

## RAPORT DE STUDIU

*Cunoștințe, atitudini și practici  
ale populației RM cu privire  
la proprietatea intelectuală*

# CUPRINS

<b>Introducere .....</b>	<b>3</b>
<b>Percepția conceptelor de bază .....</b>	<b>4</b>
<b>Aprecieri asupra gradului de securitate a consumatorilor oferită în RM .....</b>	<b>11</b>
<b>Experiențe privind consumul produselor contrafăcute.....</b>	<b>16</b>
<b>Concluzii.....</b>	<b>19</b>
<b>Anexă: Rezultatele dezagregate în funcție de caracteristicile socio-demografice ale respondenților.....</b>	<b>20</b>

## ***Listă figurilor***

<b>Figura 1. Notorietatea conceptelor (nivel declarat).....</b>	<b>4</b>
<b>Figura 2. Obiectele de proprietate intelectuală .....</b>	<b>6</b>
<b>Figura 3. Semnificațiile acordate conceptelor de .....</b>	<b>7</b>
<b>Figura 4. Aprecierea actului de încălcare a dreptului de proprietate intelectuală în diferite situații.....</b>	<b>8</b>
<b>Figura 5. Trebuie sau nu să fie plătiți autorii pieselor difuzate/interpretate la festivități private?.....</b>	<b>9</b>
<b>Figura 6. Aspectele asupra cărora consumatorii își îndreaptă atenția pentru a se asigura de originalitatea produsului .....</b>	<b>9</b>
<b>Figura 7. Tipurile de produse după frecvența cu care consumătorul se asigură de originalitatea acestora ...</b>	<b>10</b>
<b>Figura 8. Percepția asupra incidenței cazurilor de încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală.....</b>	<b>11</b>
<b>Figura 9. Gradul percepției de implicare a statului și a consumătorilor în combaterea fenomenului de încălcare a drepturilor de PI.....</b>	<b>11</b>
<b>Figura 10. Modul de posesie a softurilor utilizate.....</b>	<b>12</b>
<b>Figura 11. Cauzele utilizării softurilor piratare .....</b>	<b>13</b>
<b>Figura 12. Ponderea respondenților care descarcă din Internet, pe tipurile de produse descărcate .....</b>	<b>14</b>
<b>Figura 13. De ce populația procură produse contrafăcute/piratare? .....</b>	<b>14</b>
<b>Figura 14. Ponderea respondenților dispuși să achite pentru bunurile licențiate.....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 15. Sumele medii, pe care respondenții sunt dispuși să le achite.....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 16. Tipul produselor contrafăcute/piratare procurate .....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 17. Reacțiile la produsele contrafăcute procurate .....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 18. Cine este „de vină” pentru fenomenul contrafacerii/pirateriei? .....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 19. Cât de mult suferă în urma fenomenelor de contrafacere și piraterie persoanele implicate .....</b>	<b>18</b>

## ***Listă tabelelor***

<b>Tabelul 1. Cunoașterea conceptului în rândul diferitelor categorii socio-demografice.....</b>	<b>5</b>
<b>Tabelul 2. Utilizarea softurilor piratare .....</b>	<b>13</b>
<b>Tabelul 3. Au procurat vreodată produse contrafăcute/piratare .....</b>	<b>16</b>

## Introducere

Acest studiu este o componentă a Campaniei publice de sensibilizare a consumatorilor “STOP Contrafacerea și Pirateria!”, inițiată de Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova la 26 aprilie 2012.

Această campanie, desfășurată sub sloganul „STOP Contrafacerea și Pirateria!”, vizează următoarele obiective prioritare:

- ridicarea nivelului de conștientizare de către societate a necesității respectării drepturilor de PI și contracărării fenomenelor de contrafacere și piraterie;
- ridicarea nivelului de cultură a consumatorilor prin informarea și educarea acestora cu privire la efectele negative ale contrafacerii și pirateriei;
- creșterea gradului de participare a titularilor de drepturi, a reprezentanților businessului/antreprenoriatului în procesul de protecție și apărare a drepturilor de PI;
- diminuarea nivelului de contrafacere și piraterie pe piața autohtonă, care va avea un impact pozitiv asupra prezenței titularilor de drepturi străini și va influența indirect atragerea investitorilor externi.

Studiul sociologic vine să ofere o imagine de ansamblu a percepțiilor atitudinilor împărtășite de populația țării cu privire la noțiunea de proprietate intelectuală, familiarizarea cu conceptele și aprecierea gradului de răspândire a fenomenelor de contrafacere și piraterie în Republica Moldova.

Studiul a fost realizat de Centrul de Investigații Sociologice și Marketing „CBS-AXA”.

## Aspecte metodologice

**Metoda:** ancheta sociologică pe un eșantion reprezentativ.

**Eșantion:**

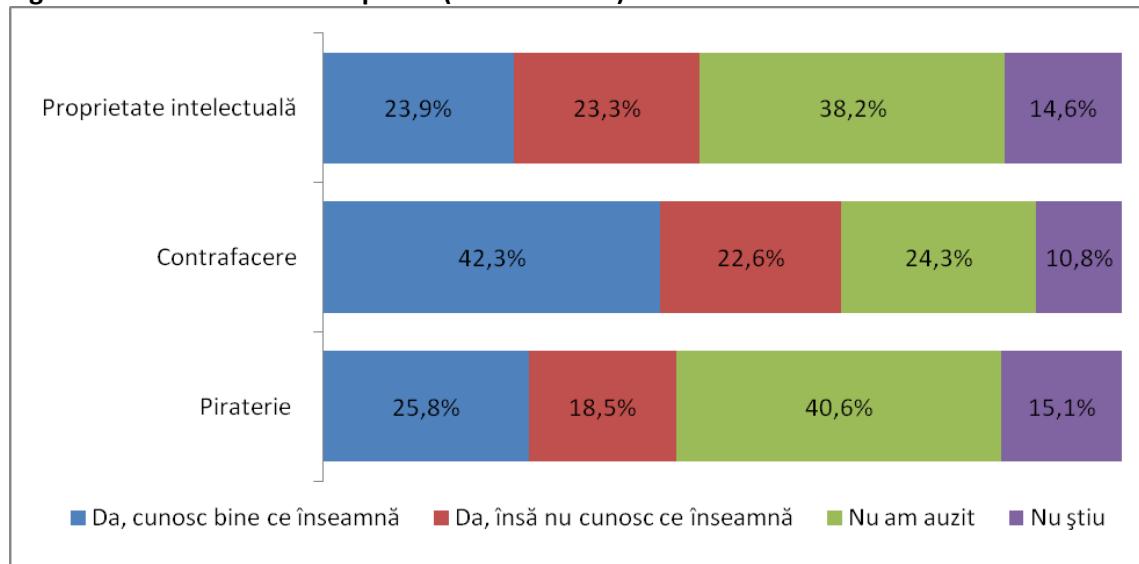
- ❖ **Volumul eșantionului:** 710 persoane cu vârstă de 15 ani și mai mult;
- ❖ **Eșantion:** stratificat, probabilist, bistadial;
- ❖ **Perioada de culegere a datelor:** 6-19 aprilie 2012. Interviurile au fost realizate la domiciliul respondenților. Chestionarul a fost redactat în limbile română și rusă, oferindu-se respondenților posibilitatea de a alege varianta.
- ❖ **Reprezentativitate:** eșantionul este reprezentativ pentru populația adultă a Republicii Moldova, cu o eroare maximală de  $\pm 3.7\%$

## Percepția conceptelor de bază

Notorietatea conceptelor de bază în domeniul dat, în măsura în care este apreciată de respondenți, este la un nivel mediocru. Părți însemnante ale populației țării nu cunosc/nu au auzit despre conceptul de proprietate intelectuală (38,2%), piraterie (40,6%) și contrafacere (24,3%). Între 10 și 15 la sută din respondenți au evitat să ofere un răspuns, putem deci bănuia că și în cazul lor semnificația conceptelor nu este cunoscută.

Mai puțin de jumătate din respondenți au declarat că nu numai că au auzit, dar și că cunosc semnificația conceptelor. Cunosc ce înseamnă noțiunea de contrafacere doar patru din zece (42,3%) intervievați, iar noțiunile de piraterie și proprietate intelectuală - doar un sfert din populație (25,8% și 23,9%, respectiv).

**Figura 1. Notorietatea conceptelor (nivel declarat)**



O imagine mai nuanțată privind notorietatea conceptului de proprietate intelectuală este oferită de răspunsurile la întrebarea deschisă. În cadrul studiului respondenții au fost rugați să definească noțiunea dată. O definiție corectă sau apropiată de sensul adecvat al conceptului au putut-o oferi doar o treime din respondenți (32,4%).

Gradul de familiarizare diferă substanțial în rândul diferitelor categorii socio-demografice. Judecând după ponderea respondenților care au oferit o definiție adecvată, putem descrie profilul tipic al cetățeanului care este mai familiarizat cu tematica abordată. Deci, acesta este:

- bărbat (36,2% răspunsuri corecte față de 26,9% în rândul femeilor);
- Tânăr de 15-35 de ani (39,1%);
- cu studii superioare (52%);
- alolingv (40,2%);
- cu nivel socio-economic sporit (51,4%);
- domiciliat în mediul urban (48%).

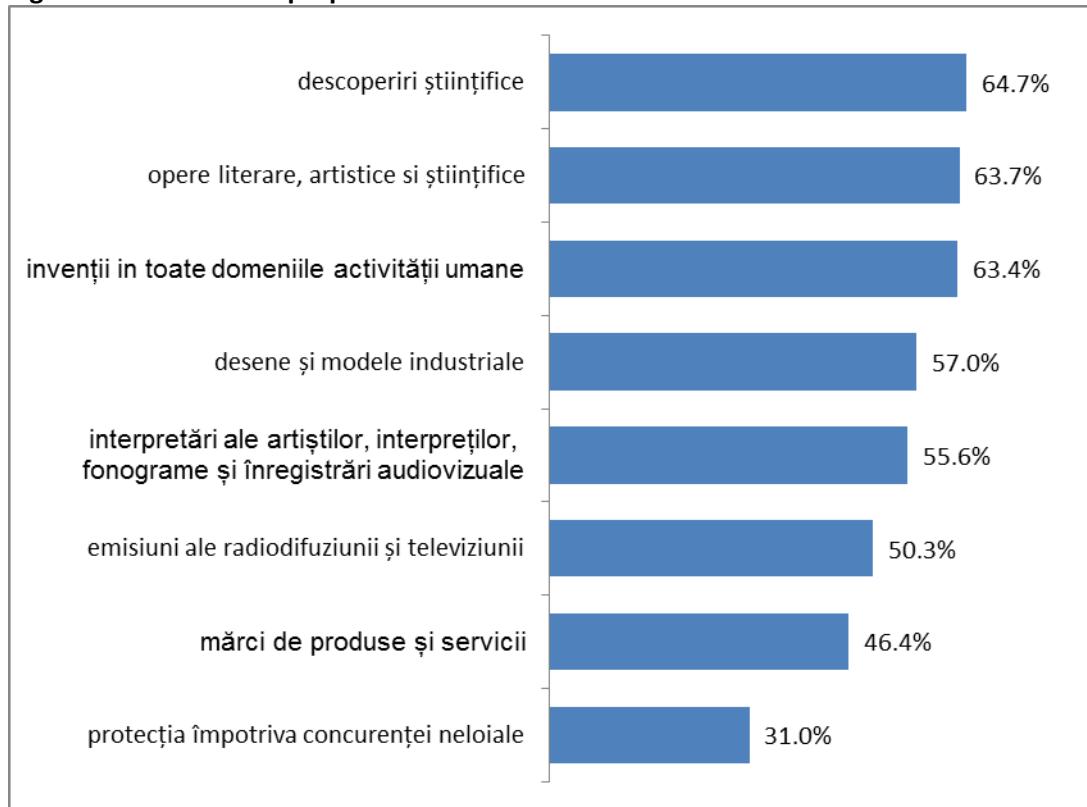
**Tabelul 1. Cunoașterea conceptului în rândul diferitelor categorii socio-demografice**

<b>Total:</b>		<b>32,4%</b>
Gen:	Masculin	36,2%
	Feminin	28,9%
Grup de vârstă:	15-35 de ani	39,1%
	30-65 de ani	31,5%
Nivel de studii:	Medii incomplete	13,4%
	Medii generale, liceu	24,7%
	Medii profesionale	22,2%
	Superioare, incl. colegiu	52,0%
Limba de comunicare preferată:	Română	30,2%
	Rusă sau alta decât română	40,2%
Statut socio-economic:	Scăzut	17,4%
	Mediu	28,3%
	Înalt	51,4%
Mediu de reședință:	Urban	48,0%
	Rural	19,8%

După adresarea întrebării deschise și notarea răspunsului oferit, în cazul în care respondentul nu a putut defini noțiunea de proprietate intelectuală sau a oferit o definiție inadecvată, interviewatorul i-a citit următoarea definiție: „*Proprietatea intelectuală include drepturile de proprietate a unei persoane asupra unui produs intelectual pe care această persoană l-a creat*”. Apoi respondentul a fost rugat să-și exprime opinia dacă o serie de bunuri intelectuale sunt și obiecte de proprietate intelectuală, fiind abordate elementele din definiția extinsă a proprietății intelectuale. Acest lucru a scos la iveală faptul că obiectele cel mai puțin asociate cu câmpul juridic al conceptului de proprietate intelectuală, în opinia consumătorului, sunt protecția împotriva concurenței neloiale (doar 31% din respondenți consideră că aceasta ar fi un obiect de proprietate intelectuală). La fel, sunt mai puțin asociate conceptului mărcile de produse și de servicii denumirile comerciale (46,4%).

Cel mai des sunt asociate proprietății intelectuale descoperirile științifice, operele literare, artistice, științifice și invențiile (peste 60% din respondenți consideră că acestea sunt obiecte de proprietate intelectuală).

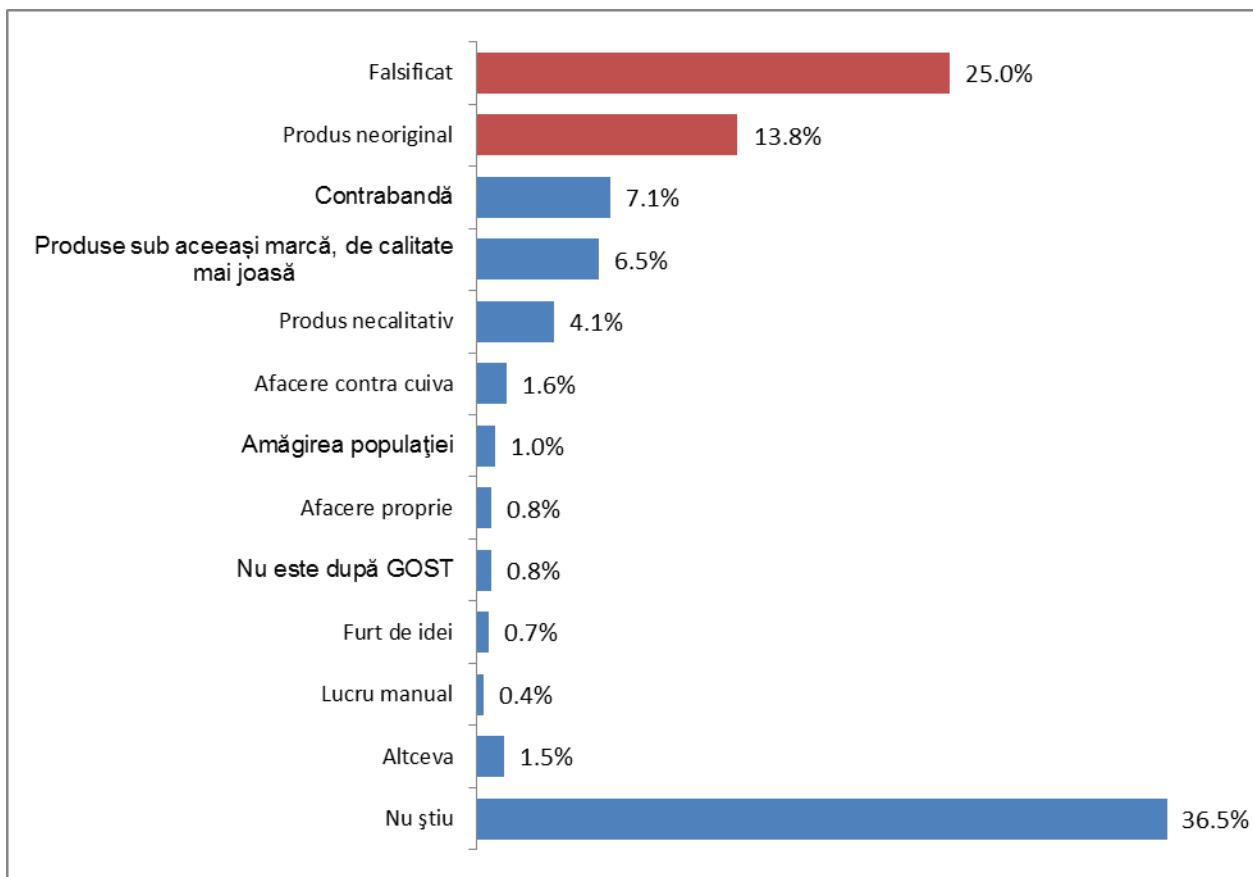
**Figura 2. Obiectele de proprietate intelectuală**



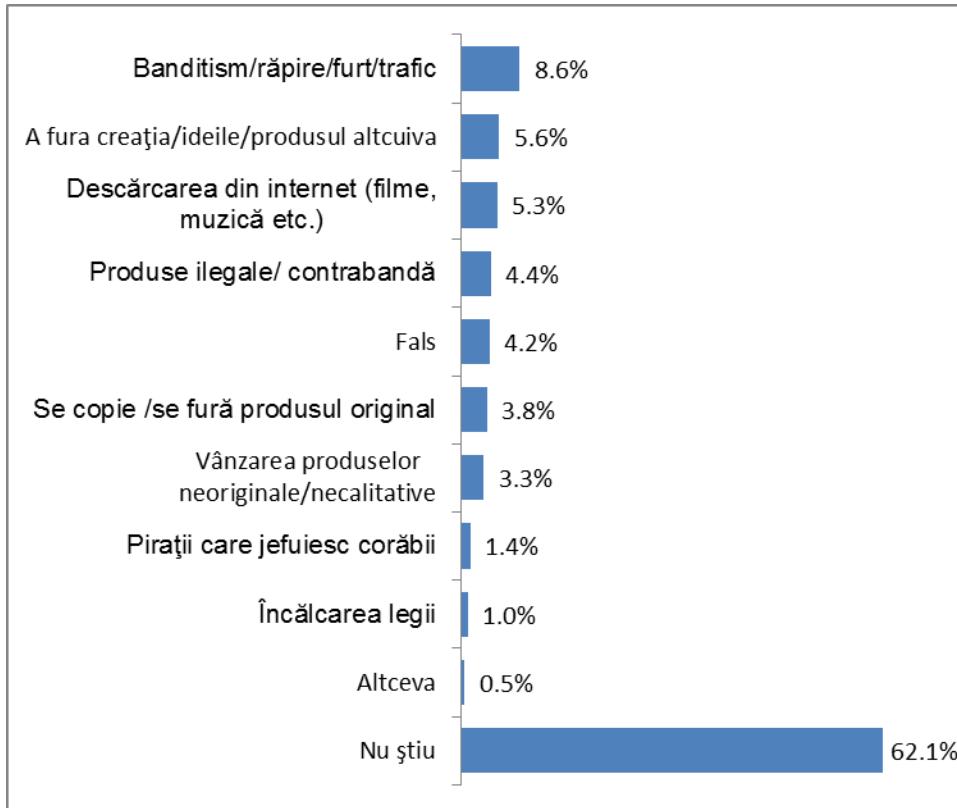
O definiție mai apropiată de sensul corect al noțiunii de contrafacere au oferit patru din zece respondenți. Contrafacerea este percepță de populație prin fals (25%) și prin faptul că produsul nu este unul original (13,8%). Sensurile acordate incorect conceptului de contrafacere cel mai des sunt contrabandă (7,1%), produs nelegal (4,1%). Destul de des conceptul este tratat într-un mod incomplet, când contrafăcut este considerat un produs de aceeași marcă, însă de o calitate mai joasă (6,5% respondenți).

Conceptul de piraterie este probabil cel mai eronat percepță din toate cele trei concepte analizate. Nu au putut oferi o definiție 62,1%, în restul cazurilor cel mai des oferindu-se un sens inadecvat.

