

## Tablica pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2019.

# IZVRŠNI SAŽETAK

Tablica pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2019.



Tablica pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2019.

*Naručio Ured Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO) od Ipsosa*

Izvršni sažetak: listopad 2019.

# 1. Izvršni sažetak

Tablica pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2019.

## 1.1 SAŽETAK GLAVNIH REZULTATA

Ova je studija nastavak prvog izdanja Tablice pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2016. Ovo je istraživanje posebno usmjereno na prepoznavanje najjačih pokretača i prepreka prilikom kupnje digitalnog sadržaja na internetu ili kupnje fizičkih proizvoda koji se nude na zakonit i nezakonit način. Studija iz 2019. temelji se na ponavljanju iste internetske ankete iz 2016. provedene među mladima (u dobi od 15 do 24 godine) u 28 država članica EU-a (EU28), s ciljem naglašavanja sličnosti između razlika 2016. i danas. U ovom se izvršnom sažetku (priloženom izvješću) nudi jezgroviti prikaz ključnih rezultata i posebnih rezultata u trima područjima digitalnog sadržaja, fizičkih proizvoda i komunikacije.

Najistaknutiji aspekt Tablice pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2019. jest taj da su mnogi rezultati vrlo slični onima iz 2016. Međutim, postoje određene zanimljive rane naznake mogućih promjena u stavovima i ponašanju mladih Europljana, a u ovom su izvješću istaknute znatne razlike i promjene u odnosu na prvo izdanje. Tek treba vidjeti jesu li ovi sitni pomaci znak stvarnih promjena u ponašanju i stavovima mladih ili nisu. U obzir su uzete i demografske razlike među mladima u EU28, kao i znatne razlike među zemljama.

*Kvaliteta je bitna, ali i trošak se ubraja među glavne čimbenike (no njegova se važnost smanjila)*

Kada je riječ o kupnji digitalnog sadržaja ili fizičkih proizvoda, mladima je kvaliteta bitna. Osim toga, njima je bitno da kupnju obavljaju u sigurnom mrežnom okruženju. Premda je odnos troška i cijene važno pitanje, taj pokretač nije više toliko snažan kao u 2016. Argumenti u korist cjenovne pristupačnosti na vrhu su ljestvice razloga zbog kojih se prestaje s ponašanjem koje rezultira povredom prava intelektualnog vlasništva, ali manje mladih u 2019. smatra da je to primarni razlog koji bi zaustavio takvo ponašanje.

*Čini se da je zakonitost mladima postala donekle važnija*

Kada je riječ o mladima i povredi prava intelektualnog vlasništva, postoji velika razlika između kupnje krivotvorenih proizvoda i pristupa digitalnom sadržaju s nezakonitih izvora, jednako kako je bilo i 2016. Samo je jedna od pet osoba kupila krivotvorene proizvode, dok je dvaput toliko osoba pristupilo digitalnom sadržaju s nezakonitih izvora. Indikativan rezultat Tablice pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade u 2019. jest taj da je došlo do **blagog pada (četiri postotna boda) u udjelu mladih koji su nenamjerno pristupili digitalnom sadržaju preko nezakonitih izvora** i porasta u udjelu mladih koji se namjerno nisu željeli koristiti nezakonitim izvorima (11 postotnih bodova). Taj se pomak **ne vidi u sklonosti mladih da kupuju krivotvorene proizvode**, premda je to ponašanje mnogo rjeđe od pristupanja digitalnom sadržaju preko nezakonitih izvora.

Mladi u 2019. uzimaju u obzir zakonitost internetskih izvora za digitalne sadržaje i fizičke proizvode. Došlo je do blagog porasta u broju mladih koji smatraju itekako važnim da proizvod bude original, a ne krivotvorina i postotka među onima koji naglašavaju važnost pružanja internetskog sadržaja na zakonit način. Došlo je do blagog pada u postotku mladih koji tvrde da su kupili krivotvorene proizvode jer im nije bilo bitno jesu li proizvodi originalni ili krivotvoreni i, slično tome, do pada udjela mladih koji su pristupali digitalnom sadržaju preko nezakonitih izvora jer nisu znali drugačije ili nisu vidjeli ništa sporno u tome.

