



QUADRO DI VALUTAZIONE DEL RAPPORTO TRA I GIOVANI E LA PI 2016

-

Immagine di copertina:

© Michael Flippo

© Antares614

Quadro di valutazione del rapporto tra i giovani e la pi 2016

-

This survey has been commissioned to GFK, by the European Union Intellectual Property Office in the framework of the Programme of the European Observatory on Infringements of Intellectual Property Rights.

FIELDWORK 2015

PUBLICATION Aprile 2016

Indice

| | |
|--|----|
| Prefazione | 6 |
| 1. Sintesi | 9 |
| 1.1 Contenuti digitali | 10 |
| 1.2 Acquisto online di beni materiali | 16 |
| 1.3 Comunicazione sulla contraffazione e sulla pirateria | 21 |

Prefazione

Quadro di valutazione del rapporto tra i giovani e la pi 2016

Precedenti studi svolti dall'Ufficio attraverso l'Osservatorio hanno evidenziato con chiarezza i forti legami esistenti tra diritti di proprietà intellettuale ed economia. Hanno inoltre illustrato le conseguenze negative della contraffazione sull'occupazione nell'industria legale e per le entrate pubbliche.

Tuttavia, lo studio svolto nel 2013 su ciò che i cittadini europei pensano riguardo a questi importanti diritti, ha dimostrato che non tutti accettano pienamente il contributo dei diritti di proprietà intellettuale e che i giovani, in particolare, possono essere scettici sull'argomento.

In risposta a questi risultati, l'Ufficio ha ritenuto utile cercare di meglio comprendere gli atteggiamenti dei giovani tra i 15 e i 24 anni, attraverso il presente Quadro di valutazione del rapporto tra i giovani e la PI. Questo studio sarà ripetuto regolarmente per monitorarne l'evoluzione.

Lo studio in questione prende in esame i giovani di tutti i 28 Stati membri e si propone di acquisire conoscenze in merito al comportamento on-line dei giovani, nei confronti dei diritti di proprietà intellettuale.

In particolare, lo studio esamina quali sono i principali fattori trainanti e i principali ostacoli in relazione all'acquisizione di contenuti digitali e beni fisici, offerti da fonti legali e illegali.

Infine, sono valutate le eventuali azioni da intraprendere, per migliorare la situazione.

Per riassumere brevemente alcune delle principali conclusioni, la relazione evidenzia come i giovani cittadini europei avvertano una mancanza di informazioni in materia di PI, utili a comprenderne le problematiche. Essi affermano inoltre che le informazioni disponibili non vengono comunicate in modo efficace, in rapporto alla loro fascia di età.

L'insieme di questi fattori produce un clima di indifferenza e, pertanto, molti giovani, cresciuti nell'attuale era digitale, risultano insensibili al rischio di violare o meno un diritto di PI.

Circa un terzo degli intervistati rileva, inoltre, che la mancanza di disponibilità di film o serie televisive, ai quali i loro coetanei negli Stati Uniti o in altri luoghi hanno accesso, costituisce uno dei motivi che li spinge verso fonti illegali.

Infine, aspetto questo forse ancora più importante, i due terzi degli intervistati hanno riferito che il prezzo è un fattore rilevante che li porta a utilizzare fonti illegali.

Questo studio fornisce una panoramica completa e approfondita della materia, realizzata in modo imparziale e utilizzando una metodologia trasparente. Esso, congiuntamente ai fatti e ai dati oggettivi contenuti in altri studi effettuati dall'Ufficio attraverso l'Osservatorio, merita di essere attentamente studiato dai titolari di diritti di proprietà intellettuale, dai professionisti del settore, dagli educatori e dai responsabili politici.

I risultati possono non compiacere tutti, ma certamente sono indicativi della portata della sfida che ci attende: fare in modo cioè che le generazioni future comprendano e rispettino i diritti di proprietà intellettuale.

E' infatti auspicabile che tali risultati contribuiscano ad una futura maggiore consapevolezza del problema e ispirino nuovi approcci, volti a fornire ai giovani gli strumenti necessari per comprendere adeguatamente il ruolo dell'innovazione e svolgere un ruolo attivo e costruttivo nella società della conoscenza.

Oltre a questo, la nostra speranza e' quella di riuscire a gettare le basi di un network che conduca i nostri sforzi congiunti verso lo sviluppo di una strategia di formazione e comunicazione sulla PI davvero efficace, una volta attuata a livello nazionale dagli attori locali.

Probabilmente tutto questo non sarà facile; ma sarà di certo entusiasmante, e vorrei ringraziare tutti sentitamente, per averci aiutato a muovere i primi passi in questo viaggio.