**Figura 3. Semnificațiile acordate conceptelor de ...**  
**Contrafacere**

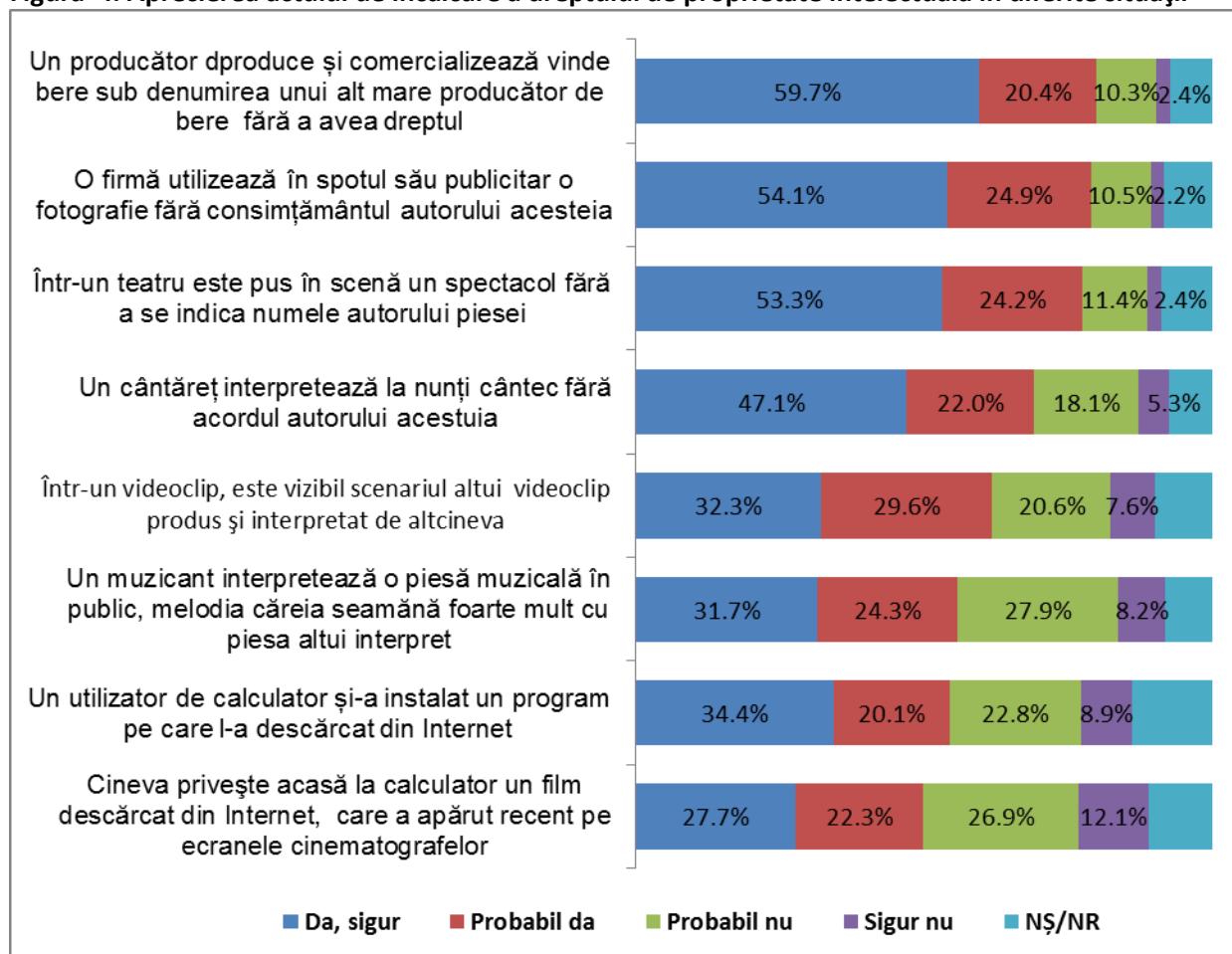


#### Piraterie



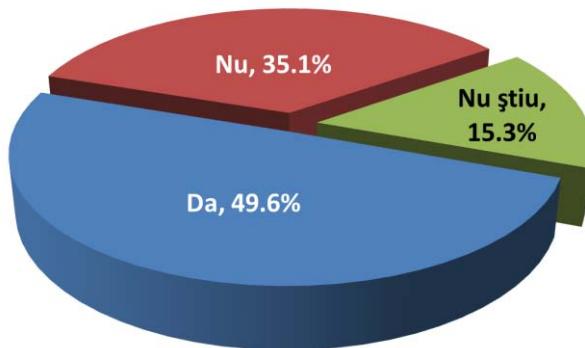
La fel, în studiu s-a recurs la simularea anumitelor situații pentru a vedea domeniile care, în opinia populației, sunt mai asociate proprietății intelectuale și cele care nu sunt percepute ca probleme legate de încălcarea drepturilor de proprietate intelectuală. Concluziile care se impun sunt că tocmai domeniul tehnologiilor informaționale, domeniu cu cele mai mari ritmuri de dezvoltare în prezent, este cel mai puțin asociat proprietății intelectuale în ochii consumatorilor. Doar unu din doi respondenți coștientizează faptul că vizionarea filmelor nelicențiate, downloadate din Internet este o sfidare a proprietății intelectuale. La fel doar 54,5% consideră că utilizarea softurilor nelicențiate este o încălcare a drepturilor de autor și conexe. Un nivel scăzut de asociere cu proprietatea intelectuală înregistramși în cazul plagiului în domeniul creării pieselor muzicale (56%) și produselor video (61,9%).

**Figura 4. Aprecierea actului de încălcare a dreptului de proprietate intelectuală în diferite situații**



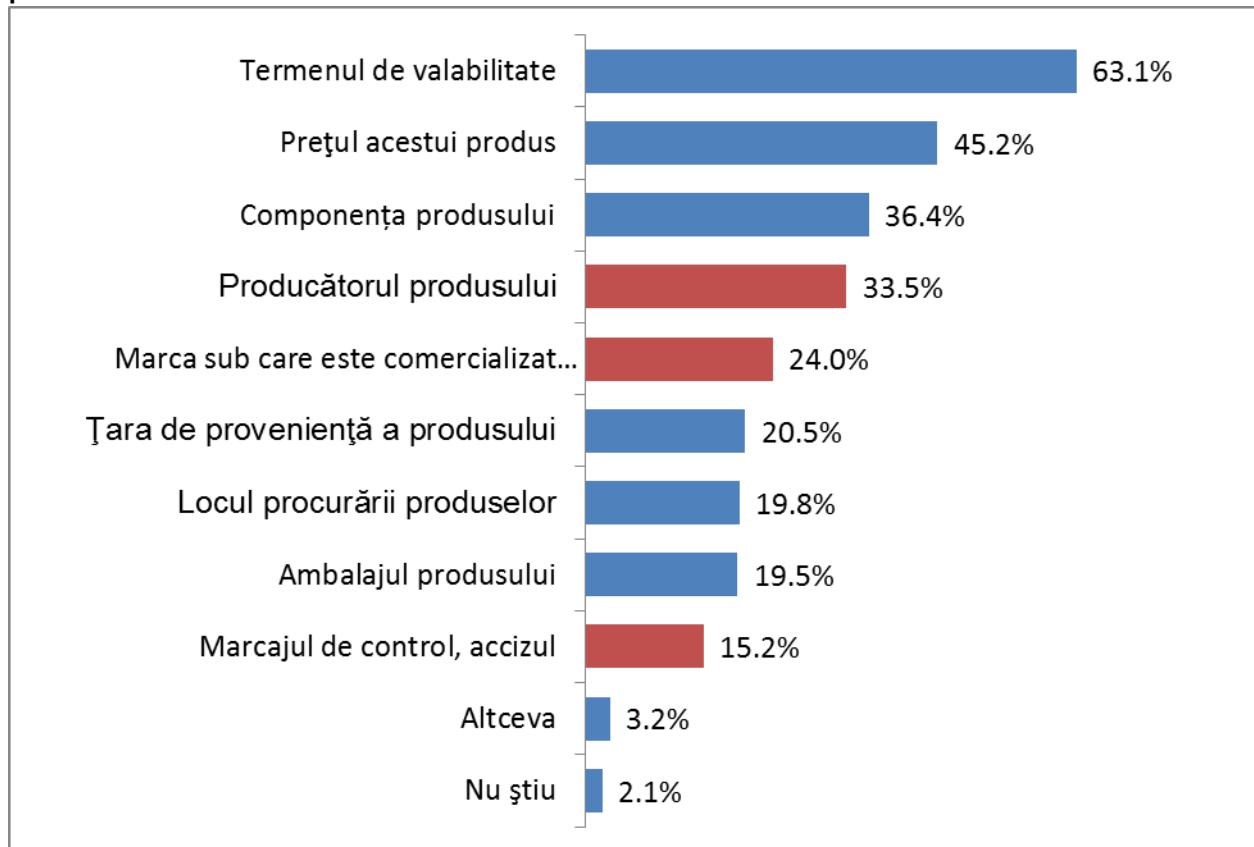
Doar unul din doi respondenți (49,6%) susține că intrepății trebuie să fie obligați să achite o remunerație autorilor pieselor muzicale cântate la festivități precum nunți/cumetrii.

**Figura 5. Trebuie sau nu să fie plătiți autorii pieselor difuzate/interpretate la festivități private?**



Nivelul scăzut de familiarizare a consumatorilor cu tematica aferentă proprietății intelectuale îi fac, fără îndoială, mai vulnerabili în fața fenomenului de contrafacere. Fiind întrebați la ce acordă cel mai des atenție atunci când doresc să se asigure de originalitatea produsului procurat, respondenții au pus în prim-plan aspecte precum termenul de valabilitate (63,1%), prețul (45,2%) și componența materialului din care este făcut produsul (36,4%), abia apoi urmează aspectele care se referă la originalitate în mod direct – producătorul (33,5%) și marca (24%).

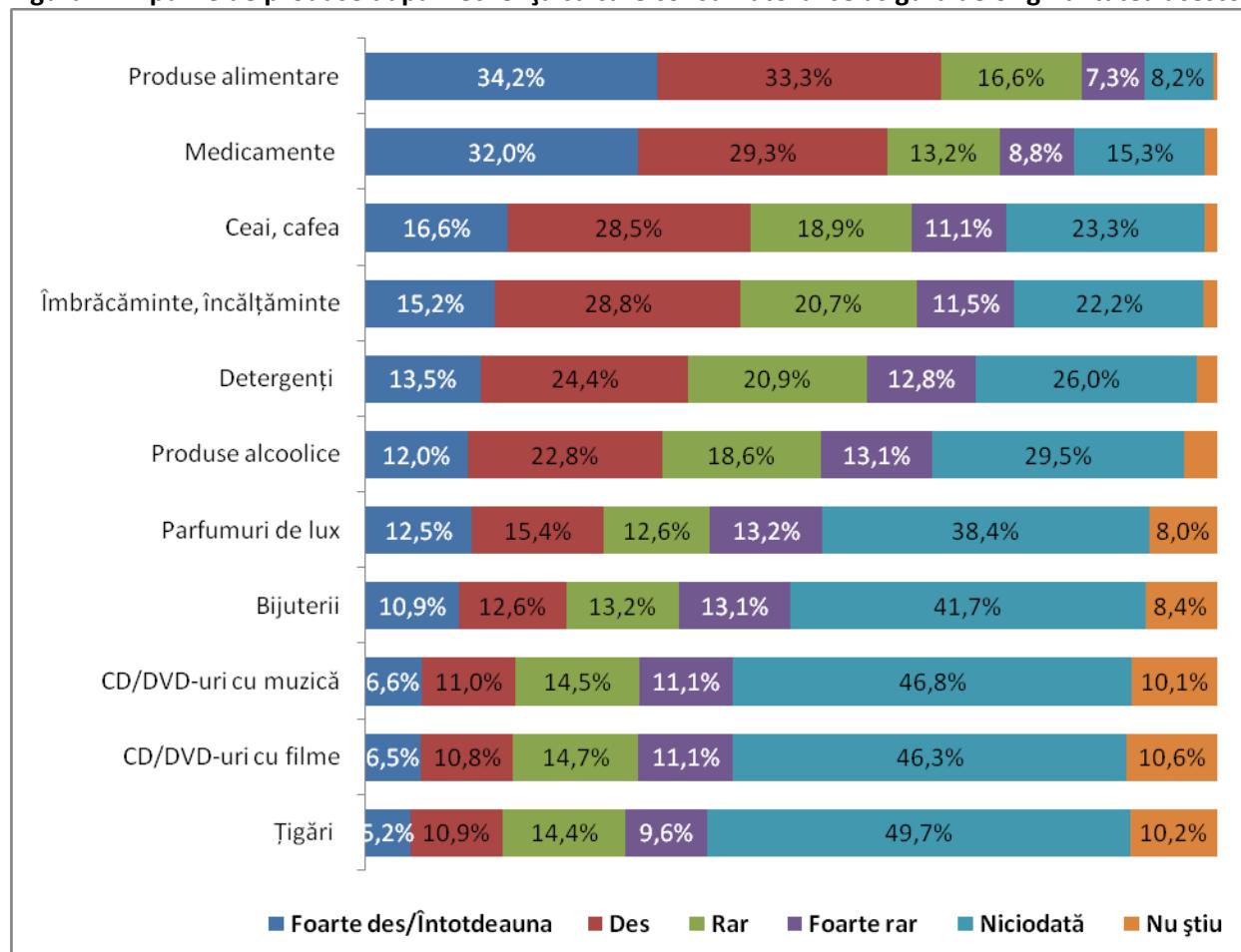
**Figura 6. Aspectele asupra cărora consumatorii își îndreaptă atenția pentru a se asigura de originalitatea produsului**



A fost făcută încercarea de a constata la procurarea căror categorii de produse consumătorii sunt mai vulnerabili în fața fenomenului de contrafacere, pe motiv că aceștia nu obișnuiesc să se asigure că produsul nu este contrafăcut. Din această perspectivă, putem concluziona că categoriile de produse cel mai puțin monitorizate de consumator sunt țigările, CD-urile cu muzică și filme, bijuteriile și parfumurile de lux. La procurarea acestor produse peste o jumătate din respondenți afirmă că nu iau nici-o măsură pentru a se asigura de originalitatea lor.

Un nivel mediu de atenție acordată de consumatori înregistrăm în cazul procurării produselor alcoolice, de vestimentație, detergenților și al unor astfel de produse cum sunt ceaiul și cafeaua.

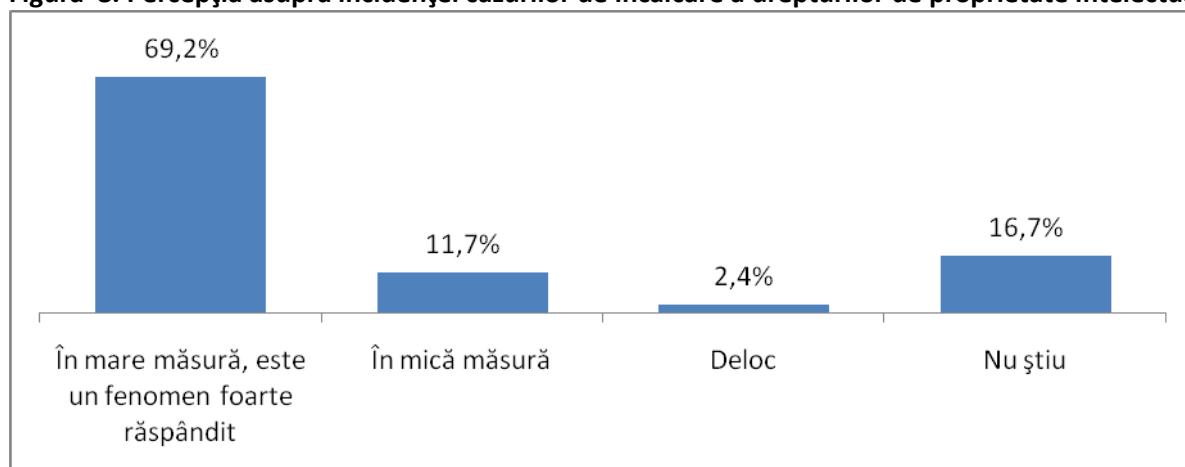
**Figura 7. Tipurile de produse după frecvența cu care consumătorul se asigură de originalitatea acestora**



## Aprecieri asupra gradului de securitate a consumatorilor oferită în RM

Fenomenul violării drepturilor la proprietate intelectuală este unul foarte răspândit în țara noastră, consideră 69,2% din respondenți. Chiar dacă, după cum am văzut anterior, o bună parte din respondenți nu sunt familiarizați cu privire la concepte, răspunsurile la această întrebare au fost dictate probabil de percepțiile privind situația cu referire la drepturile omului în general în Republica Moldova.

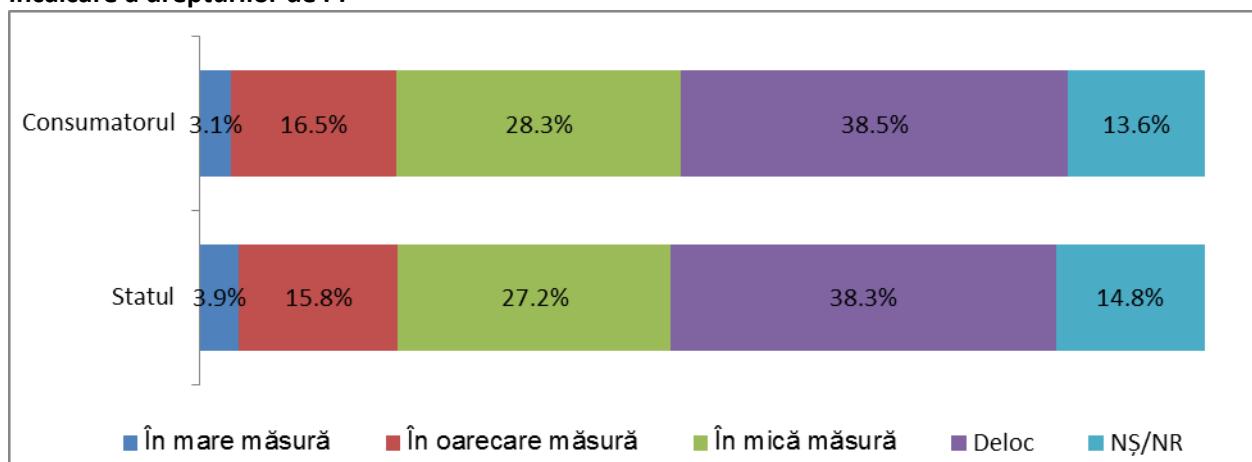
**Figura 8. Percepția asupra incidentei cazurilor de încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală**



Categoriile de respondenți care au afirmat mai frecvent că încălcarea drepturilor la proprietate intelectuală este un fenomen foarte răspândit la noi în țară sunt aceiași care manifestă un grad mai înalt de informare cu privire la tematica dată, și anume: bărbații, tinerii, persoanele cu studii superioare, cele cu venituri sporite, cele din mediul urban.

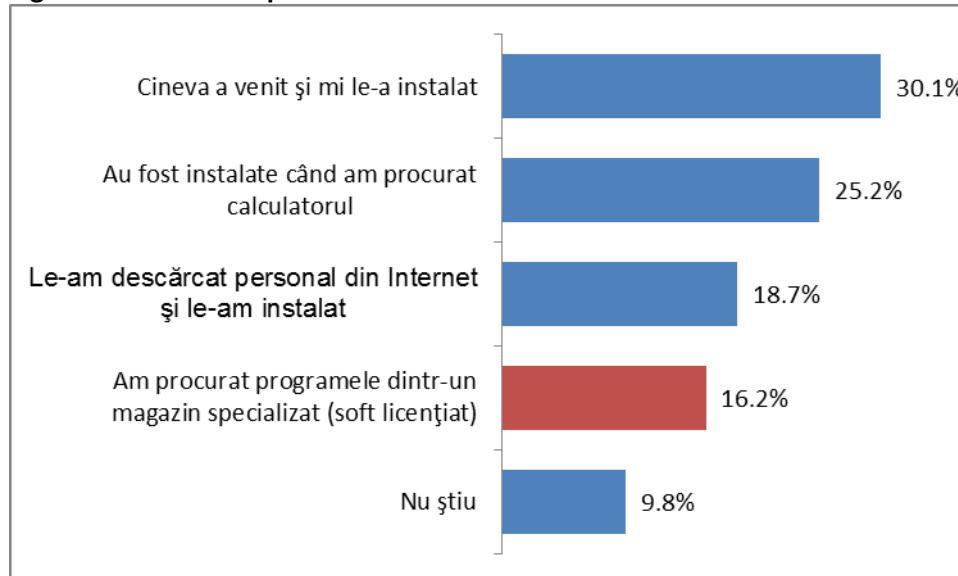
Atât statul, cât și consumătorii nu se remarcă în lupta cu fenomenul de încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală. Patru din zece cetăteni consideră că acești doi actori nu se implică deloc în asemenea procese, alții 27%-28% sunt de părere că implicarea acestora este una minimă.

**Figura 9. Gradul perceput de implicare a statului și a consumătorilor în combaterea fenomenului de încălcare a drepturilor de PI**



Conform studiului, computerul este prezent deja în fiecare a doua gospodărie din Republica Moldova (50,2%). Odată cu dezvoltarea acestui domeniu, trebuie să recunoaștem, s-a răspândit rapid și fenomenul de piraterie. Studiul de față confirmă faptul că domeniul tehnologilor informaționale în plan privat este unul aproape în întregime bazat pe produse piratate. Din totalul respondenților care posedă un computer în gospodărie doar 16,2% au afirmat că dispun de softuri licențiate. În restul cazurilor este vorba de o posesie și uz ilegal de produse soft, fie că au fost instalate de o persoană terță (30,1%), fie că au fost instalate chiar în locul de unde s-a procurat computerul (25,2%), fie de sine stătător (18,7%).

**Figura 10. Modul de posesie a softurilor utilizate**

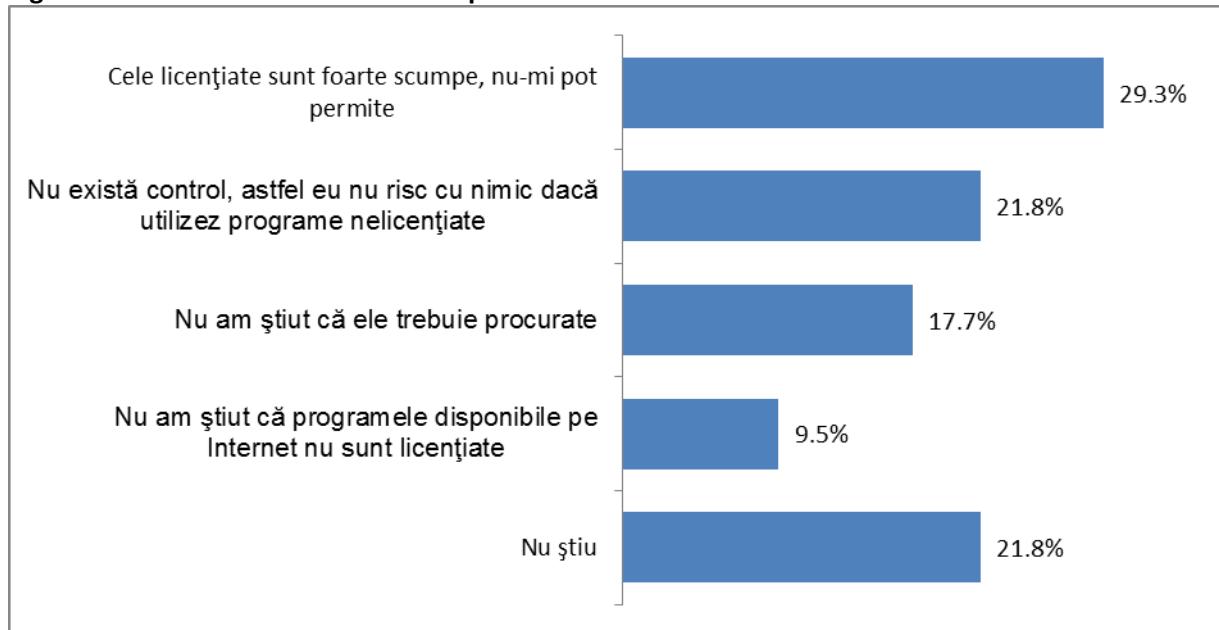


Mai mult ca atât, utilizarea unor softuri piratate este făcută cel mai des cu bunăstăință, iar cauzele primordiale ale fenomenului sunt sărăcia și lipsa unui control riguros în domeniul dat.

Trei din zece respondenți care utilizează softuri nelicențiate explică acest lucru prin faptul că cele licențiate sunt prea scumpe. Alți 21,8% recurg la utilizarea acestora deoarece sunt siguri că nu riscă cu nimic.

O altă cauză a fenomenului dat este „analfabetismul” în acest domeniu, 17,7% din respondenți afirmând că nu au știut că softurile trebuie procurate la fel ca orice produs, iar 9,5% nu au știut că softurile disponibile pe Internet cel mai des sunt piratare.

