMPAGNES MEDIATIQUES

Présentation

Cette section du questionnaire est destinée à être ajoutée dans le corps de l'Instrument de l'OMPI relatif à la conduite d'enquêtes si l'un des objectifs est d'évaluer l'efficacité des campagnes médiatiques de lutte contre la contrefaçon et le piratage sur un marché donné. La formulation exacte des questions figurant dans cette section dépend fortement du type de campagne qui a été menée sur le territoire visé dans le cadre de l'enquête.

Deux méthodes principales permettent d'évaluer l'efficacité d'une campagne. Dans l'idéal, des questions sont ajoutées afin de déterminer la proportion des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête ayant vu la campagne ou non. Les attitudes et comportements de ces deux groupes sont ensuite mis en parallèle, l'hypothèse que l'on cherche à vérifier étant celle selon laquelle les comportements et les attitudes du groupe ayant été exposé à la campagne seront modifiés.

Pour que cette méthode soit efficace, il est essentiel que les personnes interrogées ayant vu la campagne soient clairement identifiées et séparées des autres. Par exemple, si une campagne a été diffusée uniquement sur certaines chaînes de télévision à certains moments de la journée ou dans certaines publications seulement, il devrait être assez simple de déterminer si la personne interrogée regarde généralement la chaîne de télévision en question à ce moment précis ou si elle lit régulièrement la publication en question, et donc de déterminer s'il est possible qu'elle ait vu la campagne. Les questions à poser dans le cadre de cette méthode ne figurent pas dans cette section étant donné qu'elles seront étroitement liées à chaque campagne.

S'il n'est pas possible de déterminer qui parmi les personnes interrogées a vu la campagne et qui ne l'a pas vue, il est nécessaire de poser des questions plus directes. Des exemples de questions de ce type sont proposés dans le cadre de cette méthode, bien qu'elles soient également propres à chaque campagne et publication.

Connaissance des campagnes médiatiques de lutte contre la contrefaçon et le piratage – Version courte

AFFICHER UNE PHOTO DE LA CAMPAGNE MÉDIATIQUE/JOUER LE CLIP DIFFUSÉ À LA RADIO/LIRE LA DESCRIPTION [Adapter l'instruction en fonction de la méthode suivie et du support utilisé dans le cadre de la campagne]

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q1 Aviez-vous vu ce message publicitaire avant aujourd'hui?

UNE SEULE RÉPONSE

- Oui, et j'ai compris le message véhiculé.
- Oui, mais je n'ai compris le message véhiculé.
- Oui, je reconnais ce message publicitaire mais je n'ai pas prêté attention au message
- Non, je ne l'avais pas vue avant aujourd'hui.

La question ci-dessus n'est pas très élaborée et il est probable qu'elle génère un certain nombre de fausses réponses positives. Elle devrait être utilisée uniquement faute de temps ou comme solution de compromis si l'utilisation de la version plus longue ci-après entraînerait des coûts prohibitifs. S'agissant de l'analyse, il convient de mettre en parallèle les attitudes et comportements du groupe de personnes interrogées ayant déclaré avoir vu la campagne précédemment et du groupe de personnes interrogées ayant déclaré de pas l'avoir vue. Si la taille de l'échantillon le permet, le groupe constitué par les personnes interrogées ayant reconnu la campagne peut être encore divisé entre les personnes interrogées ayant déclaré avoir compris le message principal de la campagne et celles ayant déclaré ne pas l'avoir compris.

Connaissance des campagnes médiatiques de lutte contre la contrefaçon et le piratage – Version longue, plus élaborée

MESSAGE DIFFUSÉ À LA TÉLÉVISION – VERSION À UTILISER SI LA CAMPAGNE INCLUT DES MESSAGES PUBLICITAIRES DIFFUSÉS À LA TÉLÉVISION OU D'AUTRES CONTENUS VIDÉO, PAR EXEMPLE DANS LE CAS D'UNE CAMPAGNE EN LIGNE SUR LE WEB

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Je vais maintenant vous montrer une courte vidéo contenant quelques messages publicitaires diffusés à la télévision”*

PROJETER UNE SÉQUENCE VIDÉO INCLUANT LE MESSAGE PUBLICITAIRE SUR LA LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON ET LE PIRATAGE

[Recommandation : 6 messages publicitaires diffusés à la télévision, la vidéo utilisée dans le cadre de la campagne étant en 4^e position sur 6]

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q2 Parmi ces messages publicitaires, lesquels aviez-vous vus avant aujourd'hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

- Message 1..... ☐
 Message 2..... ☐
 Message 3, etc. ☐
 (La liste doit se limiter au nombre de messages publicitaires contenus dans la séquence) ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT INDIQUÉ AVOIR VU LA VIDÉO À LA Q2

Q3 Vous avez mentionné avoir vu [AJOUTER LE DESCRIPTEUR DU MESSAGE PUBLICITAIRE SUR LA LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON ET LE PIRATAGE].