Većina mladih u Europi tvrdi da provode barem jednu provjeru zakonitosti ili nezakonitosti određenog izvora (prilikom kupnje fizičkih proizvoda ili pristupanja digitalnom sadržaju). Uistinu, brojka je neznatno porasla od 2016. (82 % osoba u 2016. tvrdilo je da provodi barem jednu provjeru, u usporedbi s 87 % u

2019.), što ukazuje na to da mladi češće provjeravaju zakonitost izvora kojima se koriste. Najčešća provjera, i to u znatnoj mjeri, jest internetsko pretraživanje kritika, komentara ili mišljenja (58 %). Odmah nakon toga slijedi provjera vlasnika mrežne stranice (31 %), a potom savjetovanje s prijateljima (26 %) i s roditeljima i rodbinom (19 %). Tek nešto više od polovice (55 %) mladih tvrdi da znaju uočiti nezakonite izvore digitalnog sadržaja. Manji broj njih (39 %) smatra da može uočiti nezakonite izvore *fizičkih* proizvoda, a obje su brojke blago porasle u odnosu na rezultate za 2016., s četiri i tri postotna boda.

Gledajući ukupno, ti sitni pomaci ukazuju na potencijalno povećanje u spremnosti mladih da provode provjere, što se može dodatno poticati.

### *Tržište se promijenilo*

Čini se da ideja o pretplatničkim poslovnim modelima za digitalni sadržaj postaje sve važnija, s povećanjem od devet postotnih bodova u broju onih koji smatraju bitnim da se plaća pristup svim vrstama sadržaja. Nadalje, uzorci sadržaja kojim mladi pristupaju znatno su se promijenili od 2016., s padom od 17 postotnih bodova u broju mladih koji tvrde da su se služili nezakonitim izvorima kako bi pristupili glazbi i padom od sedam postotnih bodova u broju onih koji tvrde da su se služili nezakonitim izvorima kako bi pristupili filmovima. Razlozi zbog kojih su se služili nezakonitim izvorima rjeđe se tiču nepostojanja potrebe za registracijom i pristupa pojedinačnom sadržaju. Gledajući ukupno, ti rezultati ukazuju na to da trend prema zakonitim uslugama pretplatničkih usluga, barem na nekim tržištima, može usmjeriti ponašanje mladih na internetu prema tim zakonitim ponudama te, posljedično tome, umanjiti privlačnost nezakonitih ponuda.

### *Mladi će dvaput razmisliti ako osjete prijetnju za osobnu sigurnost, no sve ih je lakše uvjeriti moralnim argumentima*

Mladi su osjetljivi na rizike koji ih mogu ugroziti ako odluče sudjelovati u ponašanju kojim se krše tuđa prava intelektualnog vlasništva na internetu. Rizik od krađe podataka na kreditnoj kartici ili moguće zaraze njihovog računala/uređaja virusom ili zlonamjernim softverom najčešći su razlozi zbog kojih mladi dvaput razmisle o kupovini krivotvorenih proizvoda ili digitalnog sadržaja s nezakonitih izvora. Međutim, mladima su pojedini „moralniji” argumenti postali uvjerljiviji. Mladi sve više misle da krivotvoreni proizvodi „nisu *cool*” i sve im je bitnije da „umjetnici/autori i njihov tim ne budu time oštećeni”.

## 1.2 DIGITALNI SADRŽAJ

Baš kao i u 2016., najpopularniji digitalni sadržaj kojim pristupaju mladi jest glazba. Uistinu, gotovo svi (97 %) struje ili preuzimaju glazbu, a više od devet na njih deset struji ili preuzima filmove/serije (94 %) i igre (92 %). Otprilike osam na deset osoba struji ili preuzima obrazovni sadržaj (82 %) i TV- emisije ili sport (79 %). Udjeli u pristupanju e-novinama i časopisima te e-knjigama blago su pali, odnosno iznose 59 % i 56 %.

---

Prilikom odabira digitalnog sadržaja kvaliteta i sigurnost internetske ponude mladima su bitniji od cijene. I kvaliteta i cijena manje su bitni nego što je to bilo 2016., a zakonitost izvora postala je bitnija, pri čemu je taj porast najistaknutiji u Finskoj. Nadalje, mladi će češće tvrditi da je mogućnost plaćanja pretplate važan čimbenik.