**Figura 11. Cauzele utilizării softurilor pirata**



O analiză mai aprofundată arată că, totuși, utilizarea softurilor pirata este o chestie mai degrabă de atitudine decât de necunoaștere sau incapacitate financiară. Aceasta deoarece pe de o parte categoriile de respondenți care au demonstrat un grad mai înalt de informare cu privire la proprietatea intelectuală (bărbați, tineri, persoane cu studii superioare) se remarcă și printr-un grad puțin mai înalt de utilizare a produselor pirata. Pe de altă parte, respondenții cu un nivel socio-economic sporit nu recurg la utilizarea unor astfel de softuri mai rar decât cei cu venituri mai mici.

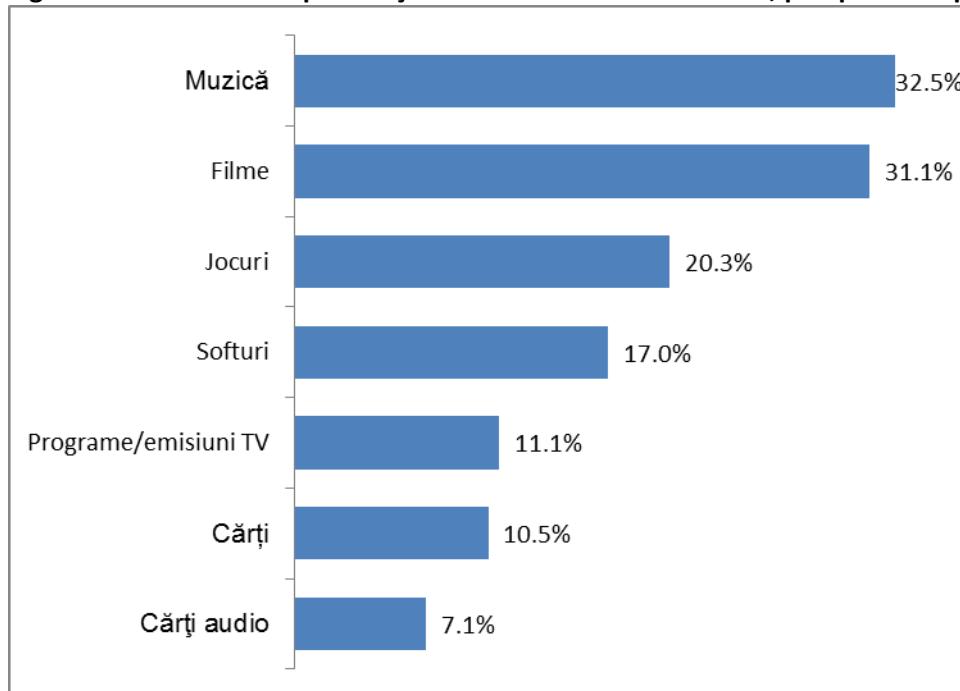
**Tabelul 2. Utilizarea softurilor pirata**

<b>Total:</b>		74.0%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	75.1%
	<b>Feminin</b>	72.8%
<b>Grup de vîrstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	81.8%
	<b>30-65 de ani</b>	68.8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	71.6%
	<b>Medii generale, liceu</b>	77.0%
	<b>Medii profesionale</b>	62.5%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	76.2%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	75.1%
	<b>Rusă</b>	70.3%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	77.7%
	<b>Mediu</b>	72.8%
	<b>Înalt</b>	74.5%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	74.7%
	<b>Rural</b>	72.8%

Nu doar softurile constituie un obiect de piratare și nici nu sunt cel mai des utilizate în formă piratată. Cel mai frecvent prin intermediul Internet-ului populația beneficiază în mod ilegal de

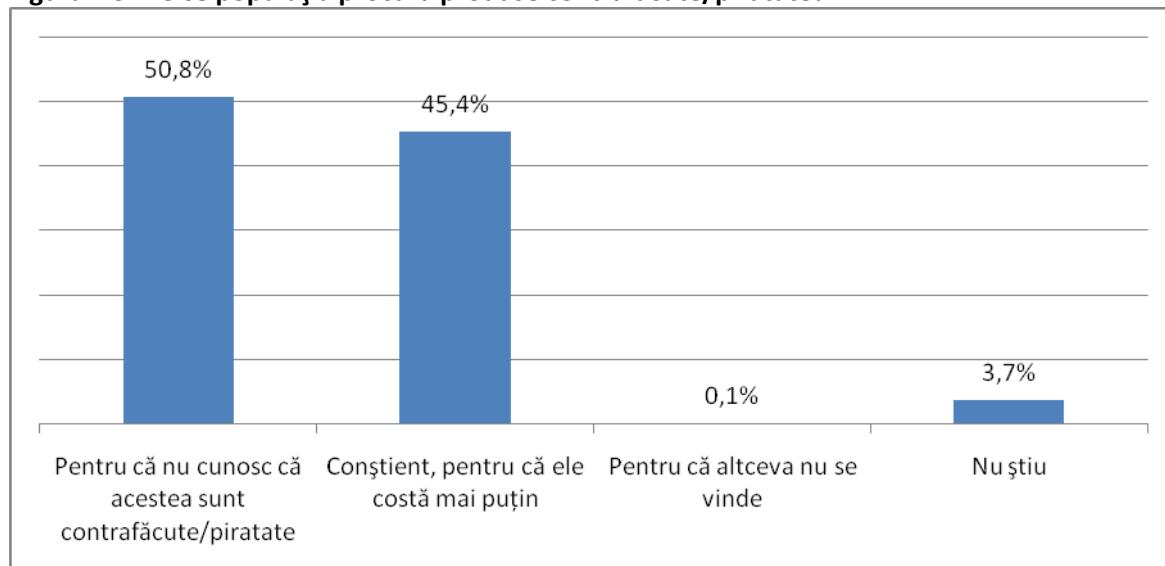
piese muzicale (32,5%), filme (31,1%), jocuri (20,3%) și abia pe locul patru s-au plasat respondenții care au descărcat, cu 17%. Frecvența cu care respondenții recurg la copierea din Internet a produselor pirata este alarmantă. De exemplu, zilnic copie muzică din Internet 13,2% din respondenți, 33,7% fac acest lucru de câteva ori pe săptămână.

**Figura 12. Ponderea respondenților care descarcă din Internet, pe tipurile de produse descărcate**



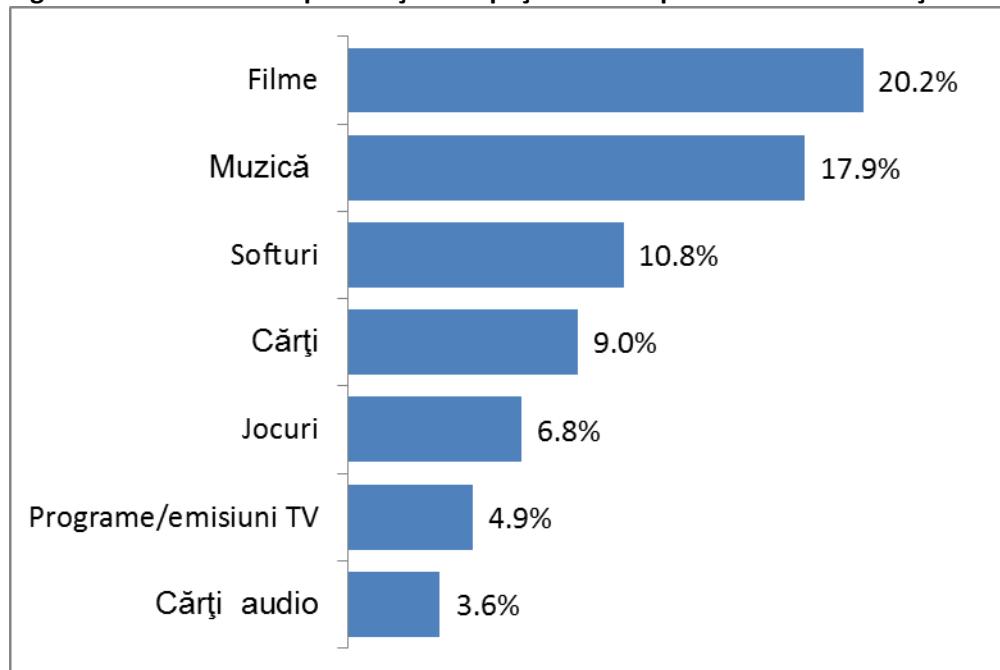
În ceea ce privește cauzele utilizării produselor pirata, respondenți se împart în două grupe cu un număr relativ egal de persoane. O jumătate din respondenți sunt de părere că populația utilizează produse pirata din neștiință, iar alți 45,4% consideră că consumatorii recurg la această practică în mod conștient, pe motive de costuri.

**Figura 13. De ce populația procură produse contrafăcute/pirata?**



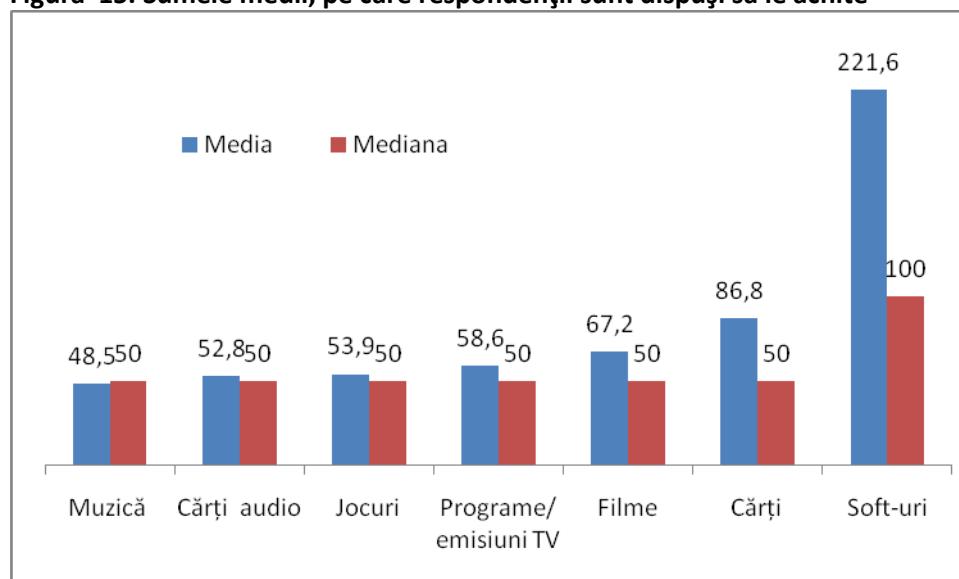
Un alt indiciu asupra faptului că fenomenul pirateriei este unul menținut în mod conștient de consumatori este că majoritatea respondenților, dintre care predomină evident cei care în prezent fac uz de produse intelectuale pirata, nu sunt dispuși să-și schimbe practica de a procura aceste produse. Doar 20,2% din respondenți sunt gata să achite pentru filmele vizionate, 17,9% - pentru muzică, 10,8% - pentru softuri și pentru restul categoriilor de produse - sub 10%.

**Figura 14. Ponderea respondenților dispuși să achite pentru bunurile licențiate**



Pragul psihologic aferent sumelor pe care respondenții ar fi gata să le ofere la moment este cu mult sub prețurile reale. Judecând după valoarea mediană a sumelor indicate de respondenți, disponibilitățile oscilează în jurul sumei de 50 de lei pentru toate produsele listate, cu excepția produselor soft, în cazul cărora înregistram o valoare mediană de 100 de lei (media de 221,6 lei).

**Figura 15. Sumele medii, pe care respondenții sunt dispuși să le achite**



## Experiențe privind consumul produselor contrafăcute

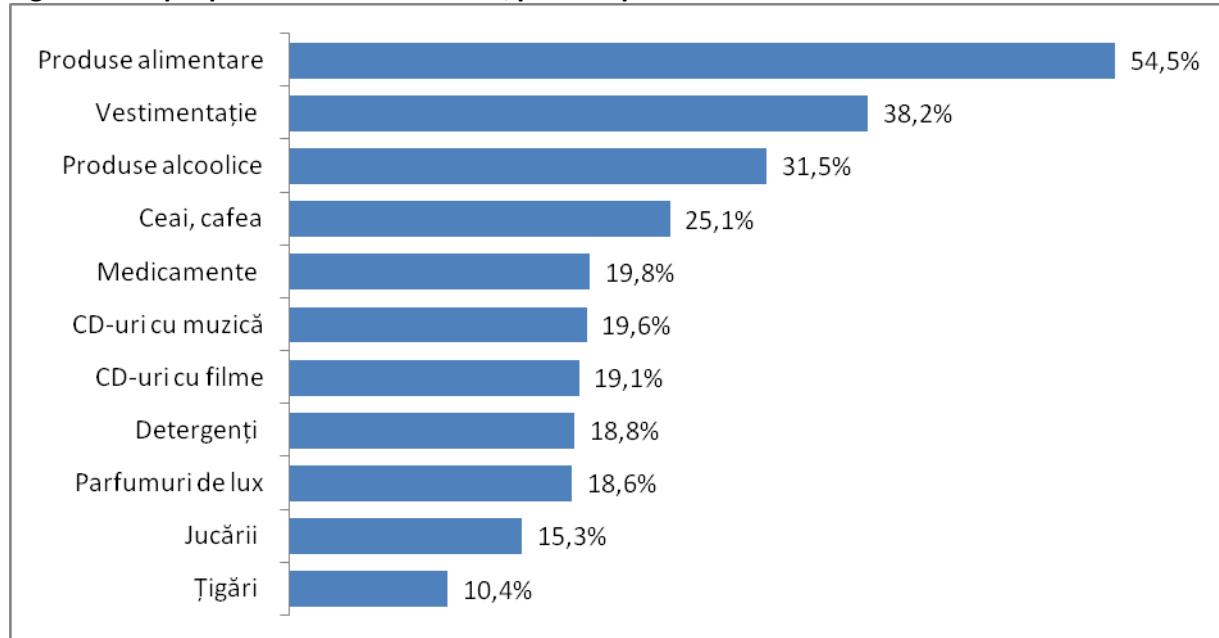
Conform datelor studiului, o jumătate din populația adultă a țării dispune de experiență de procurare a produselor contrafăcute/piratate. De remarcat faptul că procentul acestora este mai înalt în rândul categoriilor de respondenți mai informați în domeniul proprietății intelectuale, astfel încât este foarte probabil ca incidența cazurilor de procurare a produselor piratate să fie de fapt mai înaltă în rândul întregii populații (mulți din respondenți nu semnalează cazurile din cauza necunoașterii).

**Tabelul 3. Au procurat vreodată produse contrafăcute/piratate**

Total:		49,6%
Gen:	Masculin	52,3%
	Feminin	47,2%
Grup de vârstă:	15-35 de ani	56,3%
	30-65 de ani	48,8%
Nivel de studii:	Medii incomplete	36,5%
	Medii generale, liceu	44,5%
	Medii profesionale	48,7%
	Superioare, incl. colegiu	59,8%
Limba de comunicare preferată:	Română/moldovenească	49,2%
	Rusă	51,2%
Statut socio-economic:	Scăzut	33,1%
	Mediu	54,6%
	Înalt	61,0%
Mediu de reședință:	Urban	58,5%
	Rural	42,4%

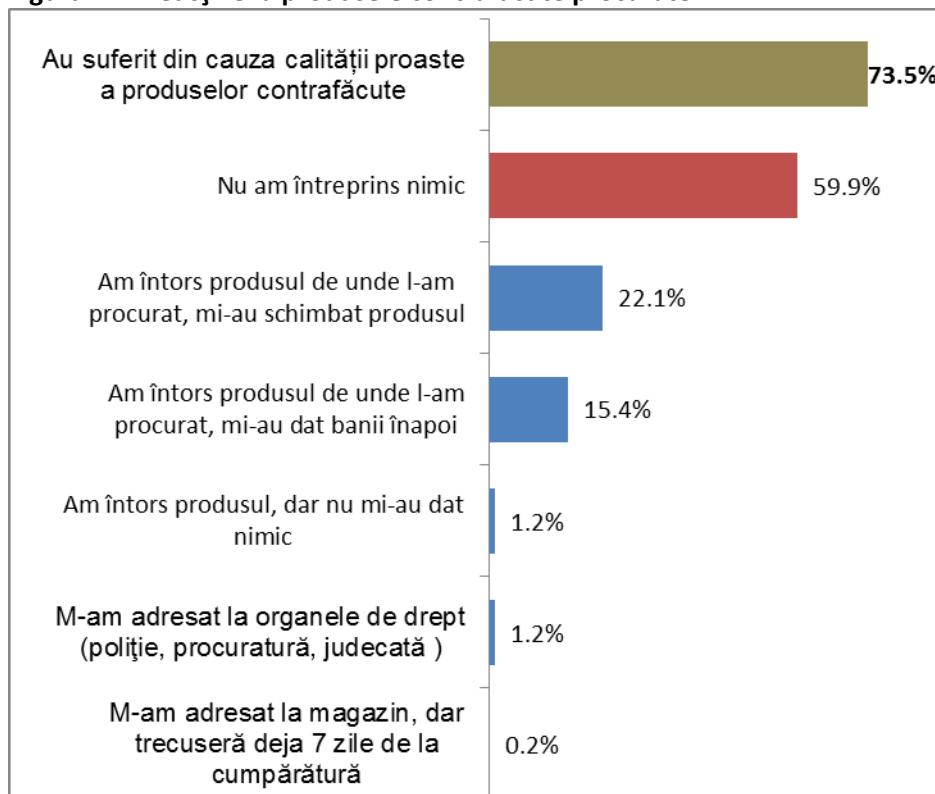
Conform datelor studiului, în Moldova consumătorul poate procura cel mai des produse alimentare contrafăcute. Asemenea experiențe au 54,5% din respondenții care au raportat cazuri de procurare a produselor contrafăcute. Urmează articolele de vestimentație (38,2%), produsele alcoolice (31,5%), ceaiul și cafeaua (25,1%). Fiecare al cincilea respondent a procurat cel puțin o dată medicamente contrafăcute.

**Figura 16. Tipul produselor contrafăcute/piratare procurate**



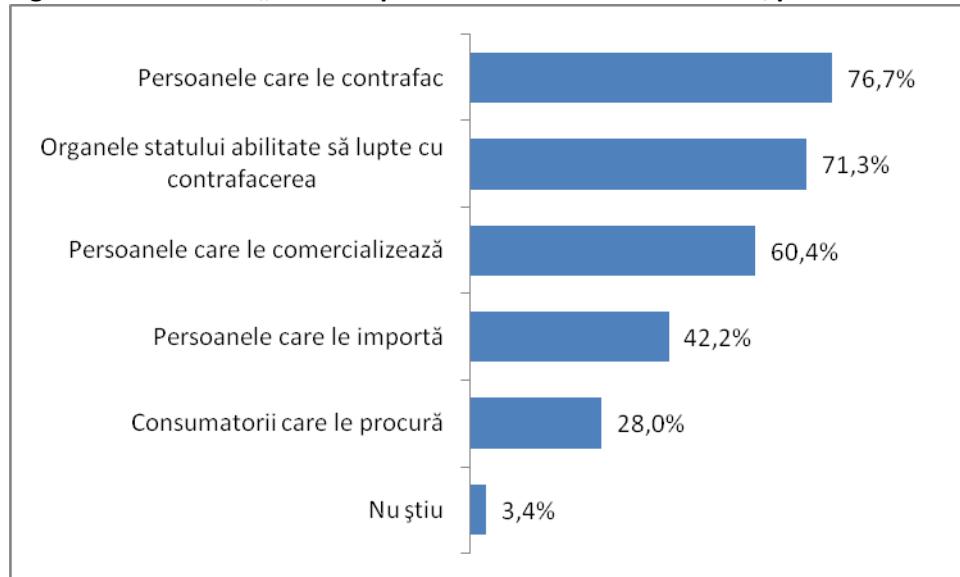
Trei din patru respondenți (73,5%) care au procurat vreo dată produse contrafăcute au avut și de suferit din cauza calității proaste a acestor produse. Surprinzător este faptul că 59% din ei nu au recurs la nicio măsură în cazul acestei nedreptăți, maximum la ce recurg cetățenii fiind returnarea produsului contrafăcut sau, și mai des, schimbarea acestuia pe altul, tot contrafăcut (22,2%) și nu renunțarea la a mai procura acest produs (16,3%).

**Figura 17. Reacțiile la produsele contrafăcute procurate**



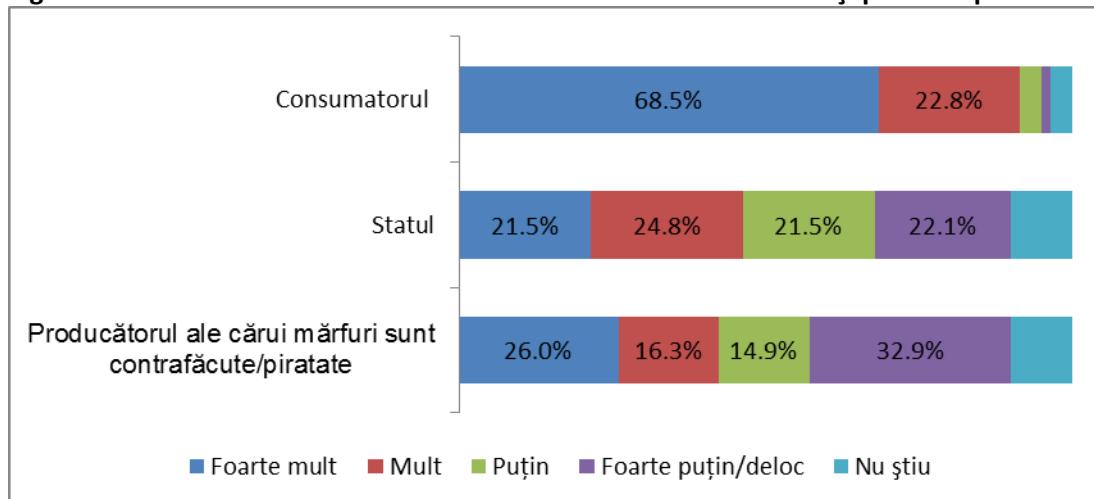
Populația Republicii Moldova nu-i asumă vina pentru răspândirea fenomenului de contrafacere/ piraterie din cauza neluării de poziție chiar și la procurarea unui produs de calitate proastă și contrafăcut. Cei mai responsabili de persistența fenomenului, în opinia respondenților, sunt persoanele care contrafăc mărfurile (76,7%) și organele statului abilitate să lupte cu fenomenul dat (71,3%). Doar 28% din respondenți consideră că consumătorul este printre cei care se fac vinovați de dezvoltarea acestor practici prin faptul că procură produse contrafăcute sau piratare. Își astă în timp ce anterior am văzut că aproape jumătate din respondenți sunt de părere că populația recurge în mod conștient la procurarea produselor contrafăcute.