Quels sont les principaux messages véhiculés par cette vidéo que vous avez retenus? [Question ouverte]

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT INDIQUÉ AVOIR VU LA VIDÉO À LA Q2

Q4 Comment évaluez-vous la crédibilité des affirmations faites dans ce message publicitaire?

UNE SEULE RÉPONSE

- Très crédible ☐
 Assez crédible ☐
 Pas très crédible ☐
 Pas du tout crédible ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT INDIQUÉ AVOIR VU LA VIDÉO À LA Q2

Q5 Selon vous, est-il probable que les gens modifient leur comportement après avoir vu ce message publicitaire?

UNE SEULE RÉPONSE

- Très probable ☐
 Assez probable ☐
 Pas très probable..... ☐
 Pas du tout probable ☐

MESSAGE DIFFUSÉ SUR UN SUPPORT FIXE – VERSION À UTILISER SI LA CAMPAGNE INCLUT DES MESSAGES PUBLICITAIRES DIFFUSÉS SUR UN SUPPORT FIXE QUELCONQUE, PAR EXEMPLE UN MESSAGE PUBLICITAIRE EN EXTÉRIEUR OU UN ENCONTRE DANS UN MAGAZINE, UN JOURNAL OU SUR LE WEB.

TEXTE À AFFICHER/LIRE À HAUTE VOIX : *“Je vais maintenant vous montrer une série de messages publicitaires que vous avez peut-être vus en ligne, dans des magazines, des journaux ou à l’extérieur”* [La formulation doit être adaptée en fonction du type de support utilisé dans le cadre de la campagne en question]

PROJETER UNE SÉRIE DE PHOTOS DE MESSAGES PUBLICITAIRES

[Recommandation : 5 ou 6 messages publicitaires différents, le message utilisé dans le cadre de la campagne étant en 4^e position sur 5 ou 6]

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q6 Parmi ces messages publicitaires, lesquels aviez-vous vus avant aujourd’hui?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

- Message publicitaire 1..... ☐
 Message publicitaire 2..... ☐
 Message publicitaire 3, etc. ☐
 (La liste doit se limiter au nombre de messages publicitaires contenus dans la série de photos) ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT INDIQUÉ À LA Q6 AVOIR VU LE MESSAGE PUBLICITAIRE UTILISÉ DANS LE CADRE DE LA CAMPAGNE

Q7 Vous avez mentionné avoir vu [AJOUTER LE DESCRIPTEUR DU MESSAGE PUBLICITAIRE SUR LA LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON ET LE PIRATAGE].

Quels sont les principaux messages véhiculés par ce message publicitaire que vous avez retenus?

[Question ouverte]

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT INDIQUÉ À LA Q6 AVOIR VU LE MESSAGE PUBLICITAIRE UTILISÉ DANS LE CADRE DE LA CAMPAGNE

Q8 Comment évaluez-vous la crédibilité des affirmations faites dans ce message publicitaire?

UNE SEULE RÉPONSE

- Très crédible..... ☐
 Assez crédible..... ☐
 Pas très crédible ☐
 Pas du tout crédible ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES AYANT INDIQUÉ À LA Q6 AVOIR VU LE MESSAGE PUBLICITAIRE UTILISÉ DANS LE CADRE DE LA CAMPAGNE

Q9 Selon vous, est-il probable que les gens modifient leur comportement après avoir vu ce message publicitaire?

UNE SEULE RÉPONSE

- Très probable ☐
- Assez probable ☐
- Pas très probable..... ☐
- Pas du tout probable ☐

Notes supplémentaires

La dernière question de la section consacrée aux messages publicitaires sur un support vidéo comme de celle consacrée aux messages publicitaires sur un support fixe porte sur les changements de comportements induits chez les autres personnes plutôt que chez la personne interrogée. Ce choix vise expressément à dépersonnaliser la question; en effet, de nombreuses personnes pensent de manière rationnelle qu'elles ne sont pas personnellement influencées par la publicité et, en faisant porter la question sur les autres, on espère ainsi obtenir une réponse plus réaliste.