António Campinos

Direttore esecutivo, EUIPO

1. Sintesi

Quadro di valutazione del rapporto tra i giovani e la pi 2016








Nel 2013 l'UAMI – ora EUIPO –, tramite l'Osservatorio europeo sulle violazioni dei diritti di proprietà intellettuale, ha commissionato uno studio, intitolato “Cittadini europei e proprietà intellettuale: percezione, consapevolezza e comportamento”. Uno dei principali risultati dello studio ha rivelato come le nuove generazioni sfidino la PI in maniera significativamente superiore rispetto alle altre fasce di età.

Al fine di comprendere meglio le ragioni di questo fenomeno, l'EUIPO ha ordinato questo studio di follow-up tra i giovani di età compresa tra 15 e 24 anni, in tutti i 28 Stati membri. Il suo obiettivo principale è quello di raccogliere informazioni su come i giovani si comportano online e, in particolare, esplorare quali siano per loro i principali motori ed ostacoli per l'acquisizione di contenuti online e di beni fisici offerti legalmente e illegalmente e valutare quali iniziative potrebbero migliorare la situazione. La prima fase dello studio è consistita in una ricerca qualitativa in ciascuno dei 28 Stati membri. Ciò è stato realizzato mediante sessioni di 120 minuti per gruppo di riflessione, a cui hanno partecipato 8 giovani europei per gruppo. La seconda fase ha riguardato la parte quantitativa dello studio ed è stata effettuata tramite un sondaggio online che ha utilizzato una metodologia CAWI basata su panel GfK nei 28 Stati membri. Il questionario per l'indagine online è stato progettato sulla base dei risultati dei gruppi di riflessione qualitativi ed è stato utilizzato per ottenere dati quantificabili, in aggiunta alle informazioni ottenute nel corso della ricerca qualitativa. I sottogruppi presi in considerazione di norma fanno riferimento alle caratteristiche socio-demografiche relative a sesso, età, livello di istruzione (istruzione completata e istruzione avviata), stato di occupazione e reddito come studente.

1.1 Contenuti digitali

LA MUSICA È IL CONTENUTO ONLINE AL QUALE PIÙ SPESSO SI ACCEDE ONLINE

La maggior parte degli intervistati ha avuto accesso a musica, film, serie TV e giochi negli ultimi 12 mesi, mentre una percentuale lievemente inferiore accede a quotidiani e riviste online e a e-book.

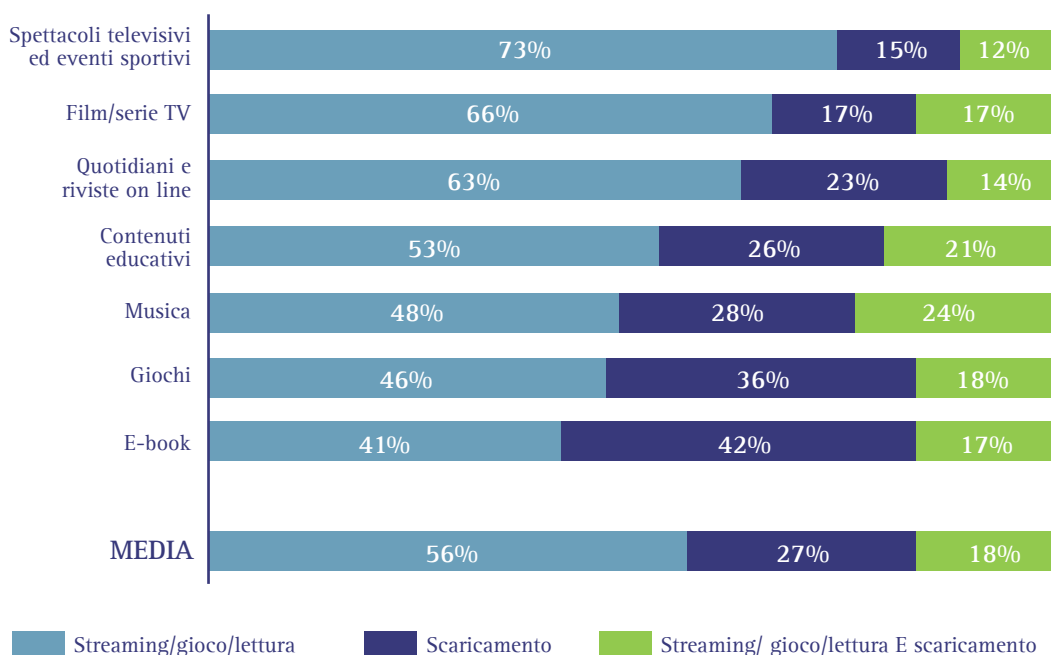
| | |
|---|--|
|  97% - MUSICA |  80% - SPETTACOLI TELEVISIVI ED EVENTI SPORTIVI |
|  95% - FILM E SERIE TV | |
|  91% - GIOCHI |  61% - QUOTIDIANI E RIVISTE ON LINE |
|  83% - CONTENUTI EDUCATIVI |  58% - E-BOOK |

1 Computer Assisted Web Interviewing (software informatici per sondaggi online).

Analizzando la frequenza di utilizzo, l'accesso ai contenuti musicali è avvenuto in media per 204 giorni all'anno. Il tipo di contenuto che i giovani hanno utilizzato di meno è risultato essere costituito da quotidiani e riviste online, di cui hanno fruito per 46 giorni all'anno.