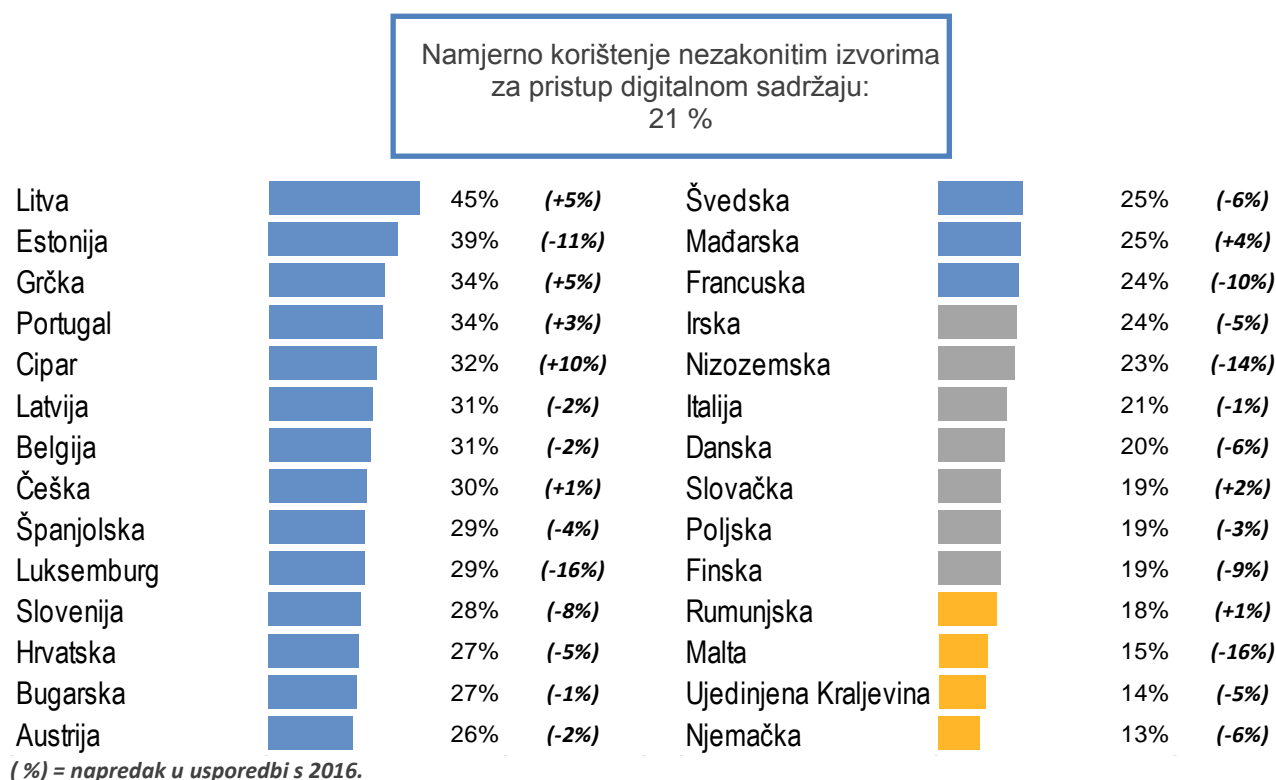
Trećina mladih pristupila je nezakonitom sadržaju, ali vidljiv je pad od pet postotnih bodova od 2016. Stoga je zamjetan porast u udjelu onih koji se *nisu* služili nezakonitim sadržajima.

---

Kada je riječ o pristupanju digitalnom sadržaju putem nezakonitih izvora, jedna trećina mladih imala je pristup nezakonitim izvorima, od kojih je 21 % njih to činilo namjerno, a 12 % *nenamjerno*. Ta je brojka manja nego u 2016. Nadalje, u skladu s time došlo je do porasta u udjelu osoba koje tvrde da se *nisu*

služile nezakonitim izvorima i porast u udjelu osoba koje kažu da nisu sigurne. Gledajući općenito, rijetko je da se mladi oslanjaju isključivo na nezakonite izvore, a 80 % uzorka služi se zakonitim izvorima za pristup digitalnom sadržaju. Ukupno se stupanj do kojeg se mladi služe nezakonitim izvorima za pristup digitalnom sadržaju nije dramatično promijenio, no vidljiva su povećanja u pojedinim zemljama (npr. Cipar) i smanjenja u drugima (npr. Nizozemska, Luksemburg i Malta). Uz jednu iznimku, svaka je zemlja posvjedočila smanjenju u postotku onih koji nisu sigurni je li riječ o nezakonitim ili drugim izvorima.