**Figura 18. Cine este „de vină” pentru fenomenul contrafacerii/pirateriei?**



Consumatorul se vede cel mai mult suferind din urma fenomenului de contrafacere. Astfel, 68,5% consideră că consumatorul suferă foarte mult și 22,8% - că suferă mult. De remarcat faptul că producătorul/proprietarul mărfurilor contrafăcute este percepță drept victimă de doar 42,3% din respondenți.

**Figura 19. Cât de mult suferă în urma fenomenelor de contrafacerie și piraterie persoanele implicate**



## Concluzii

Studiul realizat permite formularea următoarele concluzii de bază:

1. Gradul de familiarizare a populației țării cu noțiunile-cheie din domeniul proprietății intelectuale poate fi caracterizat drept unul deficitar, doar 32,4% din respondenți putând oferi o definiție adecvată a proprietății intelectuale doar 23,9% afirmând că cunosc ce înseamnă pirateria și doar 25,8% - contrafacerea;
2. Drept obiecte de proprietate intelectuală sunt percepute de populație într-o măsură mai mare descoperirile științifice, operele literare, artistice și științifice și invențiile. În același timp, protecția împotriva concurenței neloiale, mărcile de produse și de servicii și denumirile comerciale nu sunt percepute ca obiecte de proprietate intelectuală;
3. Pirateria prin intermediul calculatoarelor personale nu este percepță ca o încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală;
4. Muzica și filmele, bijuteriile și parfumurile de lux sunt tipurile de mărfuri la procurarea cărora populația acordă rar atenție asupra originalității;
5. Încălcările drepturilor de proprietate intelectuală sunt un fenomen foarte răspândit în percepția populației;
6. Nici statul și nici consumatorul la momentul actual nu sunt implicați suficient în combaterea fenomenului;
7. Domeniul tehnologilor informaționale este unul în care fenomenul pirateriei este foarte răspândit, consumatorii acre utilizează, de exemplu, softuri licențiate fiind în minoritate;
8. Utilizarea unor softuri nelicențiate este cauzată în primul rând de sărăcia populației, dar și de gradul scăzut de informare;
9. Se remarcă faptul că în mare parte utilizarea bunurilor piratate/contrafăcute este făcută în mod conștient, din motive de cost al produselor originale, dar și din cauza lipsei unor mecanisme care ar pune în condiții de risc consumatorul care utilizează produse piratate;
10. Consumatorii care în prezent utilizează produse piratate, întrând în posesia acestora prin intermediul Internetului, în marea lor parte nu se declară dispuși să consume aceste produse în mod oficial, prin procurarea lor. Cei care sunt dispuși să achite costul produselor le apreciază la nivelul a 50 de lei, iar în cazul softurilor - la 100 de lei, deci mult sub costurile reale;
11. Fiecare al doilea respondent are experiență de procurare a produselor contrafăcute/piratare, din ei 73,5% au avut de suferit din cauza calității proaste a acestor produse și 59% nu au întreprins nimic în aceste cazuri;
12. Consumatorii nu obișnuiesc să-și asume și ei vina pentru fenomenul contrafacerii sau pirateriei, principalii vinovați în percepția lor fiind persoanele care contrafac produsele și statul, care nu depune suficiente eforturi în combaterea fenomenului;

## Anexă: Rezultatele dezagregate în funcție de caracteristicile socio-demografice ale respondenților

Tabelul 1. Structura eșantionului .....	22
Tabelul 2. Spuneți-mi, vă rog, dacă ați auzit despre următoarele noțiuni:.....	23
Tabelul 3. Ce înseamnă, în opinia Dvs., proprietate intelectuală?.....	24
Tabelul 4. Cum credeți, sunt obiecte de proprietate intelectuală următoarele creații:.....	25
Tabelul 5. Cum credeți, sunt obiecte de proprietate intelectuală următoarele creații:.....	26
Tabelul 6. Cum credeți, sunt obiecte de proprietate intelectuală următoarele creații:.....	27
Tabelul 7. Ce înseamnă, în opinia Dvs., noțiunea de contrafacere? .....	28
Tabelul 8. Ce înseamnă, în opinia Dvs., noțiunea de piraterie? .....	29
Tabelul 9. În opinia Dvs., sunt încălcate sau nu drepturile de proprietate intelectuală? .....	30
Tabelul 10. În opinia Dvs., sunt încălcate sau nu drepturile de proprietate intelectuală? .....	31
Tabelul 11. În opinia Dvs., sunt încălcate sau nu drepturile de proprietate intelectuală? .....	32
Tabelul 12. În opinia Dvs., sunt încălcate sau nu drepturile de proprietate intelectuală? .....	33
Tabelul 13. Considerați că ar fi corect ca persoanele care cântă piesele altor artiști la nunți, cumetrii și diverse festivități să le achite acestora plata cuvenită? .....	34
Tabelul 14. Spuneți-mi, vă rog, la ce acordați atenție atunci când doriți să vă asigurați de originalitatea produselor? .....	35
Tabelul 15. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiți să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați? .....	36
Tabel 16. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiți să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați? .....	37
Tabelul 17. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiți să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați? .....	38
Tabelul 18. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiți să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați? .....	39
Tabelul 19. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiți să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați? .....	40
Tabelul 20. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiți să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați? .....	41
Tabelul 21. În ce măsură credeți că în Republica Moldova sunt încălcate drepturile de proprietate intelectuală?.....	42
Tabelul 22. Combaterea fenomenului de încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală: .....	43
Tabelul 23. Dvs. aveți în gospodărie un calculator? .....	44
Tabelul 24. Programele pentru calculator: .....	45
Tabelul 25. Spuneți-mi, vă rog, dacă copiați din Internet următoarele: .....	46
Tabelul 26. Spuneți-mi, vă rog, dacă copiați și cât de des copiați din Internet următoarele: .....	47
Tabelul 27. Spuneți-mi, vă rog, cât de des copiați din Internet următoarele: .....	48
Tabelul 28. Spuneți-mi, vă rog, cât de des copiați din Internet următoarele: .....	49
Tabelul 29. Spuneți-mi, vă rog, cât de des copiați din Internet următoarele: .....	50
Tabelul 30. Spuneți-mi, vă rog, cât de des copiați din Internet următoarele: .....	51
Tabelul 31. Dacă ați copiat din Internet cel puțin un element enumerat la întrebarea precedentă, de pe care site-uri le copiați?.....	52
Tabelul 32. Spuneți-mi, vă rog, dacă ați fi dispusi să achitați pentru a utiliza următoarele produse în variantă licențiată, de calitate înaltă? .....	53

Tabelul 33. Spuneți-mi, vă rog, dacă ați fi dispuși să achitați pentru a utiliza următoarele produse în variantă licențiată, de calitate înaltă? .....	54
Tabelul 34. Care este prețul pe care îl considerați acceptabil și îl puteți achita? (în lei MD) .....	55
Tabelul 35. Care este prețul pe care îl considerați acceptabil și îl puteți achita? (în lei MD) .....	56
Tabelul 36. Ați procurat vreo dată produse contrafăcute/piratate? .....	57
Tabelul 37. Dacă ați procurat, ce tipuri de produse contrafăcute/piratate ați procurat? .....	58
Tabelul 38. Dacă ați procurat, ce tipuri de produse contrafăcute/piratate ați procurat? .....	59
Tabelul 39. Dacă ați procurat, ce tipuri de produse contrafăcute/piratate ați procurat? .....	60
Tabelul 40. Dacă ați procurat, ce tipuri de produse contrafăcute/piratate ați procurat? .....	61
Tabelul 41. Ați avut de suferit din cauza calității proaste a unui produs contrafăcut/piratat? .....	62
Tabelul 42. Ați avut de suferit din cauza calității proaste a unui produs contrafăcut/piratat? Ce ați întreprins, unde v-ați adresat pentru a soluționa problema? .....	63
Tabelul 43. Cum credeți, din care cauză oamenii procură mărfuri contrafăcute/piratate cel mai des? .....	64
Tabelul 44. Cine credeți că poartă vina pentru circulația produselor contrafăcute/piratate? .....	65
Tabelul 45. Cât de mult credeți că suferă în urma fenomenelor de contrafacere și piraterie ...? .....	66
Tabelul 46. Cât de mult credeți că suferă în urma fenomenelor de contrafacere și piraterie ...? .....	67
Tabelul 47. Cum credeți, ce s-ar putea face pentru a diminua/reduce fenomenele de contrafacere și piraterie? .....	68
Tabelul 48. În opinia Dvs., ce s-ar putea face pentru a stopa fenomenele de contrafacere și piraterie în RM? .....	69

**Tabelul 1. Structura eșantionului**

		<b>Număr</b>	<b>%</b>
<b>Total</b>		710	100%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	335	47,2%
	<b>Feminin</b>	375	52,8%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	264	37,2%
	<b>30-65 de ani</b>	441	62,2%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	116	16,4%
	<b>Medii generale, liceu</b>	197	27,7%
	<b>Medii profesionale</b>	137	19,3%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	260	36,6%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	559	78,7%
	<b>Rusă</b>	151	21,3%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	236	33,3%
	<b>Mediu</b>	237	33,4%
	<b>Înalt</b>	236	33,3%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	316	44,5%
	<b>Rural</b>	394	55,5%

**Tabelul 2. Spuneți-mi, vă rog, dacă ați auzit despre următoarele noțiuni:**

		Proprietate intelectuală				Contrafacere				Piraterie			
		Da, cunosc bine ce înseamnă	Da, însă nu cunosc ce înseamnă	Nu am auzit	Nu ştiu	Da, cunosc bine ce înseamnă	Da, însă nu cunosc ce înseamnă	Nu am auzit	Nu ştiu	Da, cunosc bine ce înseamnă	Da, însă nu cunosc ce înseamnă	Nu am auzit	Nu ştiu
<b>Total:</b>		23,9%	23,3%	38,2%	14,6%	42,3%	22,6%	24,3%	10,8%	25,8%	18,5%	40,6%	15,1%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	28,3%	22,6%	35,3%	13,8%	46,2%	20,7%	23,3%	9,7%	30,2%	18,8%	36,3%	14,7%
	<b>Feminin</b>	20,0%	23,8%	40,9%	15,3%	38,8%	24,3%	25,1%	11,8%	21,9%	18,2%	44,4%	15,5%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	30,5%	23,1%	33,6%	12,8%	49,9%	22,3%	20,2%	7,6%	33,2%	20,7%	34,1%	12,0%
	<b>30-65 de ani</b>	22,8%	25,8%	37,7%	13,7%	41,4%	23,7%	24,5%	10,3%	25,1%	17,7%	42,3%	14,8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	10,8%	14,2%	55,6%	19,3%	29,3%	19,1%	36,5%	15,2%	9,7%	12,0%	56,7%	21,6%
	<b>Medii generale, liceu</b>	13,8%	21,0%	47,2%	18,0%	37,2%	25,6%	27,5%	9,6%	20,4%	16,2%	47,4%	16,0%
	<b>Medii profesionale</b>	17,8%	27,3%	43,6%	11,2%	32,3%	28,4%	29,5%	9,8%	15,3%	21,9%	50,0%	12,9%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	40,7%	26,8%	20,8%	11,7%	57,2%	18,8%	13,6%	10,3%	42,8%	21,2%	23,3%	12,7%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	21,7%	24,5%	39,3%	14,5%	37,6%	23,1%	27,5%	11,8%	20,7%	17,0%	45,8%	16,5%
	<b>Rusă</b>	32,0%	18,8%	34,3%	14,9%	59,8%	20,8%	12,3%	7,1%	44,9%	23,8%	21,1%	10,2%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	11,3%	17,8%	53,2%	17,8%	25,9%	23,3%	36,9%	13,9%	8,3%	12,3%	59,5%	19,9%
	<b>Mediu</b>	19,7%	25,4%	41,3%	13,6%	42,1%	26,6%	22,9%	8,4%	24,4%	22,6%	41,3%	11,8%
	<b>Înalt</b>	40,8%	26,7%	20,2%	12,4%	59,0%	17,9%	13,1%	10,1%	44,8%	20,6%	20,9%	13,7%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	37,9%	22,6%	23,1%	16,3%	55,5%	18,7%	13,0%	12,8%	40,0%	20,3%	24,3%	15,4%
	<b>Rural</b>	12,7%	23,8%	50,3%	13,2%	31,8%	25,7%	33,3%	9,2%	14,5%	17,0%	53,6%	14,9%

**Tabelul 3. Ce înseamnă, în opinia Dvs., proprietate intelectuală?**

		Proprietatea intelectuală include drepturile (morale și materiale) persoanelor asupra bunurilor apărute ca rezultat al creației umane	Muncă intelectuală	Cunoștințele omului	Proprrietate	Propriile idei, neinfluențate de nimenei	Aface re intelectuală	Deschideri	Furt intelectual	Altceva	Nu știu
<b>Total:</b>		32,4%	,8%	2,7%	1,1%	1,2%	,7%	2,9%	,8%	,9%	56,5%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	36,2%	1,1%	2,1%	1,2%	1,1%	,8%	3,3%	,8%	,6%	52,8%
	<b>Feminin</b>	28,9%	,5%	3,1%	1,1%	1,4%	,6%	2,6%	,8%	1,2%	59,8%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	39,1%	,4%	2,0%	,7%	1,4%	,5%	3,2%	1,7%	,4%	50,6%
	<b>30-65 de ani</b>	31,5%	1,1%	3,2%	1,7%	1,4%	,7%	2,9%	,2%	1,4%	56,0%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	13,4%	,4%	,5%	2,0%	1,0%	,7%	1,0%	3,0%	1,1%	77,0%
	<b>Medii generale, liceu</b>	24,7%	,4%	1,9%	,8%	1,3%	,2%	2,8%		,1%	67,7%
	<b>Medii profesionale</b>	22,2%	1,5%	1,6%	1,0%	1,5%	1,8%	2,2%	,7%	1,0%	66,5%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	52,0%	,8%	4,8%	1,1%	1,1%	,4%	4,2%	,5%	1,3%	33,7%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	30,2%	,5%	2,7%	,9%	1,4%	,8%	2,9%	1,0%	1,0%	58,6%
	<b>Rusă</b>	40,2%	1,6%	2,6%	2,0%	,6%	,4%	2,9%		,7%	48,9%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	17,4%	,3%	,9%	1,1%	,6%	,2%	,7%	1,2%	1,3%	76,2%
	<b>Mediu</b>	28,3%	,9%	3,1%	1,7%	1,2%	1,1%	4,4%	1,2%	1,0%	57,1%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Înalt</b>	51,4%	1,1%	3,9%	,7%	1,9%	,8%	3,6%		,4%	36,2%
	<b>Urban</b>	48,0%	,8%	2,9%	1,1%	1,8%	,7%	4,7%		,4%	39,5%
	<b>Rural</b>	19,8%	,7%	2,5%	1,2%	,8%	,7%	1,5%	1,5%	1,3%	70,2%

**Tabelul 4. Cum credeți, sunt obiecte de proprietate intelectuală următoarele creații:**

		opere literare, artistice și științifice			interpretări ale artiștilor, interpreților, fonograme și înregistrări audiovizuale			emisiuni ale radiodifuziunii și televiziunii		
		Da	Nu	NŞ	Da	Nu	NŞ	Da	Nu	NŞ
<b>Total:</b>		63,7%	7,1%	29,2%	55,6%	13,5%	30,9%	50,3%	16,5%	33,2%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	64,4%	7,1%	28,5%	56,9%	14,8%	28,3%	50,6%	18,7%	30,6%
	<b>Feminin</b>	63,1%	7,0%	29,9%	54,4%	12,4%	33,2%	50,0%	14,5%	35,5%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	71,8%	6,5%	21,7%	61,3%	16,9%	21,8%	56,5%	18,0%	25,5%
	<b>30-65 de ani</b>	63,3%	7,0%	29,7%	57,2%	11,8%	31,0%	50,2%	16,0%	33,8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	41,3%	8,3%	50,4%	41,7%	9,9%	48,4%	35,3%	10,7%	54,0%
	<b>Medii generale, liceu</b>	56,3%	6,8%	36,9%	46,7%	15,3%	38,0%	45,8%	17,3%	36,9%
	<b>Medii profesionale</b>	56,7%	11,1%	32,2%	47,6%	17,1%	35,3%	46,2%	16,5%	37,3%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	83,1%	4,6%	12,4%	72,6%	12,0%	15,4%	62,5%	18,5%	19,1%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	62,9%	6,9%	30,3%	55,5%	12,8%	31,7%	49,7%	15,6%	34,7%
	<b>Rusă</b>	66,8%	7,8%	25,4%	55,8%	16,4%	27,8%	52,4%	19,7%	27,9%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	44,5%	9,7%	45,7%	41,4%	13,0%	45,7%	36,6%	14,9%	48,5%
	<b>Mediu</b>	68,0%	6,3%	25,7%	55,4%	15,7%	29,0%	51,7%	18,2%	30,1%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Înalt</b>	78,6%	5,2%	16,2%	70,0%	12,0%	18,0%	62,6%	16,4%	21,0%
	<b>Urban</b>	75,2%	6,7%	18,1%	63,1%	14,7%	22,2%	56,4%	19,3%	24,3%
	<b>Rural</b>	54,5%	7,4%	38,1%	49,5%	12,6%	37,8%	45,4%	14,3%	40,4%

**Tabelul 5. Cum credeți, sunt obiecte de proprietate intelectuală următoarele creații:**

		invenții în toate domeniile activității umane			descoperiri științifice			desene și modele industriale		
		Da	Nu	NŞ	Da	Nu	NŞ	Da	Nu	NŞ
<b>Total:</b>		63,4%	6,1%	30,5%	64,7%	6,2%	29,1%	57,0%	10,8%	32,2%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	64,7%	6,3%	29,0%	66,2%	7,0%	26,7%	57,8%	11,5%	30,7%
	<b>Feminin</b>	62,2%	6,0%	31,9%	63,4%	5,4%	31,2%	56,3%	10,1%	33,5%
<b>Grup de vîrstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	71,0%	7,2%	21,9%	73,3%	6,9%	19,9%	64,4%	11,7%	23,9%
	<b>30-65 de ani</b>	62,8%	6,0%	31,1%	63,5%	6,1%	30,4%	56,5%	10,6%	32,9%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	45,2%	7,3%	47,4%	43,8%	9,0%	47,2%	40,6%	8,5%	50,9%
	<b>Medii generale, liceu</b>	55,7%	6,7%	37,6%	55,2%	7,6%	37,2%	49,9%	12,3%	37,7%
	<b>Medii profesionale</b>	58,3%	6,2%	35,5%	61,2%	5,1%	33,6%	50,3%	10,7%	39,0%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	79,9%	5,0%	15,0%	83,1%	4,4%	12,5%	73,3%	10,7%	16,0%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	62,3%	5,8%	31,9%	63,5%	5,7%	30,9%	55,4%	10,8%	33,8%
	<b>Rusă</b>	67,5%	7,3%	25,3%	69,4%	8,0%	22,5%	63,3%	10,6%	26,1%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	48,0%	5,1%	46,9%	47,5%	6,7%	45,8%	40,0%	12,1%	47,9%
	<b>Mediu</b>	65,3%	7,3%	27,4%	67,1%	6,6%	26,3%	58,8%	11,9%	29,3%
	<b>Înalt</b>	76,8%	6,0%	17,2%	79,5%	5,3%	15,2%	72,3%	8,3%	19,3%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	73,0%	5,9%	21,1%	75,0%	6,7%	18,3%	67,5%	10,4%	22,1%
	<b>Rural</b>	55,7%	6,2%	38,1%	56,5%	5,7%	37,7%	48,7%	11,1%	40,2%

**Tabelul 6. Cum credeți, sunt obiecte de proprietate intelectuală următoarele creații:**

		mărci de produse și de servicii, denumiri comerciale			protecția împotriva concurenței neloiale		
		Da	Nu	N\$	Da	Nu	N\$
<b>Total:</b>		46,4%	19,5%	34,1%	31,0%	25,0%	44,1%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	47,1%	21,3%	31,6%	33,4%	25,1%	41,5%
	<b>Feminin</b>	45,8%	17,9%	36,4%	28,8%	24,9%	46,3%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	50,0%	23,8%	26,2%	33,0%	31,0%	36,0%
	<b>30-65 de ani</b>	46,8%	18,3%	34,8%	31,0%	23,2%	45,8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	31,9%	16,7%	51,4%	21,5%	20,0%	58,5%
	<b>Medii generale, liceu</b>	40,4%	18,2%	41,5%	28,4%	22,3%	49,3%
	<b>Medii profesionale</b>	42,8%	18,6%	38,6%	28,2%	19,9%	51,9%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	59,4%	22,2%	18,5%	38,6%	31,9%	29,5%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	46,0%	18,4%	35,6%	30,4%	23,1%	46,5%
	<b>Rusă</b>	47,9%	23,5%	28,6%	32,9%	31,9%	35,2%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	33,9%	15,9%	50,1%	23,2%	19,1%	57,7%
	<b>Mediu</b>	48,6%	20,8%	30,6%	33,7%	24,8%	41,5%
	<b>Înalt</b>	56,7%	21,7%	21,6%	36,0%	31,0%	33,0%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	51,0%	24,4%	24,6%	35,9%	31,9%	32,2%
	<b>Rural</b>	42,7%	15,6%	41,7%	27,0%	19,4%	53,6%

**Tabelul 7. Ce înseamnă, în opinia Dvs., noțiunea de contrafacere?**

		Nu este după GOST	Produse sub aceeași marcă, dar de calitate mai joasă	Furt de idei	Produs falsificat	Produs neoriginal	Produs neoriginal	Lucru manual	Aface re contracuiva	Aface re proprie	Contrabandă	Amăgirea populației	Altceva	Nu știu
<b>Total:</b>		,8%	6,5%	,7%	25,0%	4,1%	13,8%	,4%	1,6%	,8%	7,1%	1,0%	1,5%	36,5%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	1,1%	6,5%	1,1%	26,6%	3,2%	12,4%	,2%	2,0%	1,0%	7,3%	1,6%	1,1%	35,9%
	<b>Feminin</b>	,5%	6,4%	,4%	23,6%	5,0%	15,1%	,5%	1,3%	,8%	6,9%	,5%	1,9%	37,1%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	1,0%	8,5%	,8%	25,1%	3,5%	15,4%	,6%	1,8%	,5%	11,0%	,4%	1,8%	29,6%
	<b>30-65 de ani</b>	,9%	5,9%	,8%	26,4%	4,7%	14,5%	,2%	1,9%	1,0%	5,0%	1,0%	1,3%	36,5%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	,5%	,9%	,4%	19,6%	7,2%	9,2%		2,6%	,5%	4,7%			54,3%
	<b>Medii generale, liceu</b>	,7%	5,3%	,1%	21,7%	4,6%	13,8%	,7%	1,3%	1,8%	6,5%	2,4%	2,5%	38,5%
	<b>Medii profesionale</b>	,5%	5,5%		20,0%	2,8%	13,8%	,3%	1,7%		6,4%	1,2%	1,8%	46,0%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	1,3%	10,3%	1,8%	32,5%	3,1%	15,9%	,3%	1,4%	,7%	9,1%	,3%	1,3%	22,1%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	,8%	5,6%	,8%	21,4%	4,0%	12,9%	,1%	2,1%	1,1%	8,3%	,6%	1,7%	40,8%
	<b>Rusă</b>	1,0%	9,8%	,6%	38,3%	4,6%	17,4%	1,3%			2,9%	2,5%	,9%	20,7%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	,2%	1,3%		18,5%	3,6%	8,9%		1,7%	1,4%	5,2%	1,6%	1,9%	55,6%
	<b>Mediu</b>	,6%	6,3%	,8%	26,9%	5,4%	15,4%	,5%	2,5%	,9%	7,5%	1,0%	1,1%	31,1%
<b>Înalt</b>		1,7%	11,7%	1,5%	29,6%	3,3%	17,1%	,6%	,7%	,3%	8,6%	,4%	1,5%	22,9%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	1,4%	11,4%	1,4%	29,7%	3,0%	15,6%	,5%	1,0%	,2%	8,7%	1,0%	,9%	25,0%
	<b>Rural</b>	,3%	2,5%	,2%	21,2%	5,0%	12,4%	,3%	2,1%	1,4%	5,9%	1,0%	2,0%	45,8%