LO STREAMING, IN GENERALE, È PIÙ POPOLARE DEL DOWNLOAD

Nei gruppi di riflessione è emerso che i giovani sono scarsamente interessati a scaricare il brano musicale, memorizzarlo sul disco rigido del proprio telefono cellulare, tablet, laptop o di altri dispositivi. Lo stesso vale per gli eventi sportivi, che sono eventi una tantum da vedere in diretta. Così, il più delle volte, musica, film, serie TV ed eventi sportivi sono fruiti in streaming e non scaricati, diversamente dagli e-book. Queste preferenze tra streaming o download di contenuti digitali sono state confermate dai risultati del sondaggio online.

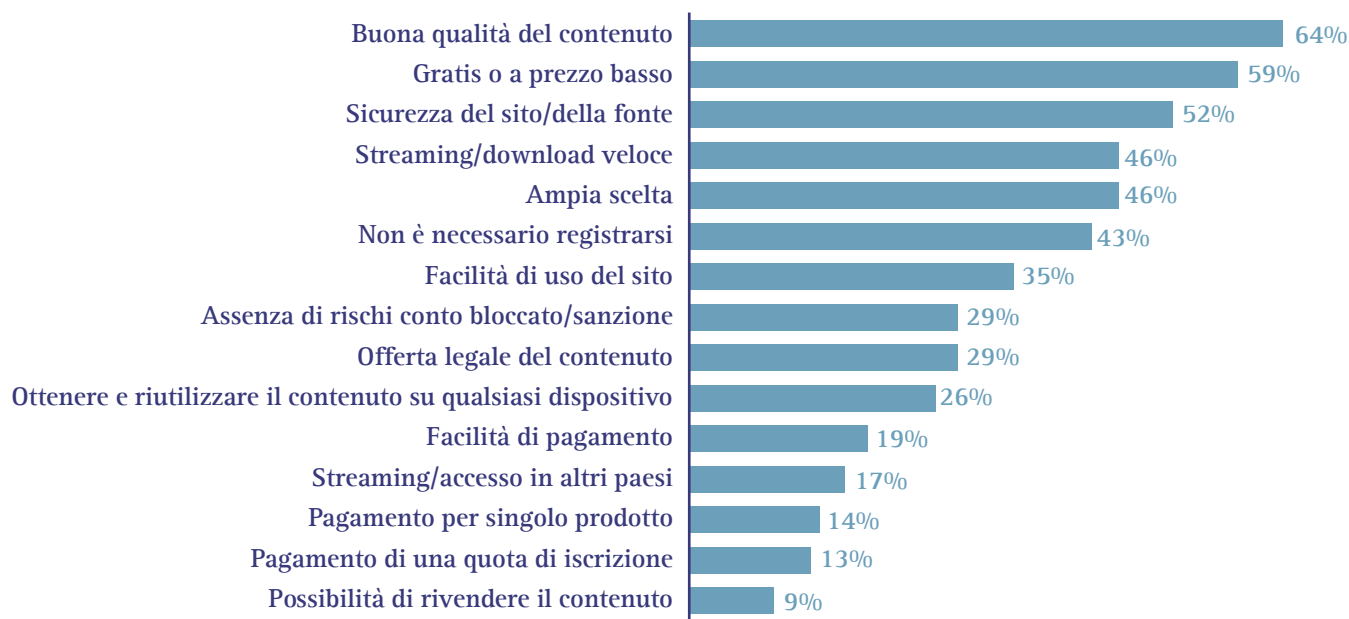


Fra gli adolescenti (15-17 anni) si registra un tasso di utilizzo dello streaming di vari tipi di contenuti superiore alla media: spettacoli televisivi ed eventi sportivi, quotidiani e riviste online, film/serie TV, e-book e contenuti educativi. Gli adulti (22-24 anni) scaricano in misura nettamente superiore alla media spettacoli televisivi ed eventi sportivi, film e serie TV, e-book e contenuti educativi.