Slika 1.1.: Udio mladih koji su namjerno pristupili digitalnom sadržaju preko nezakonitih izvora po zemljama



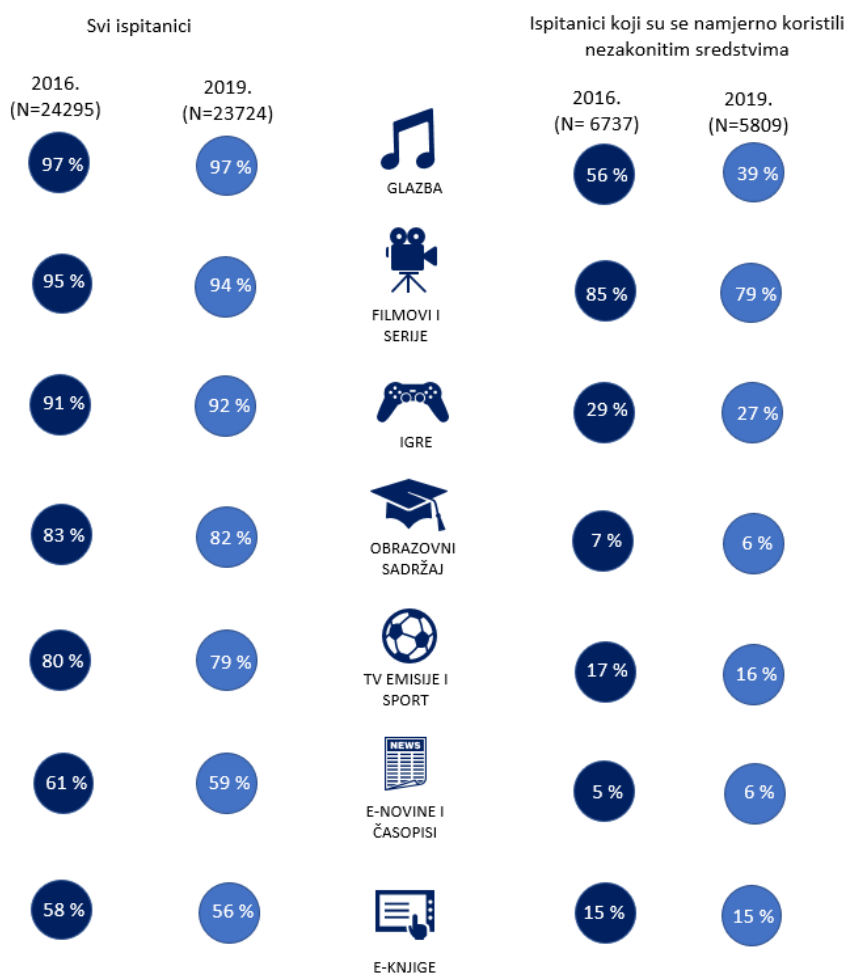
Mladi koji se namjerno služe nezakonitim izvorima za pristup digitalnom sadržaju najviše to čine radi pristupanja filmovima i serijama. Vidljiv je zamjetan pad u broju osoba koje se služe nezakonitim izvorima radi pristupanja glazbi, a gotovo svi mladi preuzimaju ili struje glazbu na internetu, pri čemu tek 39 % njih koji se služe nezakonitim izvorima to čini radi pristupanja glazbi, što je pad od 17 postotnih bodova od 2016.

Glavni razlog zbog kojeg se mladi namjerno služe nezakonitim izvorima jest cijena, i to navodi skoro polovica (56 %), ali drugi razlozi uključuju nedostatak zakonitih ponuda (30 %) i dojam da je nezakoniti izbor ponude veći (26 %). Važnost cijene kao pokretača smanjio se za gotovo 10 postotnih bodova od 2016.

Gotovo uvijek postoje razlozi koji će zaustaviti mlade u korištenju nezakonitim izvorima za pristupanje digitalnom sadržaju. Oni se uglavnom odnose na postojanje pristupačnije ponude (55 %), nakon čega slijede rizik od kažnjavanja (35 %) i loša osobna iskustva (29 %).

Specifična vrsta nezakonitog sadržaja kojem mladi namjerno pristupaju i dalje je do određene mjere povezana s općenitijim obrascima digitalne potrošnje. Stoga, budući da se većina ispitanika digitalno koristi filmovima/serijama, igrama, obrazovnim sadržajem, TV-emisijama, sportom, e-novinama/časopisima i e-knjigama, osobe koje se namjerno služe nezakonitim izvorima čine to ponajviše radi preuzimanja ili strujanja filmova i serija.