**Tabelul 8. Ce înseamnă, în opinia Dvs., noțiunea de piraterie?**

		Pirații care jefuiesc corăbiile	Produse ilegale/contrabandă	Se copie /se fură produsul original	Fals	Banditișm/răpire/furt /trafic	Vânzarea produselor neoriginale /necalitative	A fură creația ideea/produsul altcuiva	Descărcarea din Internet (filme, muzică etc.)	Încălcarea legii	Altceva	Nu știu
<b>Total:</b>		1,4%	4,4%	3,8%	4,2%	8,6%	3,3%	5,6%	5,3%	1,0%	,5%	62,1%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	1,1%	5,6%	4,5%	5,4%	9,5%	3,2%	6,8%	6,0%	,8%	,8%	56,2%
	<b>Feminin</b>	1,6%	3,4%	3,1%	3,1%	7,8%	3,3%	4,5%	4,7%	1,1%	,1%	67,3%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	,1%	4,8%	6,0%	6,3%	6,8%	5,3%	7,0%	8,4%	,8%	,8%	53,7%
	<b>30-65 de ani</b>	1,7%	4,3%	4,1%	3,5%	9,6%	2,8%	4,7%	4,4%	,9%	,3%	63,8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	2,2%	2,0%	1,4%	5,1%	3,1%	1,4%	1,2%	1,3%	,8%		81,3%
	<b>Medii generale, liceu</b>	,9%	6,1%	3,0%	2,2%	8,8%	4,5%	1,8%	4,1%	,6%		67,9%
	<b>Medii profesionale</b>	1,4%	4,5%	1,6%	3,3%	4,8%	1,8%	3,6%	3,3%		,5%	75,3%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	1,3%	4,1%	6,6%	5,7%	12,9%	3,9%	11,4%	9,1%	1,8%	1,0%	42,1%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	,6%	4,0%	3,3%	4,1%	5,9%	2,6%	4,8%	4,8%	,5%	,5%	68,7%
	<b>Rusă</b>	4,0%	5,8%	5,6%	4,5%	18,4%	5,6%	8,5%	7,2%	2,5%	,5%	37,5%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	1,0%	2,0%	2,0%	3,0%	3,8%	1,0%	,3%	1,2%	,2%	,1%	85,4%
	<b>Mediu</b>	1,8%	6,4%	2,5%	5,5%	9,4%	3,9%	5,1%	3,5%	,8%	,5%	60,5%
	<b>Înalt</b>	1,2%	4,8%	6,9%	4,0%	12,6%	4,9%	11,3%	11,2%	1,9%	,8%	40,3%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	1,4%	3,7%	5,0%	4,1%	14,5%	5,4%	10,6%	8,1%	1,6%	,7%	44,8%
	<b>Rural</b>	1,3%	5,0%	2,9%	4,2%	3,9%	1,6%	1,5%	3,1%	,4%	,3%	75,9%

**Tabelul 9. În opinia Dvs., sunt încălcate sau nu drepturile de proprietate intelectuală?**

		Un utilizator și-a instalat pe calculator un program pe care l-a scos din Internet					Un cântăreț cântă la nunți un cântec fără acordul autorului acestei lucrări				
		Da, sigur	Probabil da	Probabil nu	Sigur nu	Nu stiu	Da, sigur	Probabil da	Probabil nu	Sigur nu	Nu stiu
<b>Total:</b>		34,4%	20,1%	22,8%	8,9%	13,8%	47,1%	22,0%	18,1%	5,3%	7,5%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	38,3%	18,0%	22,0%	8,8%	12,8%	48,9%	20,2%	18,6%	5,4%	6,9%
	<b>Feminin</b>	30,9%	21,9%	23,5%	9,0%	14,6%	45,6%	23,5%	17,7%	5,3%	8,0%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	39,2%	18,4%	26,1%	12,3%	4,0%	54,2%	18,7%	19,7%	5,9%	1,5%
	<b>30-65 de ani</b>	33,3%	21,4%	22,4%	7,8%	15,1%	46,1%	23,4%	18,1%	5,0%	7,4%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	24,4%	19,1%	24,6%	10,3%	21,6%	35,0%	25,4%	18,0%	7,7%	13,8%
	<b>Medii generale, liceu</b>	28,5%	20,3%	24,9%	9,5%	16,9%	44,4%	22,3%	19,7%	5,2%	8,4%
	<b>Medii profesionale</b>	27,7%	21,2%	28,6%	5,8%	16,8%	38,9%	26,3%	23,8%	2,9%	8,2%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	46,9%	19,7%	17,5%	9,5%	6,4%	59,0%	17,9%	13,9%	5,6%	3,6%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	32,6%	20,7%	23,1%	9,2%	14,3%	47,3%	21,9%	17,7%	4,9%	8,1%
	<b>Rusă</b>	41,2%	17,7%	21,7%	7,6%	11,7%	46,4%	22,0%	19,5%	6,7%	5,4%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	19,8%	23,1%	24,4%	6,8%	25,8%	32,8%	27,3%	19,1%	4,1%	16,8%
	<b>Mediu</b>	35,5%	18,6%	23,0%	12,0%	10,9%	48,4%	21,8%	19,8%	6,5%	3,4%
	<b>Înalt</b>	48,0%	18,5%	21,0%	7,8%	4,7%	60,3%	16,7%	15,3%	5,4%	2,3%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	41,9%	19,3%	23,0%	8,5%	7,2%	52,8%	20,4%	19,2%	4,9%	2,6%
	<b>Rural</b>	28,4%	20,7%	22,6%	9,2%	19,1%	42,6%	23,2%	17,2%	5,6%	11,4%

**Tabelul 10. În opinia Dvs., sunt încălcate sau nu drepturile de proprietate intelectuală?**

		O firmă utilizează în spotul său publicitar o fotografie fără consimțământul autorului acesteia					Într-un teatru este pus în scenă un spectacol fără a se indica numele autorului piesei				
		Da, sigur	Probabi l da	Probabi l nu	Sigur nu	Nu știu	Da, sigur	Probabi l da	Probabi l nu	Sigur nu	Nu știu
<b>Total:</b>		54,1%	24,9%	10,5%	2,2%	8,3%	53,3%	24,2%	11,4%	2,4%	8,7%
<b>Gen:</b>	<b>Masculin</b>	57,0%	22,4%	9,8%	3,1%	7,8%	53,7%	23,3%	12,0%	3,1%	7,9%
	<b>Feminin</b>	51,6%	27,2%	11,1%	1,4%	8,7%	53,0%	25,0%	10,9%	1,8%	9,4%
<b>Grup de vîrstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	60,1%	25,0%	9,9%	3,0%	1,9%	57,5%	25,9%	10,2%	4,3%	2,0%
	<b>30-65 de ani</b>	53,9%	24,5%	11,0%	2,0%	8,6%	53,8%	23,1%	12,2%	1,5%	9,4%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	43,7%	25,8%	13,1%	4,5%	12,9%	35,6%	31,2%	13,5%	3,7%	16,0%
	<b>Medii generale, liceu</b>	51,1%	26,9%	10,9%	2,0%	9,2%	50,3%	24,3%	12,7%	2,5%	10,2%
	<b>Medii profesionale</b>	42,2%	29,5%	16,8%	2,0%	9,6%	43,5%	29,9%	15,2%	2,2%	9,2%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	67,4%	20,6%	5,6%	1,5%	4,9%	68,7%	18,0%	7,6%	1,8%	4,0%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	53,0%	25,7%	10,7%	2,1%	8,5%	51,8%	24,9%	11,7%	2,5%	9,2%
	<b>Rusă</b>	58,4%	21,8%	9,7%	2,4%	7,6%	58,9%	21,6%	10,6%	2,0%	6,8%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	40,5%	26,7%	13,6%	2,5%	16,6%	37,7%	27,8%	13,7%	2,5%	18,2%
	<b>Mediu</b>	55,2%	26,9%	11,2%	1,9%	4,8%	53,2%	28,5%	11,2%	2,4%	4,8%
	<b>Înalts</b>	66,7%	21,0%	6,6%	2,2%	3,4%	69,0%	16,3%	9,5%	2,2%	3,0%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	61,5%	22,4%	10,2%	1,6%	4,3%	61,8%	20,1%	12,7%	2,2%	3,1%
	<b>Rural</b>	48,3%	26,9%	10,6%	2,7%	11,5%	46,5%	27,4%	10,4%	2,6%	13,1%

**Tabelul 11. În opinia Dvs., sunt încălcate sau nu drepturile de proprietate intelectuală?**

		Un producător produce și comercializează bere sub denumirea unui alt mare producător de bere, fără a avea consimțământul acestuia					Cineva privește acasă la calculator un film descărcat din Internet, care a apărut recent pe ecranele cinematografelor				
		Da, sigur	Probabi l da	Probabi l nu	Sigur nu	Nu știu	Da, sigur	Probabi l da	Probabi l nu	Sigur nu	Nu știu
<b>Total:</b>		59,7%	20,4%	10,3%	2,4%	7,3%	27,7%	22,3%	26,9%	12,1%	11,0%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	61,6%	19,1%	9,6%	2,6%	7,1%	30,7%	21,7%	27,9%	10,4%	9,3%
	<b>Feminin</b>	58,0%	21,5%	10,9%	2,1%	7,5%	24,9%	22,9%	26,1%	13,6%	12,5%
<b>Grup de vîrstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	67,0%	18,1%	10,8%	3,0%	1,2%	30,3%	24,2%	28,6%	13,9%	3,0%
	<b>30-65 de ani</b>	58,9%	21,1%	10,2%	2,0%	7,8%	25,5%	22,8%	27,4%	12,5%	11,9%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	46,3%	29,5%	8,4%	2,1%	13,8%	21,3%	20,5%	28,8%	12,5%	16,9%
	<b>Medii generale, liceu</b>	54,1%	25,2%	10,3%	1,8%	8,5%	24,4%	23,5%	27,8%	11,6%	12,6%
	<b>Medii profesionale</b>	49,6%	22,2%	18,2%	2,1%	8,0%	15,4%	25,6%	34,5%	11,5%	12,9%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	75,1%	11,7%	7,0%	3,0%	3,1%	39,4%	20,5%	21,5%	12,5%	6,1%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	59,1%	20,8%	10,5%	2,0%	7,7%	26,2%	22,9%	26,5%	12,8%	11,5%
	<b>Rusă</b>	61,8%	19,0%	9,5%	3,9%	5,9%	33,0%	20,2%	28,5%	9,2%	9,1%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	42,8%	26,8%	12,0%	1,9%	16,4%	16,0%	23,9%	30,8%	7,5%	21,8%
	<b>Mediu</b>	60,6%	23,0%	10,4%	2,5%	3,6%	29,1%	22,3%	25,1%	16,4%	7,0%
	<b>Înalts</b>	75,5%	11,3%	8,5%	2,7%	2,0%	37,8%	20,8%	25,0%	12,3%	4,1%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	68,3%	14,8%	11,9%	3,0%	2,1%	34,8%	21,4%	28,1%	10,8%	4,9%
	<b>Rural</b>	52,7%	24,8%	9,0%	1,9%	11,5%	22,0%	23,1%	26,0%	13,1%	15,9%

**Tabelul 12. În opinia Dvs., sunt încălcate sau nu drepturile de proprietate intelectuală?**

		Un muzicant interpretează o piesă muzicală în public, melodia căreia seamănă foarte mult cu melodia unui alt interpret					Într-un videoclip este vizibil scenariul altui videoclip, produs și interpretat de altcineva				
		Da, sigur	Probabi l da	Probabi l nu	Sigur nu	Nu știu	Da, sigur	Probabi l da	Probabi l nu	Sigur nu	Nu știu
<b>Total:</b>		31,7%	24,3%	27,9%	8,2%	8,0%	32,3%	29,6%	20,6%	7,6%	9,9%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	31,8%	21,3%	31,6%	8,5%	6,8%	32,8%	28,6%	21,8%	8,3%	8,5%
	<b>Feminin</b>	31,6%	27,0%	24,6%	7,9%	9,0%	31,9%	30,5%	19,6%	6,9%	11,1%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	34,6%	22,6%	31,5%	9,9%	1,5%	35,7%	32,8%	21,0%	8,2%	2,3%
	<b>30-65 de ani</b>	31,3%	25,5%	26,9%	7,9%	8,4%	31,3%	30,1%	20,4%	7,5%	10,8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	22,7%	30,9%	21,3%	10,2%	14,8%	20,0%	32,2%	22,7%	9,9%	15,2%
	<b>Medii generale, liceu</b>	29,9%	25,6%	26,9%	8,0%	9,6%	28,7%	31,5%	20,0%	8,9%	10,8%
	<b>Medii profesionale</b>	21,3%	26,8%	38,9%	5,0%	7,9%	21,6%	33,7%	31,3%	2,6%	10,9%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	42,4%	19,0%	25,7%	9,2%	3,7%	46,1%	24,9%	14,6%	8,1%	6,3%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	31,0%	25,2%	28,0%	7,7%	8,1%	31,4%	30,3%	20,8%	7,3%	10,2%
	<b>Rusă</b>	34,1%	20,9%	27,5%	10,1%	7,3%	35,7%	27,1%	20,0%	8,6%	8,7%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	20,2%	30,9%	25,8%	6,4%	16,6%	18,5%	30,2%	25,0%	6,6%	19,7%
	<b>Mediu</b>	34,4%	25,0%	25,4%	10,6%	4,6%	33,7%	29,4%	22,0%	8,7%	6,2%
	<b>Înalt</b>	40,4%	16,9%	32,4%	7,6%	2,7%	44,7%	29,2%	14,9%	7,3%	3,8%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	38,6%	17,9%	32,7%	8,0%	2,7%	42,3%	25,5%	20,6%	7,1%	4,6%
	<b>Rural</b>	26,1%	29,3%	24,0%	8,4%	12,2%	24,3%	32,9%	20,7%	7,9%	14,2%

**Tabelul 13. Considerați că ar fi corect ca persoanele care cântă piesele altor artiști la nunți, cumetrii și diverse festivități să le achite acestora plata cuvenită?**

		Da	Nu	Nu știu
<b>Total:</b>		49,6%	35,1%	15,3%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	51,2%	35,3%	13,5%
	<b>Feminin</b>	48,2%	34,9%	16,9%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	50,0%	34,7%	15,4%
	<b>30-65 de ani</b>	48,2%	36,5%	15,2%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	42,1%	38,8%	19,1%
	<b>Medii generale, liceu</b>	50,3%	34,6%	15,1%
	<b>Medii profesionale</b>	40,2%	44,6%	15,3%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	57,4%	28,8%	13,8%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	50,6%	35,0%	14,4%
	<b>Rusă</b>	45,9%	35,3%	18,8%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	42,8%	36,7%	20,5%
	<b>Mediu</b>	50,8%	36,7%	12,4%
	<b>Înalt</b>	55,2%	31,8%	13,0%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	52,5%	32,7%	14,8%
	<b>Rural</b>	47,3%	37,0%	15,7%

**Tabelul 14. Spuneți-mi, vă rog, la ce acordați atenție atunci când doriți să vă asigurați de originalitatea produselor?**

		Marca sub care se comercializează produsul	Marcajul de control, accizul	Producătorul produsului	Tara de proveniență a produsului	Componența produsului	Prețul acestui produs	Locul procurării produsului	Termenul de valabilitate	Ambalajul produsului	Altceva	Nu știu
<b>Total:</b>		24,0%	15,2%	33,5%	20,5%	36,4%	45,2%	19,8%	63,1%	19,5%	3,2%	2,1%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	26,6%	16,3%	34,3%	23,9%	33,1%	46,3%	18,9%	57,5%	18,4%	4,1%	2,4%
	<b>Feminin</b>	21,7%	14,2%	32,8%	17,5%	39,4%	44,3%	20,6%	68,1%	20,5%	2,3%	1,9%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	33,2%	17,5%	37,6%	25,5%	37,0%	41,4%	19,4%	61,2%	17,2%	2,3%	,5%
	<b>30-65 de ani</b>	20,1%	14,3%	32,0%	19,4%	37,6%	46,2%	20,2%	67,0%	19,1%	3,8%	2,0%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	18,0%	8,8%	25,3%	12,1%	29,7%	47,6%	18,8%	67,3%	24,6%	5,4%	6,4%
	<b>Medii generale, liceu</b>	22,7%	16,2%	29,6%	20,3%	34,4%	48,1%	18,0%	62,3%	21,6%	4,0%	1,5%
	<b>Medii profesionale</b>	18,0%	12,1%	31,3%	16,2%	42,7%	53,9%	21,1%	69,9%	15,1%	1,9%	2,7%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	30,9%	18,9%	41,3%	26,8%	37,5%	37,4%	20,9%	58,2%	18,0%	2,2%	,3%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	23,3%	13,6%	32,6%	19,2%	36,6%	45,6%	20,4%	64,0%	20,5%	3,2%	2,4%
	<b>Rusă</b>	26,8%	21,0%	37,0%	25,6%	35,8%	43,8%	17,7%	59,9%	15,7%	3,0%	1,1%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	14,7%	9,6%	26,6%	12,4%	32,2%	51,5%	19,0%	67,8%	25,7%	4,0%	4,2%
	<b>Mediu</b>	27,4%	15,2%	32,5%	21,5%	37,3%	43,6%	17,8%	65,6%	19,4%	4,4%	2,0%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Înalt</b>	29,9%	20,8%	41,4%	27,7%	39,7%	40,5%	22,5%	55,9%	13,4%	1,1%	,2%
	<b>Urban</b>	29,4%	20,7%	39,0%	27,4%	36,0%	43,9%	23,9%	55,3%	13,7%	1,3%	,9%
	<b>Rural</b>	19,7%	10,8%	29,1%	15,0%	36,7%	46,3%	16,5%	69,3%	24,2%	4,6%	3,1%

**Tabelul 15. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiați să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați?**

		Produse alimentare						Produse alcoolice					
		Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu	Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu
<b>Total:</b>		34,2%	33,3%	16,6%	7,3%	8,2%	0,4%	12,0%	22,8%	18,6%	13,1%	29,5%	3,9%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	30,0%	35,3%	19,1%	6,2%	8,9%	0,5%	13,3%	29,5%	19,9%	10,7%	23,7%	2,9%
	<b>Feminin</b>	37,9%	31,6%	14,4%	8,2%	7,6%	0,2%	10,9%	16,9%	17,5%	15,3%	34,6%	4,8%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	42,8%	36,2%	14,1%	3,1%	3,8%		14,5%	25,1%	20,2%	12,1%	25,6%	2,4%
	<b>30-65 de ani</b>	34,2%	33,1%	15,4%	8,6%	8,4%	0,3%	12,7%	24,7%	17,2%	12,9%	28,9%	3,6%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	24,6%	27,6%	15,2%	15,2%	16,2%	1,2%	7,9%	19,4%	11,5%	17,0%	39,1%	5,0%
	<b>Medii generale, liceu</b>	33,9%	32,3%	18,2%	5,0%	10,2%	0,4%	12,6%	18,2%	19,9%	13,7%	29,6%	5,9%
	<b>Medii profesionale</b>	31,4%	38,6%	17,0%	7,7%	5,3%		6,3%	23,8%	24,0%	13,3%	29,6%	2,9%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	40,1%	34,0%	15,9%	5,2%	4,7%	0,2%	16,4%	27,4%	17,9%	10,9%	25,1%	2,4%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	33,7%	35,0%	16,5%	6,2%	8,1%	0,4%	12,7%	23,4%	18,9%	12,5%	28,5%	3,9%
	<b>Rusă</b>	35,9%	27,2%	16,9%	11,0%	8,6%	0,3%	9,4%	20,7%	17,4%	15,5%	33,0%	4,0%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	24,7%	31,2%	18,9%	10,6%	13,7%	0,9%	7,7%	17,9%	20,8%	13,0%	33,1%	7,5%
	<b>Mediu</b>	36,0%	32,5%	16,9%	7,6%	6,8%	0,2%	12,2%	20,7%	17,4%	13,7%	33,8%	2,2%
	<b>Înalt</b>	41,9%	36,4%	14,0%	3,7%	4,1%		16,1%	30,0%	17,5%	12,7%	21,6%	2,0%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	37,1%	34,7%	15,3%	5,6%	7,2%	0,2%	12,6%	25,1%	18,2%	14,3%	27,7%	2,1%
	<b>Rural</b>	31,9%	32,3%	17,7%	8,6%	9,0%	0,5%	11,5%	21,1%	18,9%	12,2%	30,9%	5,4%

**Tabel 16. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiți să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați?**