2 La frequenza di utilizzo è calcolata registrando le risposte a una singola unità di "giorni in un anno": la risposta "uso quotidiano" viene moltiplicata per 365, la risposta "uso settimanale" viene moltiplicata per 52, la risposta "uso mensile" viene moltiplicata per 12 e la risposta "uso saltuario" viene moltiplicata per 4.

QUALITÀ, PREZZO E SICUREZZA SONO GLI ASPETTI PIÙ IMPORTANTI QUANDO SI ACCEDE AI CONTENUTI ONLINE

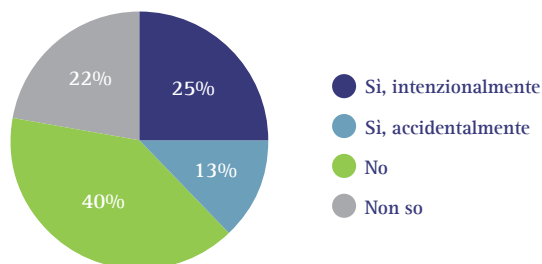
Nelle risposte alla domanda riguardante cosa i giovani considerano importante quando fruiscono della trasmissione in streaming o scaricano contenuti online, emergono tre elementi: quasi due terzi degli intervistati afferma che la buona qualità del contenuto online è uno degli aspetti più importanti. Per una percentuale lievemente inferiore di intervistati è molto importante che i contenuti online siano gratuiti o a costo contenuto. Al terzo posto, per importanza, viene indicata la sicurezza del sito o della fonte. I risultati del sondaggio indicano che quasi un terzo (29 %) dei giovani dichiara di considerare altrettanto importante la legalità della fonte quando accedono ai contenuti digitali. Nella relazione sono illustrate diverse variazioni riferite ai vari paesi.



IL 25 % DEI GIOVANI HA UTILIZZATO FONTI ILLEGALI PER ACCEDERE AI CONTENUTI NEGLI ULTIMI 12 MESI

Un giovane su quattro utilizza fonti illegali per accedere ai contenuti. Seppure vi sia chiaramente una percentuale di giovani che fan uso di fonti illegali, la vasta maggioranza (81 %) del campione ha dichiarato di utilizzare anche fonti legali per l'accesso ai contenuti online. Questo significa che solo una minoranza utilizza esclusivamente fonti illegali per accedere ai contenuti online. In questo gruppo minoritario gli uomini sono sovrarappresentati (22 % contro il 16 % di donne), così come gli intervistati con reddito (20 % rispetto al 15 % senza reddito). Gli studenti con reddito mostrano un più elevato tasso di utilizzo intenzionale di fonti illegali: 70 % contro il 63 % di studenti privi di reddito. Un maggiore utilizzo intenzionale si osserva tra gli intervistati che hanno già completato gli studi.

Utilizzo di fonti illegali per accedere a contenuti digitali³

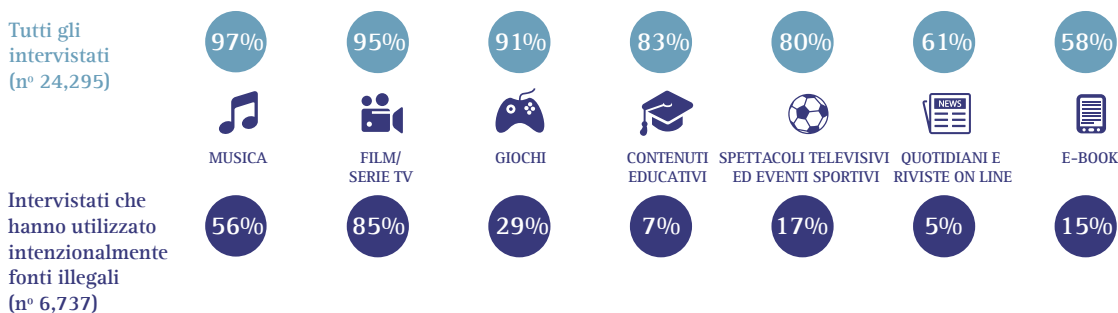


Coloro che non hanno utilizzato intenzionalmente fonti illegali o coloro che lo hanno fatto accidentalmente (per la maggior parte, il gruppo più giovane) hanno fornito i seguenti motivi per cui si sono astenuti dal compiere violazioni: timore dei rischi derivanti da virus o spyware (53 %), poca fiducia nelle fonti illegali (45 %) e desiderio di non compiere atti illegali (43 %). La maggior parte dei giovani che non sanno se hanno utilizzato fonti legali o illegali ha dichiarato di non essere in grado di determinare se la fonte sia legale o meno.