Slika 1.2.: Korištenje digitalnim sadržajem pri općenitom i namjernom korištenju sadržajem preko nezakonitih izvora<sup>1</sup>



Međutim, odražavajući ukupni pad u namjernom korištenju nezakonitim digitalnim izvorima, udjeli mladih koji su namjerno pristupili nezakonitim izvorima glazbe ili filmova i serija znatno su manji nego u 2016., odnosno 17 i šest postotnih bodova.

<sup>(1)</sup> Izvor: Pitanje II3.1: Koliko ste često slušali, gledali, čitali, preuzimali, strujali sljedeći sadržaj s interneta ili se njime koristili ili igrali tijekom posljednjih 12 mjeseci? (N=23724) i IV4: Kojom ste se vrstom sadržaja koristili, igrali ili koji ste sadržaj preuzimali ili strujali namjerno sa zakonitog izvora (mrežnog mjesta)? Navedite sve primjenjive odgovore (N=5809).

### 1.3 FIZIČKI PROIZVODI

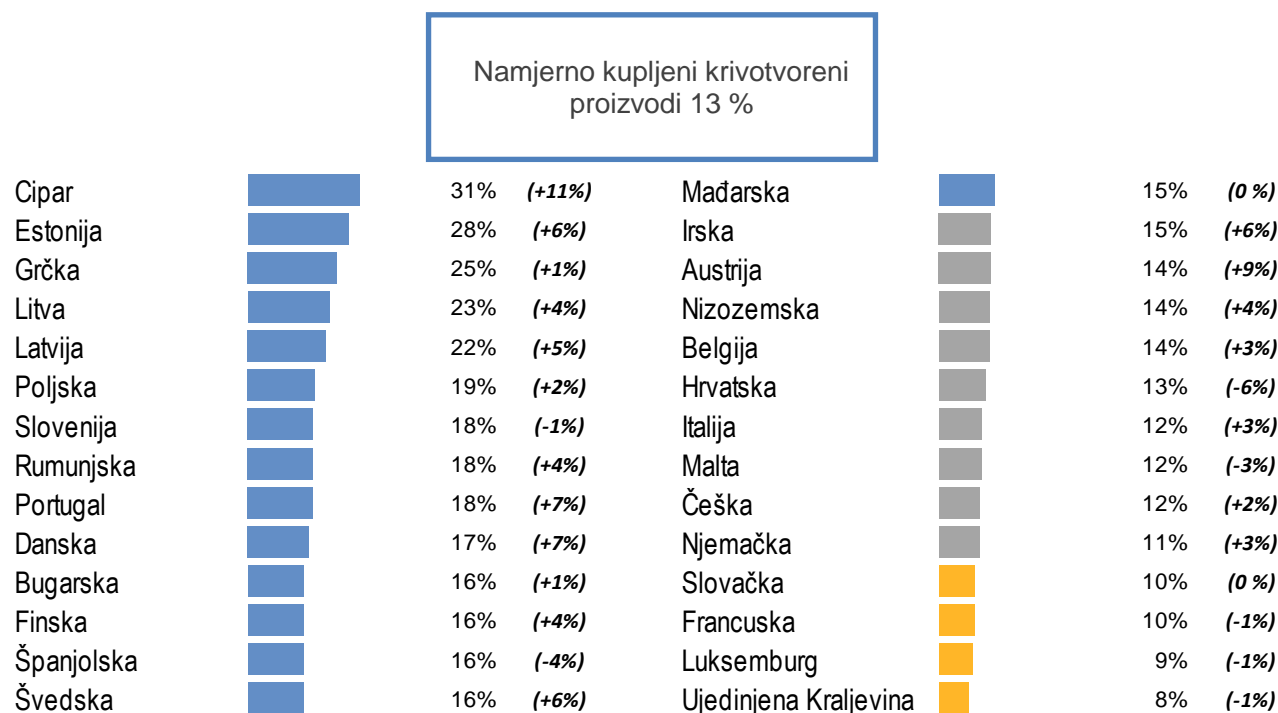
Velika većina mladih Europljana, njih 94 %, u posljednjih je 12 mjeseci kupovala proizvode na internetu. Ta je brojka gotovo jednaka onoj iz 2016. Odjeća, modni dodatci i obuća i dalje su najpopularnije kategorije proizvoda koje mladi kupuju na internetu. Kada je riječ o kategorijama, mladi rjeđe kupuju glazbu i filmove (fizičke verzije proizvoda) na internetu u usporedbi s 2016.