		Tigări						Ceai, cafea					
		Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu	Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu
<b>Total:</b>		5,2%	10,9%	14,4%	9,6%	49,7%	10,2%	16,6%	28,5%	18,9%	11,1%	23,3%	1,5%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	7,3%	15,4%	17,9%	9,6%	42,3%	7,5%	15,4%	31,4%	20,2%	10,4%	20,9%	1,6%
	<b>Feminin</b>	3,3%	6,9%	11,3%	9,5%	56,4%	12,6%	17,7%	25,9%	17,7%	11,8%	25,5%	1,4%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	6,5%	11,1%	18,0%	10,2%	46,3%	8,0%	19,3%	33,6%	20,0%	9,0%	17,6%	0,5%
	<b>30-65 de ani</b>	5,4%	13,0%	13,7%	9,0%	49,0%	9,9%	17,4%	29,0%	19,0%	10,9%	22,3%	1,4%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	2,3%	7,4%	8,6%	9,7%	61,9%	10,1%	9,8%	16,2%	17,4%	16,3%	36,7%	3,5%
	<b>Medii generale, liceu</b>	5,3%	9,1%	16,1%	8,5%	47,9%	13,1%	15,7%	26,4%	19,8%	9,3%	27,5%	1,3%
	<b>Medii profesionale</b>	3,8%	11,3%	18,9%	11,9%	43,5%	10,6%	14,1%	27,7%	22,4%	15,2%	18,9%	1,8%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	7,2%	13,6%	13,4%	9,1%	48,9%	7,7%	21,6%	36,0%	17,1%	8,1%	16,6%	0,6%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	5,4%	11,7%	13,4%	9,5%	49,7%	10,2%	16,8%	28,9%	19,0%	11,1%	22,6%	1,7%
	<b>Rusă</b>	4,3%	7,8%	18,2%	9,8%	49,8%	10,0%	16,0%	27,0%	18,6%	11,4%	26,1%	0,9%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	1,7%	8,0%	14,7%	9,9%	51,9%	13,8%	9,3%	19,3%	21,1%	14,6%	33,1%	2,6%
	<b>Mediu</b>	5,4%	11,9%	15,4%	10,3%	48,2%	8,8%	18,8%	27,1%	19,5%	12,2%	21,4%	1,1%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Înalt</b>	8,4%	12,9%	13,2%	8,4%	49,1%	8,0%	21,7%	39,1%	16,1%	6,6%	15,5%	0,9%
	<b>Urban</b>	7,1%	12,0%	14,6%	9,3%	49,8%	7,2%	18,6%	33,9%	17,3%	8,9%	20,3%	1,0%
	<b>Rural</b>	3,7%	10,1%	14,3%	9,8%	49,6%	12,5%	15,0%	24,2%	20,2%	12,9%	25,8%	2,0%

**Tabelul 17. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiați să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați?**

		Îmbrăcăminte, încălțăminte						CD/DVD cu muzică					
		Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu	Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu
<b>Total:</b>		15,2%	28,8%	20,7%	11,5%	22,2%	1,6%	6,6%	11,0%	14,5%	11,1%	46,8%	10,1%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	15,9%	29,6%	22,0%	10,1%	20,8%	1,4%	8,0%	15,1%	16,7%	11,0%	40,0%	9,3%
	<b>Feminin</b>	14,6%	28,1%	19,4%	12,8%	23,3%	1,7%	5,3%	7,3%	12,7%	11,1%	52,9%	10,7%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	20,9%	31,0%	20,6%	11,4%	15,7%	0,5%	10,3%	15,1%	21,7%	11,7%	37,0%	4,1%
	<b>30-65 de ani</b>	14,7%	32,0%	19,2%	11,3%	21,0%	1,7%	5,8%	10,6%	11,8%	11,2%	48,4%	12,3%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	6,8%	18,3%	22,2%	15,2%	35,0%	2,5%	1,7%	4,2%	11,2%	7,0%	64,6%	11,4%
	<b>Medii generale, liceu</b>	15,4%	26,0%	17,4%	12,7%	27,4%	1,1%	5,2%	9,9%	11,7%	12,8%	48,5%	12,1%
	<b>Medii profesionale</b>	10,9%	35,0%	25,0%	9,9%	16,3%	2,9%	5,0%	7,5%	18,4%	14,4%	44,1%	10,6%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	21,2%	32,4%	20,1%	9,9%	15,5%	0,8%	10,6%	16,7%	16,2%	9,8%	39,0%	7,6%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	15,2%	30,0%	21,3%	10,8%	20,8%	1,8%	7,1%	10,2%	15,6%	12,2%	44,9%	10,0%
	<b>Rusă</b>	15,2%	24,5%	18,3%	14,1%	27,1%	0,8%	4,6%	13,8%	10,8%	6,9%	53,7%	10,1%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	5,9%	21,2%	24,6%	14,1%	30,6%	3,6%	1,4%	4,0%	11,1%	9,1%	57,8%	16,7%
	<b>Mediu</b>	17,4%	28,3%	21,7%	12,1%	19,5%	1,0%	7,1%	11,0%	15,9%	10,9%	46,0%	9,0%
	<b>Înalt</b>	22,4%	37,0%	15,7%	8,4%	16,3%	0,2%	11,2%	18,0%	16,6%	13,2%	36,5%	4,5%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	19,6%	29,9%	17,7%	9,7%	22,6%	0,5%	9,2%	14,5%	16,7%	10,5%	43,1%	6,1%
	<b>Rural</b>	11,7%	28,0%	23,0%	13,0%	21,8%	2,5%	4,5%	8,2%	12,8%	11,6%	49,7%	13,3%

**Tabelul 18. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiați să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați?**

		CD/DVD cu filme						Medicamente					
		Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu	Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu
<b>Total:</b>		6,5%	10,8%	14,7%	11,1%	46,3%	10,6%	32,0%	29,3%	13,2%	8,8%	15,3%	1,5%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	7,8%	14,9%	17,1%	10,4%	39,8%	9,9%	26,7%	30,0%	15,0%	9,2%	17,6%	1,6%
	<b>Feminin</b>	5,3%	7,2%	12,5%	11,7%	52,0%	11,3%	36,7%	28,8%	11,6%	8,4%	13,2%	1,3%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	10,1%	14,8%	21,4%	12,8%	36,1%	4,8%	37,2%	31,0%	12,8%	8,6%	10,2%	0,2%
	<b>30-65 de ani</b>	5,7%	10,4%	12,2%	10,9%	48,0%	12,8%	31,7%	30,1%	12,6%	8,3%	15,5%	1,8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	1,7%	5,1%	9,8%	7,2%	64,0%	12,2%	16,6%	26,1%	16,5%	13,5%	24,5%	2,7%
	<b>Medii generale, liceu</b>	4,7%	9,3%	12,3%	12,4%	48,2%	13,1%	33,1%	30,3%	11,5%	6,6%	17,2%	1,4%
	<b>Medii profesionale</b>	5,0%	8,4%	18,0%	14,3%	44,1%	10,2%	30,7%	30,9%	16,5%	8,0%	12,4%	1,4%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	10,8%	15,8%	16,8%	10,3%	38,0%	8,3%	38,7%	29,3%	11,2%	8,7%	11,2%	1,0%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	7,1%	10,3%	15,4%	12,1%	44,4%	10,8%	30,5%	30,6%	13,6%	9,3%	14,5%	1,6%
	<b>Rusă</b>	4,3%	12,8%	11,7%	7,6%	53,4%	10,2%	37,6%	24,5%	11,8%	6,9%	18,1%	1,0%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	0,8%	4,9%	10,3%	9,0%	58,1%	17,0%	21,4%	28,8%	15,9%	10,7%	20,9%	2,4%
	<b>Mediu</b>	7,3%	10,4%	16,8%	11,1%	44,5%	10,0%	33,9%	29,1%	11,8%	9,6%	14,2%	1,4%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Înalt</b>	11,4%	17,2%	16,9%	13,3%	36,3%	4,9%	40,6%	30,2%	11,8%	6,0%	10,8%	0,6%
	<b>Urban</b>	9,3%	13,6%	17,6%	10,6%	42,5%	6,3%	38,2%	27,9%	11,2%	8,3%	13,6%	0,8%
	<b>Rural</b>	4,3%	8,6%	12,3%	11,5%	49,3%	14,1%	27,0%	30,5%	14,7%	9,1%	16,6%	2,0%

**Tabelul 19. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiați să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați?**

		Bijuterii						Parfumuri de lux					
		Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu	Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu
<b>Total:</b>		10,9%	12,6%	13,2%	13,1%	41,7%	8,4%	12,5%	15,4%	12,6%	13,2%	38,4%	8,0%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	11,0%	13,8%	13,7%	12,8%	39,4%	9,1%	12,1%	16,6%	13,5%	13,5%	35,7%	8,6%
	<b>Feminin</b>	10,8%	11,4%	12,8%	13,4%	43,8%	7,8%	12,8%	14,4%	11,7%	13,0%	40,8%	7,3%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	16,6%	15,6%	17,2%	15,3%	33,4%	1,9%	19,0%	22,2%	15,8%	14,0%	27,5%	1,5%
	<b>30-65 de ani</b>	10,2%	12,0%	12,0%	12,3%	43,0%	10,5%	11,6%	13,6%	11,2%	13,9%	39,7%	10,0%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	3,5%	6,8%	9,3%	13,1%	59,6%	7,8%	4,3%	5,7%	9,3%	14,7%	58,2%	7,9%
	<b>Medii generale, liceu</b>	11,8%	10,1%	11,7%	12,4%	44,4%	9,7%	11,2%	13,3%	10,9%	14,6%	40,2%	9,8%
	<b>Medii profesionale</b>	11,0%	9,9%	13,6%	15,4%	38,8%	11,3%	8,1%	13,3%	14,0%	12,6%	42,6%	9,3%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	13,5%	18,4%	16,0%	12,5%	33,3%	6,2%	19,4%	22,4%	14,6%	11,8%	25,9%	5,9%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	11,0%	12,6%	14,0%	13,5%	40,7%	8,3%	12,8%	15,3%	12,8%	13,9%	37,7%	7,5%
	<b>Rusă</b>	10,7%	12,4%	10,5%	11,8%	45,8%	8,9%	11,2%	15,9%	11,7%	10,7%	40,6%	9,8%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	3,2%	8,2%	12,4%	10,7%	50,9%	14,7%	2,4%	7,2%	12,0%	11,7%	52,5%	14,2%
	<b>Mediu</b>	12,1%	10,4%	13,2%	16,1%	42,2%	6,0%	13,1%	14,0%	14,5%	14,9%	38,1%	5,5%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Înalt</b>	17,5%	19,2%	14,1%	12,5%	32,2%	4,6%	22,0%	25,1%	11,2%	13,0%	24,5%	4,3%
	<b>Urban</b>	14,2%	16,4%	13,6%	11,6%	38,9%	5,2%	17,7%	20,9%	11,4%	11,9%	33,0%	5,1%
	<b>Rural</b>	8,3%	9,5%	12,9%	14,3%	44,0%	11,0%	8,2%	11,0%	13,5%	14,2%	42,7%	10,3%

**Tabelul 20. Spuneți-mi, vă rog, cât de des obișnuiați să verificați dacă produsul este original atunci când îl procurați?**

		Detergenți					
		Foarte des	Des	Rar	Foarte rar	Niciodată	Nu știu
<b>Total:</b>		13,5%	24,4%	20,9%	12,8%	26,0%	2,4%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	10,4%	24,9%	22,8%	11,9%	27,0%	3,0%
	<b>Feminin</b>	16,2%	24,1%	19,1%	13,6%	25,1%	1,9%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	16,3%	29,9%	22,3%	11,9%	18,6%	1,0%
	<b>30-65 de ani</b>	14,0%	24,9%	20,0%	12,8%	25,7%	2,7%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	7,3%	14,6%	18,8%	15,0%	41,2%	3,0%
	<b>Medii generale, liceu</b>	15,5%	20,7%	18,5%	13,4%	30,4%	1,6%
	<b>Medii profesionale</b>	9,3%	26,2%	28,2%	12,1%	21,7%	2,5%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	16,9%	30,8%	19,7%	11,9%	18,1%	2,7%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	13,7%	23,6%	21,6%	13,1%	25,5%	2,5%
	<b>Rusă</b>	12,6%	27,5%	18,3%	11,9%	27,6%	2,0%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	6,7%	16,3%	22,8%	14,7%	36,0%	3,5%
	<b>Mediu</b>	14,5%	22,0%	20,9%	15,5%	25,0%	2,1%
	<b>Înalt</b>	19,2%	35,1%	18,9%	8,2%	16,9%	1,7%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	16,2%	30,1%	19,3%	8,8%	24,2%	1,4%
	<b>Rural</b>	11,3%	19,9%	22,1%	16,0%	27,4%	3,2%

## PERCEPȚIA NIVELULUI DE PROTECȚIE A PROPRIETĂȚII INTELECTUALE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

**Tabelul 21. În ce măsură credeți că în Republica Moldova sunt încălcate drepturile de proprietate intelectuală?**

		În mare măsură, este un fenomen foarte răspândit	În mică măsură	Deloc	Nu știu
<b>Total:</b>		69,2%	11,7%	2,4%	16,7%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	71,7%	12,3%	2,5%	13,5%
	<b>Feminin</b>	66,9%	11,1%	2,3%	19,6%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	75,5%	12,5%	1,5%	10,5%
	<b>30-65 de ani</b>	70,0%	11,3%	2,4%	16,3%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	57,2%	7,8%	4,3%	30,7%
	<b>Medii generale, liceu</b>	66,4%	12,5%	2,9%	18,2%
	<b>Medii profesionale</b>	66,9%	12,0%	2,2%	18,9%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	77,8%	12,6%	1,3%	8,2%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	70,4%	10,9%	2,0%	16,7%
	<b>Rusă</b>	64,7%	14,6%	4,1%	16,6%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	57,5%	11,0%	3,1%	28,4%
	<b>Mediu</b>	70,1%	14,3%	2,8%	12,8%
	<b>Înalt</b>	79,9%	9,8%	1,3%	8,9%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	75,3%	11,0%	2,2%	11,5%
	<b>Rural</b>	64,3%	12,2%	2,6%	20,9%

**Tabelul 22. Combaterea fenomenului de încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală:**

		În ce măsură statul se implică în combaterea fenomenului de încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală?					În opinia Dvs., în ce măsură consumatorii (populația) RM se implică în combaterea fenomenului de încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală?				
		În mare măsură, statul reușește cu succes să combată fenomenul	Într-o oarecare măsură, statul se implică activ, însă fenomenul nu este complet combătut	În mică măsură, statul se implică puțin	Deloc, statul nu se implică în combaterea fenomenei lui	Nu știu	În mare măsură, populația este informată permanent și consumatorii sunt activi	Într-o oarecare măsură, consumatorul se implică activ, însă fenomenul nu este complet combătut	În mică măsură, consumatorul se implică puțin	Deloc, consumatorul nu se implică în combaterea fenomenei lui	Nu știu
<b>Total:</b>		3,9%	15,8%	27,2%	38,3%	14,8%	3,1%	16,5%	28,3%	38,5%	13,6%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	3,5%	15,1%	27,6%	42,9%	10,9%	3,2%	14,1%	30,0%	42,3%	10,4%
	<b>Feminin</b>	4,3%	16,5%	26,8%	34,1%	18,3%	3,1%	18,6%	26,7%	35,1%	16,4%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	5,5%	19,6%	32,4%	32,9%	9,6%	4,4%	21,8%	30,2%	34,4%	9,3%
	<b>30-65 de ani</b>	3,7%	14,5%	25,5%	41,4%	14,9%	3,1%	14,7%	28,2%	40,4%	13,5%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	2,8%	17,3%	18,8%	33,0%	28,1%	2,4%	15,7%	21,9%	35,5%	24,5%
	<b>Medii generale, liceu</b>	5,6%	13,8%	25,5%	39,9%	15,2%	4,3%	14,9%	24,7%	40,5%	15,6%
	<b>Medii profesionale</b>	4,4%	15,0%	29,8%	35,6%	15,2%	3,6%	15,8%	38,7%	29,4%	12,6%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	2,8%	17,2%	30,8%	40,8%	8,4%	2,3%	18,4%	28,2%	43,2%	7,8%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	4,2%	16,6%	27,3%	37,6%	14,3%	3,1%	15,1%	29,5%	38,8%	13,5%
	<b>Rusă</b>	2,7%	13,2%	26,7%	40,5%	16,9%	3,3%	21,5%	23,8%	37,4%	14,1%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	4,7%	14,6%	23,5%	32,7%	24,4%	2,7%	12,1%	28,7%	33,4%	23,2%
	<b>Mediu</b>	3,3%	16,8%	28,8%	39,2%	11,8%	3,2%	17,4%	31,0%	38,5%	9,8%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Înalt</b>	3,6%	16,1%	29,2%	42,9%	8,2%	3,5%	19,9%	25,1%	43,7%	7,8%
	<b>Urban</b>	4,5%	14,3%	26,5%	44,2%	10,5%	4,1%	19,8%	23,4%	43,2%	9,6%
	<b>Rural</b>	3,4%	17,1%	27,7%	33,5%	18,3%	2,4%	13,9%	32,2%	34,8%	16,8%

**Tabelul 23. Dvs. aveți în gospodărie un calculator?**

		<b>Da</b>	<b>Nu</b>
<b>Total:</b>		50,2%	49,8%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	55,2%	44,8%
	<b>Feminin</b>	45,7%	54,3%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	69,8%	30,2%
	<b>30-65 de ani</b>	45,9%	54,1%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	24,9%	75,1%
	<b>Medii generale, liceu</b>	43,7%	56,3%
	<b>Medii profesionale</b>	38,8%	61,2%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	72,4%	27,6%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	49,3%	50,7%
	<b>Rusă</b>	53,4%	46,6%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	2,8%	97,2%
	<b>Mediu</b>	49,6%	50,4%
	<b>Înalt</b>	98,3%	1,7%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	70,4%	29,6%
	<b>Rural</b>	34,0%	66,0%

**Tabelul 24. Programele pentru calculator:**

		Dacă aveți un calculator: De unde ați luat programele pe care le-ați instalat pe acest calculator?					Dacă a fost indicat altceva decât <i>Am procurat programele dintr-un magazin specializat (soft licențiat)</i> : De ce nu ați procurat programe licențiate pentru a le instala?				
		Le-am scos personal din Internet și le-am instalat	Cineva a venit și mi le-a instalat	Au fost instalate când am procurat calculatorul	Am procurat programele dintr-un magazin specializat (soft licențiat)	Nu stiu	Nu am știut că ele trebuie procurate	Nu am știut că programele disponibile pe Internet nu sunt licențiate	Cele licențiate sunt foarte scumpe, nu-mi pot permite	Nu există control, astfel eu nu risc cu nimic dacă utilizez programe nelicențiate	Nu stiu
<b>Total:</b>		18,7%	30,1%	25,2%	16,2%	9,8%	17,7%	9,5%	29,3%	21,8%	21,8%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	22,3%	24,8%	28,0%	16,4%	8,5%	16,0%	8,2%	31,7%	25,9%	18,2%
	<b>Feminin</b>	14,8%	35,8%	22,2%	15,9%	11,3%	19,4%	10,9%	26,7%	17,4%	25,7%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	27,1%	30,8%	23,9%	14,8%	3,5%	18,5%	7,2%	36,2%	22,1%	16,0%
	<b>30-65 de ani</b>	10,7%	31,9%	26,2%	17,7%	13,4%	19,4%	10,7%	22,3%	20,4%	27,2%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	8,7%	45,8%	17,1%	8,7%	19,7%	25,9%	5,0%	15,8%	22,4%	30,9%
	<b>Medii generale, liceu</b>	25,0%	29,6%	22,4%	12,3%	10,6%	20,9%	9,8%	30,0%	17,8%	21,6%
	<b>Medii profesionale</b>	13,2%	32,1%	17,2%	17,2%	20,3%	19,8%	8,9%	24,9%	17,4%	29,1%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	18,9%	27,3%	30,0%	18,8%	5,0%	14,1%	10,3%	32,5%	24,9%	18,3%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	19,6%	29,0%	26,5%	14,3%	10,6%	18,5%	9,2%	28,2%	21,3%	22,8%
	<b>Rusă</b>	15,5%	34,0%	20,8%	22,5%	7,3%	14,7%	10,6%	33,2%	23,5%	18,0%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	20,0%	27,7%	30,0%	12,2%	10,1%	47,3%		20,9%	20,4%	11,5%
	<b>Mediu</b>	16,9%	28,0%	27,9%	12,1%	15,1%	15,4%	13,0%	29,7%	11,6%	30,4%
	<b>Înalt</b>	19,6%	31,2%	23,7%	18,4%	7,2%	18,0%	7,9%	29,3%	27,4%	17,5%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	20,1%	29,6%	25,0%	17,8%	7,4%	15,1%	6,9%	33,0%	27,1%	18,0%
	<b>Rural</b>	16,3%	30,9%	25,6%	13,4%	13,9%	21,7%	13,6%	23,4%	13,5%	27,8%

**Tabelul 25. Spuneți-mi, vă rog, dacă copiați din Internet următoarele:**

		Filme		Muzică		Programe/ emisiuni TV		Programe pentru calculator	
		Da	Nu	Da	Nu	Da	Nu	Da	Nu
<b>Total:</b>	<b>Total:</b>	31,1%	68,9%	32,5%	67,5%	11,1%	88,9%	17,0%	83,0%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	36,3%	63,7%	36,9%	63,1%	13,8%	86,2%	20,8%	79,2%
	<b>Feminin</b>	26,6%	73,4%	28,5%	71,5%	8,7%	91,3%	13,6%	86,4%
<b>Grup de vîrstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	55,4%	44,6%	59,8%	40,2%	19,2%	80,8%	32,7%	67,3%
	<b>30-65 de ani</b>	22,5%	77,5%	21,7%	78,3%	7,2%	92,8%	11,2%	88,8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	15,3%	84,7%	16,4%	83,6%	5,1%	94,9%	7,3%	92,7%
	<b>Medii generale, liceu</b>	27,0%	73,0%	28,7%	71,3%	8,9%	91,1%	14,8%	85,2%
	<b>Medii profesionale</b>	22,9%	77,1%	24,1%	75,9%	9,5%	90,5%	10,2%	89,8%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	45,7%	54,3%	46,9%	53,1%	16,3%	83,7%	26,7%	73,3%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	29,9%	70,1%	32,0%	68,0%	11,8%	88,2%	17,5%	82,5%
	<b>Rusă</b>	35,7%	64,3%	34,2%	65,8%	8,3%	91,7%	15,4%	84,6%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	6,1%	93,9%	5,0%	95,0%	2,3%	97,7%	2,0%	98,0%
	<b>Mediu</b>	28,4%	71,6%	33,5%	66,5%	10,7%	89,3%	14,7%	85,3%
	<b>Înalt</b>	59,0%	41,0%	58,8%	41,2%	20,2%	79,8%	34,4%	65,6%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	47,1%	52,9%	48,1%	51,9%	17,6%	82,4%	28,3%	71,7%
	<b>Rural</b>	18,3%	81,7%	19,9%	80,1%	5,9%	94,1%	8,0%	92,0%

**Tabelul 26. Spuneți-mi, vă rog, dacă copiați și cât de des copiați din Internet următoarele:**

		Cărți		Cărți audio		Jocuri	
		Da	Nu	Da	Nu	Da	Nu
<b>Total:</b>		10,5%	89,5%	7,1%	92,9%	20,3%	79,7%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	11,1%	88,9%	8,7%	91,3%	25,6%	74,4%
	<b>Feminin</b>	9,9%	90,1%	5,7%	94,3%	15,5%	84,5%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	20,8%	79,2%	13,8%	86,2%	36,8%	63,2%
	<b>30-65 de ani</b>	5,9%	94,1%	4,3%	95,7%	14,3%	85,7%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	1,3%	98,7%	1,3%	98,7%	6,4%	93,6%
	<b>Medii generale, liceu</b>	9,7%	90,3%	4,4%	95,6%	20,5%	79,5%
	<b>Medii profesionale</b>	6,6%	93,4%	4,1%	95,9%	13,8%	86,2%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	17,2%	82,8%	13,3%	86,7%	29,6%	70,4%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	10,7%	89,3%	7,0%	93,0%	20,3%	79,7%
	<b>Rusă</b>	9,9%	90,1%	7,4%	92,6%	20,1%	79,9%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	,8%	99,2%	,8%	99,2%	2,4%	97,6%
	<b>Mediu</b>	9,0%	91,0%	5,6%	94,4%	19,4%	80,6%
	<b>Înalt</b>	21,7%	78,3%	14,9%	85,1%	39,0%	61,0%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	18,1%	81,9%	13,3%	86,7%	32,2%	67,8%
	<b>Rural</b>	4,4%	95,6%	2,1%	97,9%	10,7%	89,3%