La structure de la section consacrée aux messages publicitaires diffusés à la télévision/sur un support vidéo et de celle consacrée aux messages publicitaires sur un support fixe est très similaire, seule une légère modification a été introduite pour distinguer les supports mobiles des supports fixes. Le fait d'inclure le message publicitaire test dans une séquence ou galerie comprenant six autres messages publicitaires vise à permettre aux personnes interrogées de répondre facilement à la question de savoir si elles le reconnaissent ou non, en toute honnêteté. Certaines personnes auront toujours tendance à vouloir donner une réponse satisfaisante dans le cadre des études de marché; ainsi, si l'on demande uniquement à une personne si elle reconnaît ou non un message publicitaire, elle peut répondre par l'affirmative alors que ce n'est pas le cas soit parce qu'elle souhaite donner une réponse satisfaisante soit parce qu'elle a peur de paraître inculte si elle répond par la négative. Il s'agit là d'un inconvénient important de la question de la version courte figurant au début de ce document.

Si le message publicitaire test est inclus dans une séquence ou galerie, les personnes interrogées ont plus de chances d'identifier au moins certains d'entre eux et peuvent donc répondre en toute honnêteté qu'elles reconnaissent au moins l'un des messages publicitaires, et les réponses obtenues sont donc plus fiables. Cette stratégie réduit le risque de fausses réponses positives à cette question.

MODELE DE QUESTIONNAIRE SUPPLEMENTAIRE EN VUE D'OBTENIR DES DONNEES DEMOGRAPHIQUES OU D'ETABLIR UN CLASSEMENT

Introduction

Une fois les sections principales du questionnaire complétées, il est d'usage de poser quelques questions supplémentaires en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement. Ces questions sont toujours posées à la fin de l'entretien de sorte que si les personnes interrogées sont lassées par l'enquête, il est probable qu'à ce stade elles la mèneront tout de même à bien.

Les réponses aux questions sur les données démographiques doivent être factuelles; il est donc nécessaire que les questions soient simples et que les personnes interrogées puissent y répondre rapidement. Le corps du questionnaire contient quant à lui des questions d'opinion ou d'évaluation qui requièrent davantage de réflexion. Comme ces questions prennent généralement plus de temps et sont plus complexes, il y a plus de risque que les personnes interrogées abandonnent l'enquête, qui ne sera donc pas complète. Les questions sur les données démographiques posées à la fin de l'entretien donnent aux personnes interrogées l'impression d'être arrivées au bout du processus et, si elles sont parvenues aussi loin, il est très probable qu'elles mèneront l'enquête à bien.

Dans toute étude de marché, des questions visant à obtenir des données démographiques ou à établir un classement sont toujours posées au tout début de l'enquête. Ces questions permettent d'établir si les personnes interrogées remplissent les conditions requises (tranche d'âge, sexe et utilisation d'une catégorie de produits donnée). Il est d'usage de réduire ces questions, posées au début, au minimum afin que les personnes interrogées puissent passer au corps de l'enquête aussi rapidement que possible.

Les questions sur les données démographiques posées à la fin de l'enquête devraient permettre de répartir les données en sous-échantillons plus précis pendant la phase d'analyse et de valider ou d'invalider toute hypothèse devant être évaluée dans le cadre de l'enquête. Des exemples de question de ce type sont fournis dans ce document, mais ils ne constituent en aucun cas une liste exhaustive. Il est possible et souhaitable que des questions supplémentaires soient ajoutées afin de répondre aux besoins propres à l'organisation réalisant l'étude.

Certains exemples de questions visent à établir si les personnes interrogées vivent ou travaillent en zone urbaine ou rurale. L'objectif est d'évaluer l'hypothèse selon laquelle les produits de contrefaçon sont plus répandus dans les zones urbaines que dans les zones rurales et les personnes interrogées fréquentant des zones urbaines ont davantage tendance à acheter des contrefaçons.

Une autre question porte sur la fréquence d'utilisation de l'Internet : comme les personnes utilisant peu l'Internet ont moins tendance à télécharger des contenus illégaux et non originaux, la fréquence d'utilisation de l'Internet peut être contrôlée lorsque l'on compare les comportements des personnes interrogées ayant eu accès à des produits de contrefaçon en ligne et de celles n'ayant pas eu accès à de tels produits.

Questions supplémentaires en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q1. Habitez-vous dans une zone majoritairement urbaine ou rurale?