FILM E SERIE TV SONO I CONTENUTI AI QUALI SI ACCEDE PIÙ DI FREQUENTE ATTRAVERSO FONTI ILLEGALI

La musica è il contenuto digitale più popolare al quale accedono i giovani, che ne fruiscono quasi tutti in streaming o scaricandola (97 %). Tuttavia, solo poco più della metà (56 %) dei giovani che utilizzano fonti illegali lo fanno per accedere a contenuti musicali. Film/serie TV sono al secondo posto dei contenuti ai quali si accede di più (95 %), ma al primo posto (85 %) tra quelli cui si accede intenzionalmente attraverso fonti illegali

Utilizzo di contenuti digitali in generale e utilizzo intenzionale di contenuti digitali da fonti illegali⁴



3 Fonte: Domanda IV2: Nel corso degli ultimi 12 mesi, hai usato, giocato, scaricato o utilizzato in streaming contenuti da fonti illegali (siti web)? N= 24.083 e IV3: Hai usato intenzionalmente fonti illegali (siti web) per i contenuti? (N=9.907)

4 Fonte: Domanda II3.1: Quanto spesso hai ascoltato, visto, letto, usato, giocato, scaricato... il seguente contenuto da Internet negli ultimi 12 mesi? (N=24.295) e IV4: Quale tipo di contenuto hai usato, giocato, scaricato o riprodotto in streaming intenzionalmente da una fonte illegale (sito web)? Si prega di indicare tutte le risposte pertinenti (N=6.737)

PREZZO, “USO PERSONALE” E DISPONIBILITÀ SONO LE PRIME TRE MOTIVAZIONI PER L’UTILIZZO DI FONTI ILLEGALI

Il prezzo conta di più per le ragazze (73 % contro il 62 % dei ragazzi), per gli studenti senza reddito (71 % contro il 67 % di studenti con reddito), per i disoccupati (67 % contro il 56 % degli occupati) e, ultimo ma non meno importante, per gli studenti in corsi di studi superiori (73 % contro il 62 % in corsi di studi inferiori). Il prezzo è il motore più importante per l'utilizzo di fonti illegali per i contenuti online in tutti i paesi per la maggior parte dei giovani europei. La seconda motivazione per utilizzare fonti illegali fornita dal 38 % degli intervistati, è che essi non vedono nulla di male nel farlo, in quanto si tratta di un uso personale. Questo atteggiamento è espresso meno spesso da chi ha completato studi superiori (28 % contro il 38 % di coloro che hanno un livello di istruzione media e il 34 % per chi ha compiuto studi inferiori).

Il 30 % degli intervistati indica di non riuscire a trovare i contenuti digitali desiderati su siti legali e circa un terzo indica, tra i motivi più importanti per l'utilizzo di fonti illegali, i seguenti aspetti: i contenuti online da fonti illegali sono disponibili più rapidamente, non è necessario registrarsi, i contenuti da fonti illegali sono più facilmente reperibili e accessibili o è disponibile una scelta più ampia da fonti illegali. Tutte queste ragioni sono citate più spesso dalle donne che dagli uomini.

Motivazioni per l'utilizzo intenzionale di fonti illegali⁵



⁵ Fonte: Domanda IV5: Hai dichiarato di aver utilizzato fonti illegali (siti web) intenzionalmente per i contenuti online negli ultimi 12 mesi. Quale è stato il motivo che ti ha indotto a questa scelta? Si prega di indicare tutte le risposte pertinenti. (N=6.737)

LA DISPONIBILITÀ DI CONTENUTI A PREZZI ACCESSIBILI TRAMITE FONTI LEGALI, IL RISCHIO DI SANZIONI E PRECEDENTI ESPERIENZE NEGATIVE SAREBBERO LE RAGIONI PRINCIPALI PER SMETTERE DI USARE FONTI ILLEGALI

I partecipanti ai gruppi di riflessione consapevoli di utilizzare fonti illegali per accedere ai contenuti digitali non sembrano attribuire molta importanza alla potenziale perdita di reddito che potrebbero subire i musicisti o le stelle del cinema a causa del loro comportamento. In base al sondaggio, la disponibilità di contenuti a prezzi accessibili tramite fonti legali sarebbe il motivo principale per smettere di usare fonti illegali. Le giovani donne (61 % contro il 56 % degli uomini) e gli studenti universitari (63 % contro il 49 % con un livello di istruzione inferiore) sono i gruppi socio-demografici che condividono maggiormente questo parere. Il rischio di sanzioni è al secondo posto tra le ragioni maggiormente indicate per cui i giovani smetterebbero di utilizzare fonti illegali. Il potenziale rischio di sanzioni ha un maggiore impatto sulle giovani donne (40 %) rispetto ai ragazzi (33 %), sui più giovani (42 %) rispetto ai gruppi di età media (36 %) e di età più elevata (32 %) e sugli studenti (38 %) rispetto ai non studenti (30%). Il terzo motivo indicato per smettere di usare fonti illegali è l'esperienza negativa. Qui l'impatto maggiore è registrato per un'esperienza personale negativa, soprattutto da parte delle giovani donne (31 % contro il 26 % dei ragazzi).