**Tabelul 27. Spuneți-mi, vă rog, cât de des copiați din Internet următoarele:**

		Filme						Muzică					
		Zilnic	De câteva ori pe săptămână	De câteva ori pe lună	De câteva ori pe an	Mai rar decât o dată pe an	Nu ştiu/nu răspund	Zilnic	De câteva ori pe săptămână	De câteva ori pe lună	De câteva ori pe an	Mai rar decât o dată pe an	Nu ştiu/nu răspund
<b>Total:</b>		6,7%	34,1%	36,2%	14,8%	2,6%	5,5%	13,2%	33,7%	32,1%	13,5%	2,2%	5,3%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	7,6%	31,6%	36,6%	15,6%	2,5%	6,0%	12,4%	28,3%	35,2%	18,4%	1,1%	4,7%
	<b>Feminin</b>	5,6%	37,2%	35,8%	13,8%	2,6%	4,9%	14,2%	40,1%	28,6%	7,8%	3,4%	5,9%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	7,7%	37,1%	36,3%	12,8%	0,9%	5,2%	14,0%	38,1%	30,5%	11,8%	1,3%	4,4%
	<b>30-65 de ani</b>	3,1%	29,7%	40,4%	16,4%	3,9%	6,5%	10,3%	28,1%	37,4%	14,1%	3,1%	7,0%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	4,2%	27,3%	29,5%	25,2%	10,2%	3,7%	13,5%	18,6%	35,9%	25,0%	3,5%	3,4%
	<b>Medii generale, liceu</b>	12,7%	35,0%	30,6%	11,9%	0,8%	9,0%	16,7%	34,3%	28,4%	10,6%	0,8%	9,2%
	<b>Medii profesionale</b>	5,1%	32,9%	43,4%	10,1%	2,5%	5,9%	13,3%	33,0%	39,3%	5,2%	1,6%	7,6%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	4,8%	35,1%	37,9%	15,8%	2,2%	4,2%	11,5%	36,0%	31,3%	15,3%	2,8%	3,1%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	6,2%	34,8%	34,4%	15,0%	3,0%	6,6%	13,0%	35,4%	29,7%	14,2%	2,1%	5,6%
	<b>Rusă</b>	8,3%	32,2%	41,9%	14,3%	1,2%	2,1%	13,9%	28,0%	40,6%	10,8%	2,6%	4,1%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	4,0%	9,8%	35,1%	33,3%	3,3%	14,5%	9,3%	9,9%	33,7%	29,4%		17,7%
	<b>Mediu</b>	5,0%	36,5%	30,7%	15,8%	4,0%	7,9%	11,9%	32,0%	34,1%	12,6%	0,8%	8,5%
	<b>Înalt</b>	7,8%	35,5%	39,0%	12,4%	1,8%	3,5%	14,3%	36,8%	30,9%	12,6%	3,1%	2,3%
<b>Mediu de reşedinţă:</b>	<b>Urban</b>	7,8%	34,0%	36,0%	14,1%	2,3%	5,8%	14,9%	35,0%	28,5%	13,3%	3,3%	5,0%
	<b>Rural</b>	4,5%	34,4%	36,8%	16,2%	3,1%	4,9%	10,0%	31,4%	39,1%	13,7%		5,7%

**Tabelul 28. Spuneți-mi, vă rog, cât de des copiați din Internet următoarele:**

		Programe/ emisiuni TV						Programe pentru calculator					
		Zilnic	De câteva ori pe săptămână	De câteva ori pe lună	De câteva ori pe an	Mai rar decât o dată pe an	Nu știu/nu răspund	Zilnic	De câteva ori pe săptămână	De câteva ori pe lună	De câteva ori pe an	Mai rar decât o dată pe an	Nu știu/nu răspund
<b>Total:</b>		5,1%	24,7%	36,4%	13,7%	5,2%	14,9%	3,6%	14,4%	38,7%	27,1%	7,9%	8,3%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	5,6%	18,9%	41,4%	12,7%	5,9%	15,4%	3,8%	10,5%	42,7%	25,2%	8,1%	9,6%
	<b>Feminin</b>	4,5%	32,9%	29,3%	15,1%	4,2%	14,1%	3,4%	19,8%	33,1%	29,6%	7,7%	6,4%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	3,8%	19,7%	39,9%	15,4%	4,2%	17,1%	3,3%	14,2%	39,8%	26,6%	7,1%	9,0%
	<b>30-65 de ani</b>	5,2%	36,4%	31,2%	10,8%	7,0%	9,4%	3,7%	19,8%	33,0%	29,1%	9,9%	4,5%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	8,0%	36,4%	27,2%	17,5%		10,9%	5,7%	8,1%	11,0%	45,0%	18,1%	12,2%
	<b>Medii generale, liceu</b>	7,1%	21,8%	33,5%	11,3%	5,4%	20,9%	7,4%	14,7%	39,6%	17,4%	8,4%	12,5%
	<b>Medii profesionale</b>	5,0%	37,5%	27,9%	7,3%	7,0%	15,2%		15,2%	34,3%	27,5%	13,5%	9,4%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	4,0%	20,4%	41,4%	16,1%	5,3%	12,9%	2,5%	15,0%	42,5%	28,9%	5,4%	5,8%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	4,7%	22,9%	38,6%	13,5%	2,5%	17,7%	4,0%	13,7%	39,8%	26,0%	6,6%	9,8%
	<b>Rusă</b>	7,3%	34,5%	24,4%	14,7%	19,2%		1,7%	17,5%	33,8%	31,6%	13,8%	1,7%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	8,7%	13,2%	37,3%	17,1%		23,7%	10,3%		25,4%	36,3%		28,0%
	<b>Mediu</b>	7,5%	26,1%	30,6%	9,1%	5,8%	20,8%	2,8%	19,4%	31,7%	25,3%	11,6%	9,1%
	<b>Înalt</b>	3,5%	25,3%	39,3%	15,7%	5,5%	10,7%	3,5%	13,1%	42,4%	27,3%	6,8%	6,8%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	3,8%	22,7%	37,0%	12,1%	7,4%	17,0%	3,1%	10,8%	43,8%	24,8%	9,2%	8,2%
	<b>Rural</b>	8,3%	29,7%	34,8%	17,5%		9,8%	4,8%	24,8%	24,1%	33,5%	4,4%	8,4%

**Tabelul 29. Spuneți-mi, vă rog, cât de des copiați din Internet următoarele:**

		Cărți						Cărți audio					
		Zilnic	De câteva ori pe săptămână	De câteva ori pe lună	De câteva ori pe an	Mai rar decât o dată pe an	Nu ştiu/nu răspund	Zilnic	De câteva ori pe săptămână	De câteva ori pe lună	De câteva ori pe an	Mai rar decât o dată pe an	Nu ştiu/nu răspund
<b>Total:</b>		7,8%	22,6%	39,3%	15,3%	4,9%	10,0%	5,4%	18,3%	35,9%	18,5%	11,8%	10,2%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	13,1%	14,9%	42,3%	20,1%	2,1%	7,6%	8,3%	12,3%	40,4%	21,0%	11,5%	6,4%
	<b>Feminin</b>	2,5%	30,4%	36,2%	10,6%	7,7%	12,5%	1,3%	26,4%	29,6%	15,0%	12,3%	15,4%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	6,4%	24,1%	41,2%	14,9%	3,6%	9,7%	6,1%	19,4%	37,2%	20,9%	6,3%	10,1%
	<b>30-65 de ani</b>	6,9%	30,4%	30,8%	12,3%	8,4%	11,3%		26,1%	30,0%	14,8%	20,7%	8,4%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	31,7%			25,4%		42,9%	31,7%			25,4%		42,9%
	<b>Medii generale, liceu</b>	8,5%	27,3%	24,2%	16,6%	5,8%	17,7%	14,2%		37,1%	16,3%	12,7%	19,8%
	<b>Medii profesionale</b>	24,9%		50,5%		10,0%	14,5%		13,9%	46,5%	6,9%	9,4%	23,4%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	3,3%	26,0%	44,8%	17,6%	3,6%	4,8%	2,8%	24,4%	35,4%	20,7%	12,5%	4,2%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	6,6%	21,0%	42,9%	15,0%	4,6%	10,0%	3,7%	16,6%	38,4%	15,7%	12,8%	12,7%
	<b>Rusă</b>	12,7%	29,2%	25,0%	16,8%	6,2%	10,1%	11,1%	23,9%	27,0%	28,3%	8,4%	1,2%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	26,8%					73,2%	26,8%					73,2%
	<b>Mediu</b>	16,4%	25,5%	34,9%	7,6%	1,8%	13,7%	9,3%	20,9%	26,1%	26,9%		16,9%
	<b>Înalt</b>	3,6%	22,2%	42,5%	19,1%	6,3%	6,3%	2,8%	18,2%	41,4%	16,3%	16,9%	4,5%
<b>Mediu de reşedinţă:</b>	<b>Urban</b>	4,9%	20,4%	41,4%	16,3%	6,4%	10,6%	4,6%	13,0%	41,8%	17,6%	14,2%	8,8%
	<b>Rural</b>	17,3%	29,9%	32,3%	12,2%		8,4%	8,9%	44,3%	6,3%	23,2%		17,3%

**Tabelul 30. Spuneți-mi, vă rog, cât de des copiați din Internet următoarele:**

		Jocuri					
		Zilnic	De câteva ori pe săptămână	De câteva ori pe lună	De câteva ori pe an	Mai rar decât o dată pe an	Nu știu/nu răspund
<b>Total:</b>		7,6%	30,2%	33,4%	17,9%	4,6%	6,3%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	6,3%	23,7%	41,1%	18,4%	4,3%	6,2%
	<b>Feminin</b>	9,5%	39,6%	22,1%	17,3%	5,1%	6,3%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	8,4%	27,7%	37,1%	16,9%	3,3%	6,6%
	<b>30-65 de ani</b>	4,6%	38,5%	29,7%	16,3%	5,5%	5,4%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	6,5%	39,0%	12,4%	22,8%		19,3%
	<b>Medii generale, liceu</b>	13,0%	38,9%	28,1%	9,0%	2,1%	9,0%
	<b>Medii profesionale</b>	5,5%	31,0%	41,2%	6,3%	4,8%	11,2%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	5,4%	24,5%	36,3%	25,0%	6,4%	2,4%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	6,0%	28,9%	36,5%	16,9%	4,2%	7,3%
	<b>Rusă</b>	13,4%	34,7%	21,7%	21,7%	6,3%	2,3%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	8,5%	45,1%	34,8%			11,6%
	<b>Mediu</b>	12,2%	28,7%	29,7%	17,9%	2,3%	9,3%
	<b>Înalt</b>	5,2%	30,0%	35,2%	19,1%	6,1%	4,5%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	6,1%	25,2%	38,3%	17,8%	5,9%	6,6%
	<b>Rural</b>	11,2%	42,1%	21,5%	18,2%	1,5%	5,5%

**Tabelul 31. Dacă ați copiat din Internet cel puțin un element enumerat la întrebarea precedentă, de pe care site-uri le copiați?**

		Torrentst md.eu	Eogli.com	Torrents .ru	Zaytsev. net	Google	Yandex .ru	Odnokla ssniki.ru	Youtube.co m	Alte site- uri	Nu știu/ nu pot răspunde
<b>Total:</b>		54,0%	7,6%	31,0%	1,4%	9,4%	1,1%	1,2%	2,2%	5,7%	4,8%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	57,1%	6,2%	32,1%	,3%	8,5%	1,1%	1,2%	2,7%	6,0%	3,6%
	<b>Feminin</b>	50,6%	9,1%	29,8%	2,6%	10,5%	1,2%	1,1%	1,7%	5,3%	6,2%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	58,3%	6,5%	31,2%	2,1%	10,6%	1,1%	1,0%	2,3%	5,8%	2,7%
	<b>30-65 de ani</b>	45,9%	8,6%	31,0%	,2%	8,0%	2,0%	1,8%	2,8%	6,8%	8,6%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	32,9%	12,4%	48,8%		9,5%	1,2%			3,0%	3,5%
	<b>Medii generale, liceu</b>	58,4%	10,1%	25,6%	2,5%	6,1%	,4%	2,2%		2,8%	8,7%
	<b>Medii profesionale</b>	37,3%	11,9%	26,7%	1,4%	16,5%	1,7%	3,8%	3,4%	6,8%	5,8%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	59,9%	4,5%	31,9%	1,1%	9,0%	1,2%	,2%	3,2%	7,1%	3,0%
<b>Limba de comuni- care preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	54,7%	7,7%	32,5%	1,3%	10,4%	1,1%	1,1%	2,9%	5,6%	4,7%
	<b>Rusă</b>	51,8%	7,3%	26,4%	1,8%	6,3%	1,2%	1,5%	,2%	5,9%	5,2%
<b>Statut socio- economic:</b>	<b>Scăzut</b>	41,9%	14,7%	44,9%		4,0%		4,7%			5,6%
	<b>Mediu</b>	42,4%	10,9%	27,7%	1,3%	14,6%	1,0%	2,6%	2,6%	8,9%	7,7%
	<b>Înalt</b>	61,7%	5,0%	31,4%	1,6%	7,1%	1,3%		2,3%	4,5%	3,1%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	64,5%	6,6%	29,9%	1,5%	8,4%	1,2%	,1%	2,1%	5,2%	2,9%
	<b>Rural</b>	35,5%	9,2%	33,0%	1,2%	11,2%	1,0%	3,0%	2,5%	6,5%	8,3%

**Tabelul 32. Spuneți-mi, vă rog, dacă ați fi dispuși să achitați pentru a utiliza următoarele produse în variantă licențiată, de calitate înaltă?**

		Filme		Muzică		Programe/emisiuni TV		Programe pentru calculator	
		Da	Nu	Da	Nu	Da	Nu	Da	Nu
<b>Total:</b>		20,2%	79,8%	17,9%	82,1%	4,9%	95,1%	10,8%	89,2%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	24,8%	75,2%	20,9%	79,1%	6,1%	93,9%	14,0%	86,0%
	<b>Feminin</b>	16,1%	83,9%	15,3%	84,7%	3,8%	96,2%	8,0%	92,0%
<b>Grup de vîrstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	28,4%	71,6%	25,9%	74,1%	5,8%	94,2%	18,3%	81,7%
	<b>30-65 de ani</b>	19,1%	80,9%	17,1%	82,9%	5,1%	94,9%	8,3%	91,7%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	15,4%	84,6%	14,4%	85,6%	1,0%	99,0%	5,9%	94,1%
	<b>Medii generale, liceu</b>	15,1%	84,9%	16,8%	83,2%	3,5%	96,5%	7,2%	92,8%
	<b>Medii profesionale</b>	18,1%	81,9%	14,2%	85,8%	4,4%	95,6%	6,1%	93,9%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	27,2%	72,8%	22,4%	77,6%	7,9%	92,1%	18,3%	81,7%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	20,6%	79,4%	18,5%	81,5%	4,7%	95,3%	11,3%	88,7%
	<b>Rusă</b>	18,5%	81,5%	15,8%	84,2%	5,5%	94,5%	9,2%	90,8%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	9,3%	90,7%	9,0%	91,0%	,5%	99,5%	1,1%	98,9%
	<b>Mediu</b>	23,7%	76,3%	21,2%	78,8%	6,1%	93,9%	10,0%	90,0%
	<b>Înalt</b>	27,5%	72,5%	23,7%	76,3%	8,1%	91,9%	21,4%	78,6%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	21,6%	78,4%	17,0%	83,0%	6,8%	93,2%	16,7%	83,3%
	<b>Rural</b>	19,0%	81,0%	18,7%	81,3%	3,3%	96,7%	6,1%	93,9%

**Tabelul 33. Spuneți-mi, vă rog, dacă ati fi dispusi să achitați pentru a utiliza următoarele produse în variantă licențiată, de calitate înaltă?**

		Cărți		Cărți audio		Jocuri	
		Da	Nu	Da	Nu	Da	Nu
<b>Total:</b>		9,0%	91,0%	3,6%	96,4%	6,8%	93,2%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	7,1%	92,9%	4,2%	95,8%	8,2%	91,8%
	<b>Feminin</b>	10,6%	89,4%	3,0%	97,0%	5,6%	94,4%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 ani</b>	10,5%	89,5%	5,0%	95,0%	9,1%	90,9%
	<b>30-65 ani</b>	10,0%	90,0%	3,2%	96,8%	6,9%	93,1%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	3,5%	96,5%	,9%	99,1%	2,9%	97,1%
	<b>Medii generale, liceu</b>	9,5%	90,5%	1,5%	98,5%	5,7%	94,3%
	<b>Medii profesionale</b>	5,2%	94,8%	2,3%	97,7%	4,9%	95,1%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	12,9%	87,1%	6,9%	93,1%	10,4%	89,6%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	9,5%	90,5%	3,8%	96,2%	7,6%	92,4%
	<b>Rusă</b>	7,1%	92,9%	2,7%	97,3%	4,0%	96,0%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	3,4%	96,6%		100,0%	,9%	99,1%
	<b>Mediu</b>	10,1%	89,9%	2,2%	97,8%	7,9%	92,1%
	<b>Înalt</b>	13,4%	86,6%	8,5%	91,5%	11,6%	88,4%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	10,7%	89,3%	6,2%	93,8%	7,9%	92,1%
	<b>Rural</b>	7,6%	92,4%	1,5%	98,5%	5,9%	94,1%

**Tabelul 34. Care este prețul pe care îl considerați acceptabil și îl puteți achita? (în lei MD)**

		Filme		Muzică		Programe/emisiuni TV		Programe pentru calculator	
		MEDIA	MEDIANA	MEDIA	MEDIANA	MEDIA	MEDIANA	MEDIA	MEDIANA
<b>Total:</b>		67	50	49	50	59	50	222	100
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	67	50	47	50	62	50	166	100
	<b>Feminin</b>	68	53	50	50	54	50	309	150
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	71	50	50	50	61	50	231	150
	<b>30-65 de ani</b>	65	50	48	50	56	50	196	100
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	68	70	47	50	26	12	106	100
	<b>Medii generale, liceu</b>	68	50	50	50	52	33	163	100
	<b>Medii profesionale</b>	78	53	51	50	76	50	113	109
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	63	50	47	50	57	50	275	150
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	69	50	48	50	60	50	232	100
	<b>Rusă</b>	62	50	50	50	53	50	175	100
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	73	70	44	48	41	43	150	140
	<b>Mediu</b>	69	50	50	50	73	59	173	100
	<b>Înalt</b>	64	50	49	50	49	50	248	100
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	62	50	43	40	48	50	253	150
	<b>Rural</b>	72	69	53	50	75	54	151	100

**Tabelul 35. Care este prețul pe care îl considerați acceptabil și îl puteți achita? (în lei MD)**

		Cărți		Cărți audio		Jocuri	
		MEDIA	MEDIANA	MEDIA	MEDIANA	MEDIA	MEDIANA
<b>Total:</b>		87	50	53	50	54	50
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	79	50	61	50	55	50
	<b>Feminin</b>	91	56	43	34	53	36
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	89	80	54	38	53	50
	<b>30-65 de ani</b>	84	50	47	50	55	50
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	53	42	7	7	38	46
	<b>Medii generale, liceu</b>	79	73	48	35	65	50
	<b>Medii profesionale</b>	134	100	131	129	65	50
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	85	50	42	50	49	50
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	89	50	54	50	55	50
	<b>Rusă</b>	77	50	48	48	47	49
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	60	50	.	.	23	22
	<b>Mediu</b>	108	100	89	48	51	50
	<b>Înalt</b>	78	50	43	50	58	50
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	80	50	50	50	62	50
	<b>Rural</b>	95	92	61	24	45	40

**Tabelul 36. Ați procurat vreo dată produse contrafăcute/piratare?**

		<b>Da</b>	<b>Nu</b>	<b>Nu știu</b>
<b>Total:</b>		49,6%	32,8%	17,6%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	52,3%	30,0%	17,7%
	<b>Feminin</b>	47,2%	35,3%	17,5%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	56,3%	28,8%	14,9%
	<b>30-65 de ani</b>	48,8%	31,5%	19,8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	36,5%	43,2%	20,4%
	<b>Medii generale, liceu</b>	44,5%	39,3%	16,2%
	<b>Medii profesionale</b>	48,7%	31,7%	19,6%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	59,8%	23,9%	16,3%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	49,2%	32,1%	18,7%
	<b>Rusă</b>	51,2%	35,4%	13,4%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	33,1%	43,8%	23,1%
	<b>Mediu</b>	54,6%	30,1%	15,2%
	<b>Înalt</b>	61,0%	24,6%	14,4%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	58,5%	26,1%	15,4%
	<b>Rural</b>	42,4%	38,3%	19,3%

**Tabelul 37. Dacă ați procurat, ce tipuri de produse contrafăcute/piratare ați procurat?**

		Produse alcoolice			Țigări			Produse alimentare		
		Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur	Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur	Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur
<b>Total:</b>		31,5%	37,9%	30,6%	10,4%	60,1%	29,5%	54,5%	17,0%	28,5%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	39,5%	31,8%	28,7%	16,0%	56,3%	27,8%	51,4%	20,1%	28,5%
	<b>Feminin</b>	23,7%	43,8%	32,5%	5,1%	63,8%	31,1%	57,5%	14,0%	28,5%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	28,8%	46,3%	24,9%	11,8%	60,1%	28,1%	56,5%	19,1%	24,5%
	<b>30-65 de ani</b>	32,6%	34,5%	33,0%	10,4%	59,9%	29,7%	53,7%	16,0%	30,3%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	22,7%	35,1%	42,2%	6,7%	52,2%	41,1%	48,4%	15,4%	36,2%
	<b>Medii generale, liceu</b>	30,7%	40,2%	29,1%	14,4%	56,4%	29,2%	53,7%	14,6%	31,7%
	<b>Medii profesionale</b>	30,9%	33,0%	36,0%	9,4%	56,1%	34,5%	51,1%	17,2%	31,8%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	35,1%	39,7%	25,1%	9,8%	66,9%	23,3%	58,7%	18,9%	22,4%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	30,6%	37,4%	32,0%	11,0%	57,7%	31,3%	52,7%	16,8%	30,6%
	<b>Rusă</b>	34,9%	39,8%	25,3%	8,4%	69,5%	22,2%	61,8%	17,9%	20,4%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	23,2%	32,2%	44,6%	2,3%	53,7%	44,0%	46,9%	12,7%	40,5%
	<b>Mediu</b>	35,9%	39,0%	25,2%	13,7%	63,0%	23,3%	59,0%	17,0%	24,0%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Înalt</b>	33,6%	41,2%	25,2%	13,5%	62,3%	24,2%	56,1%	20,2%	23,7%
	<b>Urban</b>	35,0%	38,7%	26,3%	11,9%	63,5%	24,6%	56,4%	18,2%	25,4%
	<b>Rural</b>	28,1%	37,1%	34,8%	9,0%	56,8%	34,1%	52,7%	15,8%	31,5%