UNE SEULE RÉPONSE

- Centre-ville.....☐
- Périphérie.....☐
- Autre zone urbaine☐
- Zone semi-rurale.....☐
- Zone rurale.....☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q2. À quelle fréquence fréquentez-vous des zones urbaines?

UNE SEULE RÉPONSE

- Tous les jours / je vis ou travaille en zone urbaine.....☐
- Une ou deux fois par semaine☐
- Moins souvent☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q3. À quelle fréquence utilisez-vous l'Internet (en ne comptant pas votre utilisation professionnelle)?

UNE SEULE RÉPONSE

- Plus de 4 heures par jour☐
- Entre 2 et 4 heures par jour.....☐
- Entre 1 et 2 heures par jour.....☐
- Tous les jours, mais moins d'une heure par jour.....☐
- Quelques fois par semaine☐
- Moins souvent☐
- Jamais.....☐

[Proposer la réponse "Jamais" uniquement dans le cas d'un entretien en face à face ou dans le cadre d'enquêtes en ligne à des fins de contrôle qualité et exclure toutes les personnes interrogées ayant répondu "Jamais"]

Questions supplémentaires en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement pour le questionnaire couvrant les divertissements

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q4. Parmi les appareils ci-dessous, lesquels possédez-vous personnellement ou auxquels avez-vous accès à la maison de manière régulière?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

- Ordinateur portable / Mac ☐
- Ordinateur de bureau ☐
- Console de jeux reliée à la télévision..... ☐
- Apple TV ou autre lecteur multimédia ☐
- Google Chromecast ou autre appareil de diffusion ☐
- Console de jeux portable ☐
- Tablette (iPad, Google Nexus, etc.) ☐
- Smartphone (iPhone, Samsung Galaxy, etc.)..... ☐

D'autres appareils ou éléments peuvent être pertinents et devraient être ajoutés à cette liste, selon qu'il convient. Il peut notamment s'agir de lecteurs Blu-ray, DVD ou multimédia, d'abonnements à la télévision par câble ou satellite, d'autres décodeurs, etc.

Questions supplémentaires en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement pour le questionnaire couvrant les produits de consommation

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q5. À quelle fréquence achetez-vous des produits de consommation courante sur le site Web d'un supermarché en ligne?

UNE SEULE RÉPONSE

Plus d'une fois par semaine ☐

Une fois par semaine ☐

Toutes les deux semaines ☐

Moins de deux fois par mois ☐

Jamais..... ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q6. À quelle fréquence vous rendez-vous dans un supermarché pour effectuer vos achats principaux habituels?

UNE SEULE RÉPONSE

Plus d'une fois par semaine ☐

Une fois par semaine ☐

Toutes les deux semaines ☐

Moins de deux fois par mois ☐

Jamais..... ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q7. À quelle fréquence vous rendez-vous dans un supermarché pour effectuer des achats d'appoint?

UNE SEULE RÉPONSE

Plus d'une fois par semaine ☐

Une fois par semaine ☐

Toutes les deux semaines ☐

Moins de deux fois par mois ☐

Jamais..... ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q8. À quelle fréquence effectuez-vous des achats dans un quartier commerçant regroupant certains détaillants ou parcourez-vous les articles vendus par ces magasins?

UNE SEULE RÉPONSE

Plus d'une fois par semaine ☐

Une fois par semaine ☐

Toutes les deux semaines ☐

Moins de deux fois par mois ☐

Jamais..... ☐

Questions supplémentaires en vue d'obtenir des données démographiques ou d'établir un classement pour le questionnaire couvrant les produits de luxe et les vêtements

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q9. À quelle fréquence achetez-vous des vêtements en ligne ou parcourez-vous les articles vendus par des magasins de vêtements en ligne?

UNE SEULE RÉPONSE

- Plus d'une fois par semaine ☐
- Une fois par semaine ☐
- Toutes les deux semaines ☐
- Moins de deux fois par mois ☐
- Jamais..... ☐

QUESTION À POSER À TOUTES LES PERSONNES INTERROGÉES

Q10. À quelle fréquence achetez-vous des vêtements dans des commerces de détail ou un centre commercial ou parcourez-vous les articles vendus par de tels magasins?

UNE SEULE RÉPONSE

- Plus d'une fois par semaine ☐
- Une fois par semaine ☐
- Toutes les deux semaines ☐
- Moins de deux fois par mois ☐
- Jamais..... ☐