Principali ragioni per smettere di usare fonti illegali per accedere ai contenuti digitali⁶



6 Fonte: Domanda IV6: Hai dichiarato di aver utilizzato fonti illegali (siti web) intenzionalmente per i contenuti online negli ultimi 12 mesi. Che cosa ti spingerebbe a smettere di utilizzare fonti illegali? Si prega di indicare tutte le risposte pertinenti. (N=6.737)

1.2 Acquisto online di beni materiali

ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI SONO I PRODOTTI PIÙ COMUNEMENTE ACQUISTATI ONLINE

Abbigliamento e accessori costituiscono di gran lunga la categoria più popolare di prodotti acquistati online dai giovani europei. Al secondo posto risultano le calzature. Entrambe le categorie di prodotti sono acquistate significativamente più spesso da giovani donne (73 % per abbigliamento e accessori e 50 % per le calzature), che dai ragazzi (55 % e 41 %). L'acquisto di abbigliamento, accessori e calzature non si differenzia solo in base al sesso, ma aumenta anche con l'età, il livello di istruzione e il reddito. Anche i biglietti di viaggio o per spettacoli, al terzo posto tra i prodotti più popolari online per i giovani, sono acquistati più spesso dalle ragazze (42 %) rispetto ai ragazzi (31 %). Analogamente a quanto risulta per abbigliamento e calzature, i biglietti vengono acquistati più spesso dagli intervistati di età più avanzata, dagli intervistati di istruzione superiore e dagli intervistati con un reddito.



METODO DI PAGAMENTO SICURO, QUALITÀ E PREZZO SONO GLI ASPETTI PIÙ IMPORTANTI NELL'ACQUISTO DI PRODOTTI ONLINE

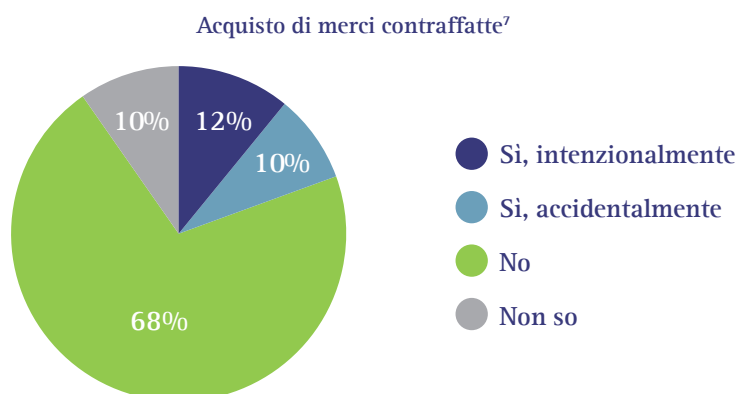
Il metodo di pagamento sicuro è indicato da quasi due terzi degli intervistati come l'aspetto più importante nell'acquisto online. In termini di categorie socio-demografiche, una percentuale maggiore di giovani donne (69 %) e di studenti senza reddito (68 %) considera importante la sicurezza dei pagamenti rispetto agli uomini (61 %) e agli studenti con un reddito (64 %). Anche la fascia di età più giovane (15-17 anni) risulta più propensa della media a ritenere che questo sia un aspetto importante. La qualità è il secondo aspetto più indicato, senza grandi differenze tra i diversi gruppi socio-demografici, anche se il gruppo più giovane menziona questo aspetto con maggiore frequenza rispetto ai gruppi di età più avanzata (rispettivamente 68 %, 62 % e 60 %). Il prezzo è il terzo aspetto più importante per i giovani uomini (50 % contro il 48 % delle donne), per il gruppo di età più avanzata (18 % contro il 14 % per i più giovani), per gli occupati (21 % contro il 16 %) e per gli intervistati con un livello inferiore di istruzione (19 % contro il 14 % di coloro con istruzione superiore).