**Tabelul 38. Dacă ați procurat, ce tipuri de produse contrafăcute/piratare ați procurat?**

		Ceai, cafea			Îmbrăcăminte, încăltăminte			CD/DVD cu muzică		
		Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur	Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur	Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur
<b>Total:</b>		25,1%	41,0%	34,0%	38,2%	32,5%	29,3%	19,6%	50,4%	29,9%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	26,7%	39,3%	34,0%	37,7%	33,5%	28,7%	24,0%	45,7%	30,3%
	<b>Feminin</b>	23,5%	42,6%	33,9%	38,8%	31,5%	29,8%	15,4%	55,0%	29,6%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	27,4%	41,7%	30,9%	45,4%	29,5%	25,1%	28,6%	43,2%	28,2%
	<b>30-65 de ani</b>	24,1%	40,2%	35,7%	36,6%	31,9%	31,5%	16,3%	52,7%	31,0%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	13,9%	41,5%	44,6%	26,8%	36,1%	37,1%	8,2%	47,8%	44,0%
	<b>Medii generale, liceu</b>	25,2%	42,1%	32,7%	34,1%	35,5%	30,5%	19,2%	53,4%	27,4%
	<b>Medii profesionale</b>	21,0%	42,0%	37,1%	32,6%	31,9%	35,6%	12,2%	53,8%	34,1%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	30,6%	39,6%	29,8%	47,3%	29,8%	22,9%	27,2%	47,9%	24,8%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	25,5%	39,2%	35,3%	36,8%	31,9%	31,3%	18,8%	49,2%	32,0%
	<b>Rusă</b>	23,4%	47,7%	29,0%	43,7%	34,9%	21,4%	22,7%	55,3%	22,0%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	11,2%	42,4%	46,4%	17,7%	37,4%	44,9%	5,7%	49,5%	44,8%
	<b>Mediu</b>	28,3%	41,9%	29,9%	44,8%	32,2%	23,0%	19,9%	56,6%	23,5%
	<b>Înalt</b>	32,5%	39,0%	28,5%	47,6%	29,1%	23,4%	29,8%	45,4%	24,8%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	31,4%	39,4%	29,2%	43,3%	32,5%	24,2%	27,2%	50,3%	22,5%
	<b>Rural</b>	19,0%	42,4%	38,5%	33,4%	32,5%	34,1%	12,4%	50,5%	37,1%

**Tabelul 39. Dacă ați procurat, ce tipuri de produse contrafăcute/piratare ați procurat?**

		CD/DVD cu filme			Medicamente			Jucării		
		Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur	Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur	Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur
<b>Total:</b>		19,1%	51,5%	29,4%	19,8%	46,6%	33,6%	15,3%	54,9%	29,8%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	23,9%	47,0%	29,1%	17,4%	50,2%	32,5%	16,0%	55,6%	28,5%
	<b>Feminin</b>	14,4%	55,8%	29,7%	22,1%	43,1%	34,8%	14,6%	54,3%	31,1%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	28,3%	44,5%	27,2%	20,0%	51,6%	28,4%	18,2%	55,5%	26,3%
	<b>30-65 de ani</b>	15,7%	53,9%	30,5%	17,8%	46,0%	36,1%	15,5%	53,0%	31,4%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	10,1%	47,4%	42,5%	16,1%	42,8%	41,1%	7,7%	54,4%	37,9%
	<b>Medii generale, liceu</b>	17,8%	54,8%	27,5%	20,6%	47,1%	32,2%	16,0%	53,9%	30,1%
	<b>Medii profesionale</b>	11,5%	55,2%	33,4%	12,9%	48,9%	38,3%	13,8%	54,5%	31,6%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	26,6%	49,1%	24,4%	23,7%	46,5%	29,8%	18,1%	55,9%	26,0%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	18,2%	50,2%	31,6%	18,6%	46,8%	34,7%	15,8%	52,2%	32,1%
	<b>Rusă</b>	22,9%	56,3%	20,8%	24,5%	45,9%	29,6%	13,3%	65,6%	21,1%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	5,9%	50,5%	43,6%	14,4%	42,0%	43,7%	3,4%	53,8%	42,7%
	<b>Mediu</b>	18,9%	58,1%	23,0%	20,4%	50,8%	28,7%	19,9%	56,6%	23,5%
	<b>Înalt</b>	29,2%	46,1%	24,7%	23,2%	46,1%	30,7%	19,9%	54,1%	26,0%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	26,9%	50,5%	22,6%	22,8%	48,4%	28,8%	20,2%	55,6%	24,1%
	<b>Rural</b>	11,7%	52,3%	36,0%	16,9%	44,9%	38,3%	10,5%	54,2%	35,3%

**Tabelul 40. Dacă ați procurat, ce tipuri de produse contrafăcute/piratație ați procurat?**

		Parfumuri de lux			Detergenți			Altceva				
		Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur	Da	Nu	Nu știu/nu sunt sigur	Progra me pentru calculat or	Electro casnice	Materi ale pentru constru cții	Cosmetic e	Telefon
<b>Total:</b>		18,6%	50,0%	31,4%	18,8%	48,5%	32,7%	3,9%	45,0%	18,0%	19,3%	13,8%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	20,0%	49,8%	30,2%	17,7%	49,7%	32,6%			45,2%		54,8%
	<b>Feminin</b>	17,2%	50,2%	32,6%	19,9%	47,4%	32,8%	5,2%	60,2%	8,8%	25,8%	
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 ani</b>	24,0%	48,4%	27,6%	20,6%	51,1%	28,3%	6,9%	34,3%		34,3%	24,5%
	<b>30-65 ani</b>	16,6%	49,7%	33,7%	18,5%	46,1%	35,4%		69,3%	30,7%		
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	8,9%	54,9%	36,2%	8,4%	51,6%	39,9%			100,0%		
	<b>Medii generale, liceu</b>	18,8%	49,8%	31,3%	17,9%	49,6%	32,5%				41,5%	58,5%
	<b>Medii profesionale</b>	12,4%	53,1%	34,5%	14,7%	49,7%	35,6%		100,0%			
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	24,6%	47,0%	28,4%	24,8%	46,2%	29,0%	12,6%	56,6%		30,8%	
<b>Limba de comunicație preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	18,4%	48,9%	32,7%	18,7%	46,4%	35,0%		34,5%	23,0%	24,7%	17,7%
	<b>Rusă</b>	19,1%	54,2%	26,7%	19,3%	56,8%	23,8%	17,8%	82,2%			
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	5,0%	53,3%	41,7%	6,3%	51,0%	42,8%		59,1%	40,9%		
	<b>Mediu</b>	19,4%	56,4%	24,2%	20,6%	52,3%	27,1%	8,1%	47,9%	23,7%	20,3%	
	<b>Înalt</b>	28,0%	41,6%	30,4%	26,6%	43,1%	30,4%		34,8%		26,6%	38,6%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	24,8%	47,5%	27,7%	26,5%	44,8%	28,7%		72,0%			28,0%
	<b>Rural</b>	12,6%	52,4%	35,0%	11,4%	52,0%	36,5%	7,7%	18,8%	35,5%	38,1%	

**Tabelul 41. Ați avut de suferit din cauza calității proaste a unui produs contrafăcut/piratat?**

		Da, am avut de suferit	Nu, nu am avut de suferit	Nu știu
<b>Total:</b>		42,0%	50,0%	8,0%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	42,4%	48,8%	8,8%
	<b>Feminin</b>	41,7%	51,0%	7,3%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	47,7%	44,8%	7,5%
	<b>30-65 de ani</b>	40,9%	49,9%	9,2%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	28,1%	61,8%	10,1%
	<b>Medii generale, liceu</b>	37,2%	54,4%	8,4%
	<b>Medii profesionale</b>	40,9%	47,8%	11,3%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	52,5%	42,6%	5,0%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	41,3%	50,1%	8,5%
	<b>Rusă</b>	44,5%	49,5%	6,0%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	27,9%	62,8%	9,4%
	<b>Mediu</b>	46,1%	46,5%	7,4%
	<b>Înalt</b>	52,0%	40,7%	7,2%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	49,3%	42,8%	7,9%
	<b>Rural</b>	36,1%	55,8%	8,1%

**Tabelul 42. Ați avut de suferit din cauza calității proaste a unui produs contrafăcut/piratat? Ce ați întreprins, unde v-ați adresat pentru a soluționa problema?**

		Am întors produsul de unde l-am procurat, mi-au schimbat produsul	Am întors produsul de unde l-am procurat, mi-au dat banii înapoi	M-am adresat la organele de drept (poliție, procuratură, judecată )	Nu am întreprins nimic	Am întors produsul, dar nu mi-au dat nimic	M-am adresat la magazin, dar trecuseră deja 7 zile de la procurare
<b>Total:</b>		22,1%	15,4%	1,2%	59,9%	1,2%	,2%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	21,3%	16,1%	,5%	60,5%	1,6%	
	<b>Feminin</b>	22,8%	14,8%	1,7%	59,3%	1,0%	,4%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	25,3%	15,7%	1,4%	55,2%	1,9%	,5%
	<b>30-65 de ani</b>	21,7%	16,4%	1,1%	60,0%	,7%	
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	12,9%	21,2%	2,0%	63,2%	,7%	
	<b>Medii generale, liceu</b>	21,4%	12,6%	,4%	64,3%	1,3%	
	<b>Medii profesionale</b>	31,9%	9,4%	,7%	56,8%		1,2%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	20,6%	17,9%	1,6%	58,0%	1,9%	
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	21,4%	14,7%	,9%	61,6%	1,0%	,3%
	<b>Rusă</b>	24,3%	17,7%	1,9%	54,1%	2,0%	
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	17,3%	12,7%	,1%	67,8%	1,0%	1,0%
	<b>Mediu</b>	24,4%	16,4%	1,4%	56,4%	1,5%	
	<b>Înalt</b>	22,6%	15,9%	1,5%	58,8%	1,2%	
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	23,1%	16,8%	1,6%	57,6%	,9%	
	<b>Rural</b>	20,9%	13,9%	,7%	62,4%	1,7%	,5%

**Tabelul 43. Cum credeți, din care cauză oamenii procură mărfuri contrafăcute/piratate cel mai des?**

		Pentru că nu cunosc că acestea sunt contrafăcute/piratare	Conștient, pentru că ele costă mai puțin	Pentru că altceva nu se vinde	Nu știu
<b>Total:</b>		50,8%	45,4%	,1%	3,7%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	50,4%	46,3%	,3%	3,0%
	<b>Feminin</b>	51,2%	44,5%		4,3%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	49,9%	48,2%	,4%	1,5%
	<b>30-65 de ani</b>	50,3%	46,3%		3,3%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	58,6%	31,0%		10,3%
	<b>Medii generale, liceu</b>	49,0%	46,7%		4,3%
	<b>Medii profesionale</b>	52,0%	45,7%		2,3%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	48,0%	50,6%	,4%	1,1%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	51,4%	44,8%		3,8%
	<b>Rusă</b>	48,6%	47,5%	,6%	3,3%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	56,1%	35,4%		8,6%
	<b>Mediu</b>	54,3%	43,9%		1,9%
	<b>Înalt</b>	42,0%	56,9%	,4%	,7%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	45,5%	52,0%	,3%	2,3%
	<b>Rural</b>	55,1%	40,1%		4,8%

**Tabelul 44. Cine credeți că poartă vina pentru circulația produselor contrafăcute/piratate?**

		Persoanele care le contrafac	Persoanele care le importă	Persoanele care le comercializează	Consumatorii care le procură	Organele statului abilitate să lupte cu contrafacerea	Nu știu
<b>Total:</b>		76,7%	42,2%	60,4%	28,0%	71,3%	3,4%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	75,6%	39,2%	61,6%	28,5%	75,1%	2,4%
	<b>Feminin</b>	77,6%	44,9%	59,4%	27,5%	67,8%	4,3%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	77,4%	46,2%	59,8%	31,2%	72,9%	1,3%
	<b>30-65 de ani</b>	77,9%	41,4%	61,0%	26,5%	72,5%	3,1%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	76,9%	37,1%	61,0%	19,2%	66,8%	8,7%
	<b>Medii generale, liceu</b>	78,7%	41,2%	57,6%	30,1%	68,1%	3,7%
	<b>Medii profesionale</b>	82,7%	42,7%	63,4%	22,0%	69,0%	2,3%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	71,8%	45,0%	60,8%	33,5%	76,9%	1,3%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	76,1%	40,4%	60,4%	29,4%	71,2%	3,6%
	<b>Rusă</b>	78,8%	48,9%	60,6%	22,7%	71,7%	2,5%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	78,3%	36,2%	62,5%	20,3%	64,4%	7,3%
	<b>Mediu</b>	82,5%	46,4%	57,9%	25,8%	71,2%	2,0%
	<b>Înalt</b>	69,2%	44,0%	60,9%	38,0%	78,3%	,8%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	70,3%	46,8%	58,3%	33,9%	77,6%	2,2%
	<b>Rural</b>	81,8%	38,5%	62,2%	23,3%	66,2%	4,3%

**Tabelul 45. Cât de mult credeți că suferă în urma fenomenelor de contrafacere și piraterie ...?**

		Consumatorul					Statul				
		Foarte mult	Mult	Puțin	Foarte puțin/deloc	Nu știu	Foarte mult	Mult	Puțin	Foarte puțin/deloc	Nu știu
<b>Total:</b>		68,5%	22,8%	3,6%	1,5%	3,6%	21,5%	24,8%	21,5%	22,1%	10,1%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	66,7%	23,7%	4,8%	1,8%	3,1%	23,9%	26,9%	22,3%	19,9%	7,1%
	<b>Feminin</b>	70,1%	22,0%	2,6%	1,2%	4,1%	19,3%	23,0%	20,7%	24,2%	12,8%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	66,5%	23,6%	6,0%	1,9%	2,1%	23,1%	25,3%	23,0%	20,0%	8,6%
	<b>30-65 de ani</b>	70,9%	22,3%	2,5%	1,4%	2,9%	20,5%	26,1%	20,8%	22,9%	9,8%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	65,1%	22,4%	3,3%	1,2%	8,1%	22,1%	23,7%	16,4%	23,4%	14,4%
	<b>Medii generale, liceu</b>	65,8%	22,8%	4,9%	1,1%	5,4%	18,9%	21,2%	24,2%	22,8%	12,9%
	<b>Medii profesionale</b>	67,4%	26,2%	3,4%	1,4%	1,6%	21,9%	25,3%	21,8%	22,7%	8,3%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	72,6%	21,1%	3,0%	1,9%	1,4%	22,9%	27,8%	21,4%	20,8%	7,1%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	66,2%	24,2%	4,0%	1,8%	3,9%	21,3%	25,5%	21,3%	21,5%	10,4%
	<b>Rusă</b>	77,0%	17,6%	2,3%	,3%	2,8%	22,2%	22,1%	22,2%	24,4%	9,2%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	62,9%	24,4%	4,8%	1,5%	6,3%	17,6%	24,7%	22,4%	21,4%	13,9%
	<b>Mediu</b>	73,8%	20,4%	2,2%	,9%	2,9%	26,5%	23,2%	19,0%	21,3%	9,9%
	<b>Înalt</b>	68,8%	23,6%	3,9%	2,0%	1,7%	20,3%	26,5%	22,9%	23,7%	6,6%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	71,1%	19,3%	4,2%	2,5%	2,8%	18,5%	27,4%	21,5%	24,1%	8,5%
	<b>Rural</b>	66,4%	25,5%	3,1%	,6%	4,3%	23,8%	22,7%	21,4%	20,6%	11,5%

**Tabelul 46. Cât de mult credeți că suferă în urma fenomenelor de contrafacere și piraterie ...?**

		Producătorul ale cărui mărfuri sunt contrafăcute/piratate				
		Foarte mult	Mult	Puțin	Foarte puțin/deloc	Nu știu
<b>Total:</b>		26,0%	16,3%	14,9%	32,9%	10,0%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	26,7%	16,7%	14,7%	34,1%	7,8%
	<b>Feminin</b>	25,2%	16,0%	15,0%	31,9%	11,9%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	29,4%	14,3%	18,0%	32,3%	5,9%
	<b>30-65 ani</b>	26,0%	17,5%	12,6%	33,9%	9,9%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	23,3%	17,3%	14,3%	28,9%	16,2%
	<b>Medii generale, liceu</b>	23,6%	16,4%	18,7%	27,8%	13,4%
	<b>Medii profesionale</b>	22,2%	22,7%	12,7%	35,0%	7,4%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	30,9%	12,3%	13,3%	37,5%	6,0%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	26,0%	16,7%	15,5%	32,1%	9,7%
	<b>Rusă</b>	25,8%	14,9%	12,4%	35,8%	11,1%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	19,6%	19,2%	17,3%	28,6%	15,3%
	<b>Mediu</b>	28,7%	15,4%	14,9%	31,0%	10,0%
	<b>Înalt</b>	29,5%	14,3%	12,3%	39,1%	4,7%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	26,1%	13,4%	14,1%	38,5%	7,9%
	<b>Rural</b>	25,8%	18,6%	15,5%	28,5%	11,6%

**Tabelul 47. Cum credeți, ce s-ar putea face pentru a diminua/reduce fenomenele de contrafacere și piraterie?**

		Să se stabilească o pedeapsă grea pentru cei care contrafac/piratează produsele	Să se stabilească o pedeapsă grea pentru cei care cumpără produse contrafăcute/piratare	Să se ieftinească produsele originale ca să fie accesibile pentru toate categoriile de populație	Altceva	Nu știu
<b>Total:</b>		69,5%	1,5%	26,0%	1,8%	1,3%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	70,8%	1,2%	25,6%	1,9%	,5%
	<b>Feminin</b>	68,3%	1,8%	26,3%	1,7%	2,0%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	67,3%	1,3%	28,2%	2,9%	,3%
	<b>30-65 de ani</b>	70,4%	1,7%	25,3%	1,3%	1,3%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	71,2%	1,9%	23,2%	2,3%	1,4%
	<b>Medii generale, liceu</b>	70,7%	2,1%	24,1%	1,4%	1,6%
	<b>Medii profesionale</b>	68,1%	1,9%	27,4%	2,1%	,6%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	68,5%	,7%	27,9%	1,6%	1,3%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	70,4%	1,6%	24,9%	2,1%	1,0%
	<b>Rusă</b>	66,0%	1,3%	30,0%	,6%	2,1%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	69,8%	2,1%	24,1%	1,7%	2,3%
	<b>Mediu</b>	68,9%	,8%	27,8%	1,9%	,7%
	<b>Înalt</b>	69,7%	1,6%	26,1%	1,7%	,9%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	69,9%	2,1%	25,2%	1,8%	1,0%
	<b>Rural</b>	69,1%	1,1%	26,6%	1,8%	1,5%

**Tabelul 48. În opinia Dvs., ce s-ar putea face pentru a stopa fenomenele de contrafacere și piraterie în RM?**

		Politia trebuie să ia măsuri /legi mai aspre	Creșterea amenziilor	Un control mai sever la magazine	Produsele originale trebuie să fie mai ieftine	Schimbarea conducătorii	Nimic	Îmbunătățirea nivelului de trai/crearea locurilor de muncă	Combaterea corupției	Acesele produse să nu mai fie vândute	Altceva	Nu știu/nu răspund
<b>Total:</b>		33,5%	10,8%	14,8%	3,4%	1,6%	3,2%	8,2%	1,0%	4,5%	1,3%	22,6%
<b>Genul:</b>	<b>Masculin</b>	32,5%	13,0%	13,1%	3,4%	2,3%	3,6%	8,4%	1,6%	3,9%	1,1%	21,9%
	<b>Feminin</b>	34,5%	8,8%	16,3%	3,4%	1,0%	2,7%	8,0%	,4%	5,1%	1,4%	23,1%
<b>Grup de vârstă:</b>	<b>15-35 de ani</b>	32,0%	12,6%	12,5%	4,5%	1,5%	3,2%	9,5%	1,1%	6,4%	1,1%	21,8%
	<b>30-65 de ani</b>	35,3%	9,8%	15,4%	3,2%	1,7%	3,4%	7,3%	,9%	3,7%	1,3%	21,7%
<b>Nivel de studii:</b>	<b>Medii incomplete</b>	35,2%	11,8%	15,5%	3,5%	,9%	1,5%	5,8%	,4%	2,4%	,9%	26,2%
	<b>Medii generale, liceu</b>	34,1%	11,4%	13,3%	1,7%	1,6%	5,3%	6,4%	,8%	4,7%	,5%	25,3%
	<b>Medii profesionale</b>	34,1%	4,6%	13,8%	4,5%	2,9%	4,2%	6,6%	1,0%	3,5%	,9%	27,1%
	<b>Superioare, incl. colegiu</b>	32,0%	13,1%	16,2%	4,0%	1,2%	1,7%	11,5%	1,4%	5,8%	2,2%	16,4%
<b>Limba de comunicare preferată:</b>	<b>Română/moldovenească</b>	35,2%	10,6%	14,9%	2,9%	1,7%	2,9%	7,9%	1,1%	4,7%	1,2%	22,0%
	<b>Rusă</b>	27,5%	11,2%	14,6%	5,3%	1,4%	4,1%	9,3%	,8%	3,8%	1,7%	24,7%
<b>Statut socio-economic:</b>	<b>Scăzut</b>	33,9%	9,1%	16,1%	3,2%	1,6%	2,0%	5,8%	,4%	2,7%	1,0%	27,4%
	<b>Mediu</b>	37,1%	10,4%	16,7%	3,6%	1,7%	4,6%	6,2%	1,9%	4,6%	1,0%	18,2%
	<b>Înalt</b>	29,6%	12,8%	11,6%	3,5%	1,6%	2,9%	12,6%	,6%	6,2%	1,7%	22,0%
<b>Mediu de reședință:</b>	<b>Urban</b>	27,4%	14,8%	12,3%	2,9%	1,7%	3,5%	11,9%	1,0%	5,7%	1,4%	21,6%
	<b>Rural</b>	38,4%	7,6%	16,9%	3,8%	1,5%	2,9%	5,2%	1,0%	3,5%	1,1%	23,3%