Kao i kod digitalnog sadržaja, ključni čimbenik koji mladi uzimaju u obzir prilikom kupnje proizvoda na internetu jest kvaliteta proizvoda (62 %) i sigurnost metoda plaćanja (61 %). Međutim, još jedan čimbenik, a to je sigurnost mrežnog mjesta, važniji je danas nego 2016., i to za sedam postotnih bodova.

Došlo je do blagog povećanja (tri postotna boda) u kupnji krivotvorenih proizvoda među mladima od 2016., od 22 % na 25 %.

Četvrtina mladih kupila je krivotvorene fizičke proizvode na internetu, pri čemu je njih 13 % to činilo namjerno, a 12 % nenamjerno. Ukupno gledajući, došlo je do blagog porasta (tri postotna boda) u kupnji krivotvorenih proizvoda od 2016. To je povećanje vidljivije u zemljama kao što su Austrija i Cipar nego u drugima, a u Hrvatskoj je došlo do smanjenja u postotku kupljenih krivotvorenih proizvoda. Diljem Europe jedan od deset ispitanika nije siguran je li kupio krivotvorene proizvode ili ne, što je gotovo jednak omjer onome zabilježenom u 2016.

Slika 1.3.: Udio mladih koji su namjerno kupovali krivotvorene proizvode po zemlji



(%) = napredak u usporedbi s 2016.

Najčešće su kupovani krivotvoreni proizvodi odjeća, modni dodatci i obuća. Druge kategorije, uključujući elektroničke uređaje, ulaznice, knjige i časopise, kupuju se relativno rijetko. Ti rezultati nisu znatno izmijenjeni u odnosu na one iz 2016.

Cijena i ovdje igra ključnu ulogu u kupnji krivotvorenih proizvoda. Nadalje, znatna manjina mladih ne razlikuje originalne od krivotvorenih proizvoda i nije im bitno to što su proizvodi krivotvoreni. Premda je redosljed čimbenika isti kao u 2016., smanjen je broj mladih koji navode cijenu.

Manje od jedne na deset osoba koje su namjerno kupile krivotvorene fizičke proizvode navodi da ih ništa neće spriječiti u tome da tu kupnju i ponove. I ponovno bi pristupačnija ponuda originalnih proizvoda, loše iskustvo ili rizik od kažnjavanja spriječili mlade u tome da kupe krivotvorene proizvode, baš kao i u 2016.

#### 1.4 KOMUNIKACIJA

Poruke o osobnoj sigurnosti i riziku i dalje su iznimno bitne mladima, no ujedno je vidljiv i porast triju moralnih argumenata protiv povrede prava intelektualnog vlasništva, a osobito da krivotvoreni proizvodi nisu *cool* i da umjetnici/autori zbog toga mogu biti oštećeni.

U Tablici pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade u 2016. pojavile su se dvije glavne teme koje mogu poslužiti kao temelj za svu komunikaciju čiji je cilj podizanje svijesti o pravima intelektualnog vlasništva i negativnim posljedicama krivotvorenja i piratstva. U te se teme ubrajaju osobna sigurnost i rizik i moralne vrijednosti.

Pokazalo se da je u 2016. tema „osobne sigurnosti i rizika” bila važnija od „moralnih vrijednosti”, unatoč tome što su obje bile važne za većinu ispitanika. U 2019. su pak izjave o sigurnosti i riziku važnije, ali vidljiva je zamjetna promjena u rezultatima od 2016., osobito povećanje u udjelu mladih ljudi koji tvrde da bi na njih mogla utjecati tri moralna argumenta:

- da krivotvorena roba i piratstvo jednostavno nisu *cool* (porast od 48 % na 56 %);
- da umjetnici, autori i njihovi timovi time mogu biti oštećeni (porast od 60 % na 66 %);
- da krivotvoreni proizvodi mogu biti loši za okoliš (porast od 58 % na 61%)

Usporedo s tim promjenama, došlo je do *pada* u udjelu mladih koji tvrde da bi na njih mogla utjecati činjenica da novac potrošen na krivotvorene proizvode odlazi u organizirani kriminal. U 2016. tu je tvrdnju odabralo gotovo tri četvrtine mladih, dok je 2019. ta brojka manja za šest postotnih bodova, odnosno iznosi 66 %.