IL 12 % DEI GIOVANI HA ACQUISTATO ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI INTENZIONALMENTE NEGLI ULTIMI 12 MESI

I giovani hanno una mentalità diversa quando si tratta di acquisto online di prodotti contraffatti, rispetto ai loro atteggiamenti e comportamenti riguardanti l'accesso illegale a contenuti digitali. L'analisi qualitativa e quantitativa evidenzia che ai giovani in realtà non interessa molto se le fonti sono legali o illegali, quando scaricano o utilizzano contenuti in streaming. Al contrario, nei gruppi di riflessione hanno indicato di

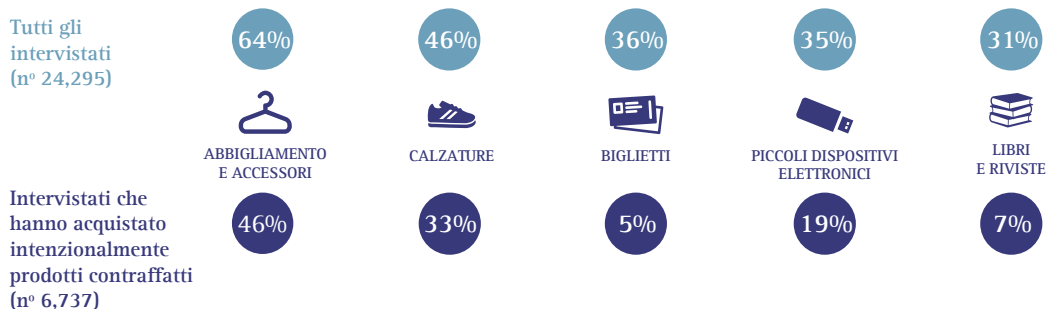
non amare i prodotti contraffatti e di non essere interessati ad acquistarli. Ciò è confermato dai risultati dell'analisi quantitativa. Le giovani donne, i giovani tra 18 e 21 anni, gli studenti universitari e i disoccupati sono meno propensi ad acquistare merci contraffatte intenzionalmente.



I prodotti contraffatti sembrano avere un'immagine piuttosto negativa tra i giovani. Sono ritenuti di qualità inferiore rispetto ai prodotti originali. L'offerta di prodotti contraffatti è associata a siti web sospetti di cui i giovani non si fidano. I giovani europei temono le frodi e non vogliono rischiare di subire un danno acquistando prodotti contraffatti online. Per questi motivi, i giovani sono molto più consapevoli della necessità di evitare i prodotti contraffatti.

ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI SONO LA CATEGORIA DI PRODOTTI CONTRAFFATTI PIÙ POPOLARI ACQUISTATI ONLINE

Abbigliamento e accessori sono la categoria di prodotti più acquistati online in generale. I prodotti contraffatti in altre categorie sono acquistati meno spesso.



⁷ Fonte: Domanda III2: Nel corso degli ultimi 12 mesi hai acquistato online un prodotto contraffatto? (N=21.981)

IL PREZZO È LA PRINCIPALE MOTIVAZIONE CHE SPINGE AD ACQUISTARE MERCI CONTRAFFATTE ONLINE, SEGUITO DALL'INDIFFERENZA E DALLA CONVINZIONE CHE IL FALSO SIA UN BUON AFFARE

Per la minoranza di giovani che acquistano intenzionalmente prodotti contraffatti online, il principale motivo di questo comportamento è il prezzo, seguito dall'indifferenza riguardo al fatto che la merce sia contraffatta o meno. Un quarto di coloro che acquistano intenzionalmente prodotti contraffatti online è motivato dall'idea di "fare un affare". Oltre un giovane su dieci ha acquistato un prodotto contraffatto perché i siti che offrono gli originali non erano disponibili nel loro paese.

Motivazioni per l'acquisto intenzionale di merci contraffatte online⁸

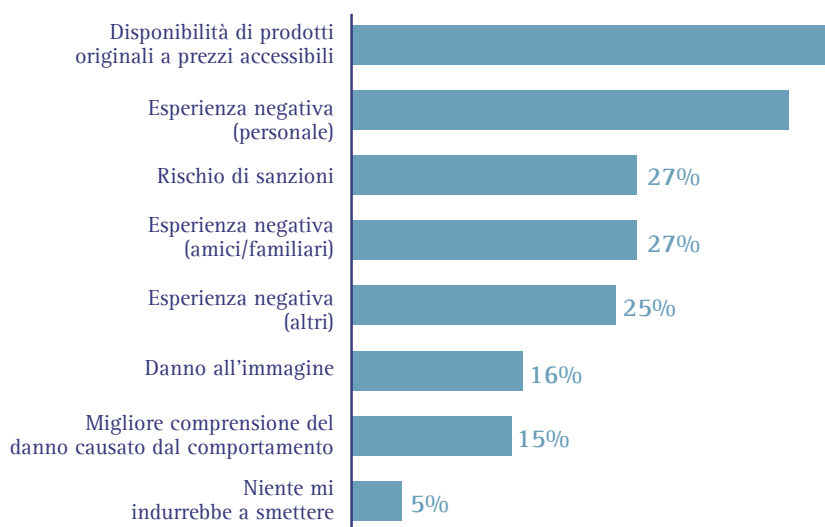


LA DISPONIBILITÀ DI ORIGINALI A PREZZI ACCESSIBILI, ESPERIENZE NEGATIVE E IL RISCHIO DI SANZIONI INDURREBBERO LA MAGGIOR PARTE DEGLI INTERVISTATI A SMETTERE DI ACQUISTARE PRODOTTI CONTRAFFATTI

Quasi la metà degli intervistati smetterebbe di comprare merci contraffatte se fossero disponibili prodotti originali a prezzi accessibili. Anche in questo caso, il prezzo sembra un'evidente motivazione nella decisione di acquistare un prodotto contraffatto. In particolare, le giovani donne (53 % contro il 38 % degli uomini) che acquistano intenzionalmente merci contraffatte comprerebbero i prodotti autentici, se fossero offerti a prezzi accessibili. Il fatto di aver avuto un'esperienza negativa personale, di un amico

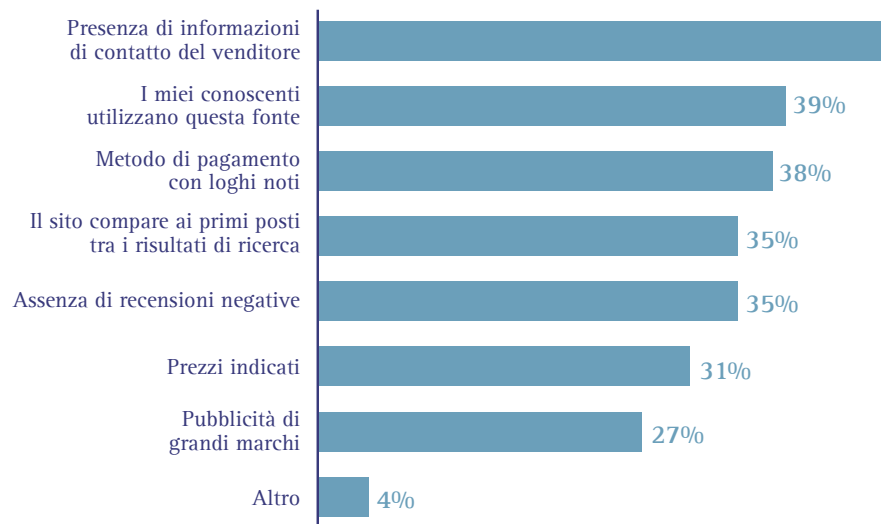
8 Fonte: Domanda III4: Hai dichiarato di aver acquistato intenzionalmente un prodotto contraffatto online negli ultimi 12 mesi. Quale è stato il motivo che ti ha indotto a questa scelta? Si prega di indicare tutte le risposte pertinenti (N=2.836)

o un parente o altri, costituisce un ulteriore potenziale motivo per smettere. Per le giovani donne (44 %), un'esperienza personale negativa avrebbe un impatto maggiore rispetto agli uomini (38 %). Un terzo fattore importante è il rischio di sanzioni, che viene indicato dagli intervistati come un motivo per smettere di comprare merci contraffatte, benché solo il 23 % del gruppo di età più avanzata (22-24 anni) scelga questa risposta.



UN TERZO DEGLI INTERVISTATI AFFERMA DI ESSERE IN GRADO DI DISTINGUERE I SITI CHE VENDONO PRODOTTI CONTRAFFATTI DA QUELLI CHE VENDONO PRODOTTI AUTENTICI E METÀ DEGLI INTERVISTATI HANNO INDICATO DI ESSERE IN GRADO DI DISTINGUERE LE FONTI LEGALI DA QUELLE ILLEGALI PER I CONTENUTI ONLINE

L'indicatore più importante per considerare legale una fonte, citato da quasi la metà di tutti gli intervistati (48 %), è la disponibilità di informazioni di contatto. Inoltre, il 39 % dei giovani sottolinea che, se il sito è utilizzato da persone di loro conoscenza, essi ritengono di poterlo considerare una fonte legale. Una percentuale analoga sostiene che, quando nelle pagine dove si effettua l'acquisto, sono visualizzati loghi di servizi di pagamento e carte di credito, il sito sia legale. Anche la popolarità del sito nei risultati dei motori di ricerca influenza i giovani, dei quali poco più di un terzo (35 %) ritiene che un sito sia legale quando compare tra i primi risultati della ricerca. Per il 27 % dei giovani europei, la presenza sul sito di pubblicità di marchi noti è un segno che la fonte è legale.



1.3 Comunicazione sulla contraffazione e sulla pirateria

GLI ARGOMENTI CONNESSI ALLA SICUREZZA PERSONALE E AI VALORI MORALI SONO PIÙ ADATTI PER CONVINCERE I GIOVANI A PENSARCI DUE VOLTE PRIMA DI UTILIZZARE FONTI ILLEGALI O DI ACQUISTARE MERCI CONTRAFFATTE.

