

Quadro di valutazione del rapporto tra i giovani e la proprietà intellettuale 2019

SINTESI

Quadro di valutazione del rapporto

tra i giovani e la proprietà intellettuale
2019

Commissionato a Ipsos dall'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO)

Sintesi: ottobre 2019

1. Sintesi

Quadro di valutazione del rapporto tra i giovani e la proprietà intellettuale 2019

1.1 SINTESI DELLE CONCLUSIONI ESSENZIALI

Questo studio fa seguito alla prima edizione del «Quadro di valutazione del rapporto tra i giovani e la PI 2016». L'obiettivo specifico della ricerca è comprendere i fattori trainanti e gli ostacoli che incidono maggiormente sull'acquisizione online di contenuti digitali o di beni materiali offerti da fonti legali e illegali. Lo studio del 2019 si basa sulla ripetizione della stessa indagine online condotta nel 2016 tra i giovani (da 15 a 24 anni di età) nei 28 Stati membri dell'UE (UE28), per evidenziare le analogie e le differenze tra i due periodi. Questa sintesi a corredo della relazione riepiloga le conclusioni essenziali e i risultati specifici nelle tre sfere relative a contenuti digitali, beni materiali e comunicazione.

L'aspetto che più colpisce del quadro di valutazione del rapporto tra i giovani e la proprietà intellettuale del 2019 è la grande somiglianza di molti dei risultati con quelli osservati nel 2016. Vi sono però anche alcuni primi indicatori interessanti di un possibile cambiamento negli atteggiamenti e nei comportamenti dei giovani europei, e questa relazione evidenzia le analogie e le variazioni degne di nota rispetto alla prima edizione. Resta da vedere se questi piccoli mutamenti siano indicativi di una vera evoluzione del comportamento e degli atteggiamenti dei giovani. Si è tenuto conto anche delle differenze demografiche dei giovani all'interno dell'UE28, nonché delle differenze significative tra i paesi.

La qualità è importante, anche il costo è un fattore essenziale sebbene abbia perso di importanza

I giovani tengono alla qualità quando acquistano contenuti digitali o beni materiali online. Si preoccupano inoltre di fare acquisti in un ambiente online sicuro. Anche se il costo/prezzo figura tra le considerazioni importanti, tale fattore non ha più il peso che aveva nel 2016. Le argomentazioni legate all'accessibilità dei prezzi sono tra le prime ragioni per cessare un comportamento lesivo della proprietà intellettuale; tuttavia, nel 2019 un minore numero di giovani ritiene che si tratti di una ragione primaria.

La legalità sembra avere un impatto leggermente maggiore tra i giovani

In tema di giovani e violazione della proprietà intellettuale esiste una grande differenza tra l'acquisto di prodotti contraffatti e l'accesso a contenuti digitali da fonti illegali, in linea con quanto riscontrato nel 2016. Solo un giovane su cinque aveva acquistato prodotti contraffatti, mentre questa cifra raddoppiava per l'accesso a contenuti digitali da fonti illegali. Un dato indicativo emerso dal quadro di valutazione del rapporto tra giovani e PI del 2019 è la **lieve diminuzione (4 punti percentuali) della percentuale di giovani che hanno avuto accesso intenzionalmente a contenuti digitali attraverso fonti illegali** e un aumento della percentuale che si è intenzionalmente astenuta dall'utilizzo di tali fonti (11 punti percentuali). Si tratta di un cambiamento che **non si rispecchia nella propensione dei giovani ad acquistare merci contraffatte**, sebbene questo comportamento sia molto meno comune rispetto all'accesso a contenuti digitali da fonti illegali.

I giovani nel 2019 tengono in considerazione la legalità delle fonti online per i contenuti digitali e i beni materiali. La percentuale di giovani che sottolineano l'importanza che un articolo sia originale e non contraffatto è leggermente cresciuta, così come la percentuale di chi ribadisce l'importanza che anche i contenuti offerti online siano legali. Si è osservato un leggero calo della percentuale di giovani che affermano di avere acquistato prodotti contraffatti perché non interessati alla loro eventuale autenticità e, analogamente, della percentuale di coloro che hanno fruito di contenuti digitali attraverso fonti illegali perché ignoravano che lo fossero o perché non ci vedevano nulla di male.

La maggior parte dei giovani in Europa afferma di eseguire almeno un controllo per verificare la legalità della fonte (nell'acquisto di beni materiali o nell'accesso a contenuti digitali). La cifra ha registrato un aumento marginale rispetto al 2016 (nel 2016 l'82 % ha dichiarato di avere eseguito almeno un controllo, rispetto all'87 % nel 2019), a indicazione del fatto che i giovani controllano un po' più spesso la legalità delle loro fonti. Il controllo più comunemente effettuato, con un discreto margine, è la ricerca di recensioni, commenti o pareri su internet (58 %), seguito dalla verifica del proprietario del sito (31 %), dal parere degli amici (26%) e dal parere di genitori e parenti (19 %). Poco più di metà dei giovani (55 %) afferma di essere in grado di identificare le fonti illegali di contenuti digitali. Anche se una percentuale minore (39 %) ritiene di sapere identificare le fonti illegali di beni materiali, entrambe le cifre rappresentano un piccolo miglioramento rispetto ai risultati del 2016, rispettivamente di 4 e 3 punti percentuali.

Insieme, questi piccoli cambiamenti indicano una potenziale maggiore disponibilità dei giovani a eseguire controlli, una tendenza che può essere ulteriormente incoraggiata.

Il mercato è cambiato

L'idea di modelli commerciali basati su abbonamento per i contenuti digitali sembra aver guadagnato terreno, con un aumento di 9 punti percentuali di coloro che sottolineano l'importanza di sottoscrivere un abbonamento per accedere a tutti i contenuti. Inoltre, i modelli rispetto ai contenuti a cui i giovani accedono hanno subito un cambiamento significativo rispetto al 2016, con una diminuzione di 17 punti percentuali del numero di giovani che affermano di aver utilizzato fonti illegali per accedere alla musica e di 7 punti percentuali del numero di giovani che dichiarano di avere utilizzato fonti illegali per accedere ai film. I motivi dell'utilizzo di fonti illegali è meno probabile che siano la mancata necessità di registrarsi e la possibilità di accedere ai contenuti per singolo prodotto. Nel complesso, questi risultati suggeriscono che la tendenza verso offerte legali di servizi in abbonamento, almeno in alcuni mercati, potrebbe indirizzare il comportamento online dei giovani verso queste offerte legali e successivamente ridurre la forza di attrazione di quelle illegali.

I giovani ci pensano due volte se percepiscono un rischio per la loro sicurezza personale, ma sono sempre più convinti da argomentazioni di tipo morale

I giovani sono sensibili ai rischi personali legati alla scelta di comportamenti che violano la PI altrui online. Il rischio di furto dei dati della carta di credito o di infezione del computer o dispositivo da virus o malware sono i principali motivi che inducono i giovani a riflettere due volte prima di acquistare contenuti digitali da fonti illegali o prodotti contraffatti. Tuttavia, alcune delle argomentazioni di carattere "morale" sono diventate più convincenti per i giovani. Sempre più giovani ritengono che i prodotti contraffatti "non siano di moda" e si preoccupano che "gli artisti/creativi e i loro collaboratori possano subire un danno".

1.2 CONTENUTI DIGITALI

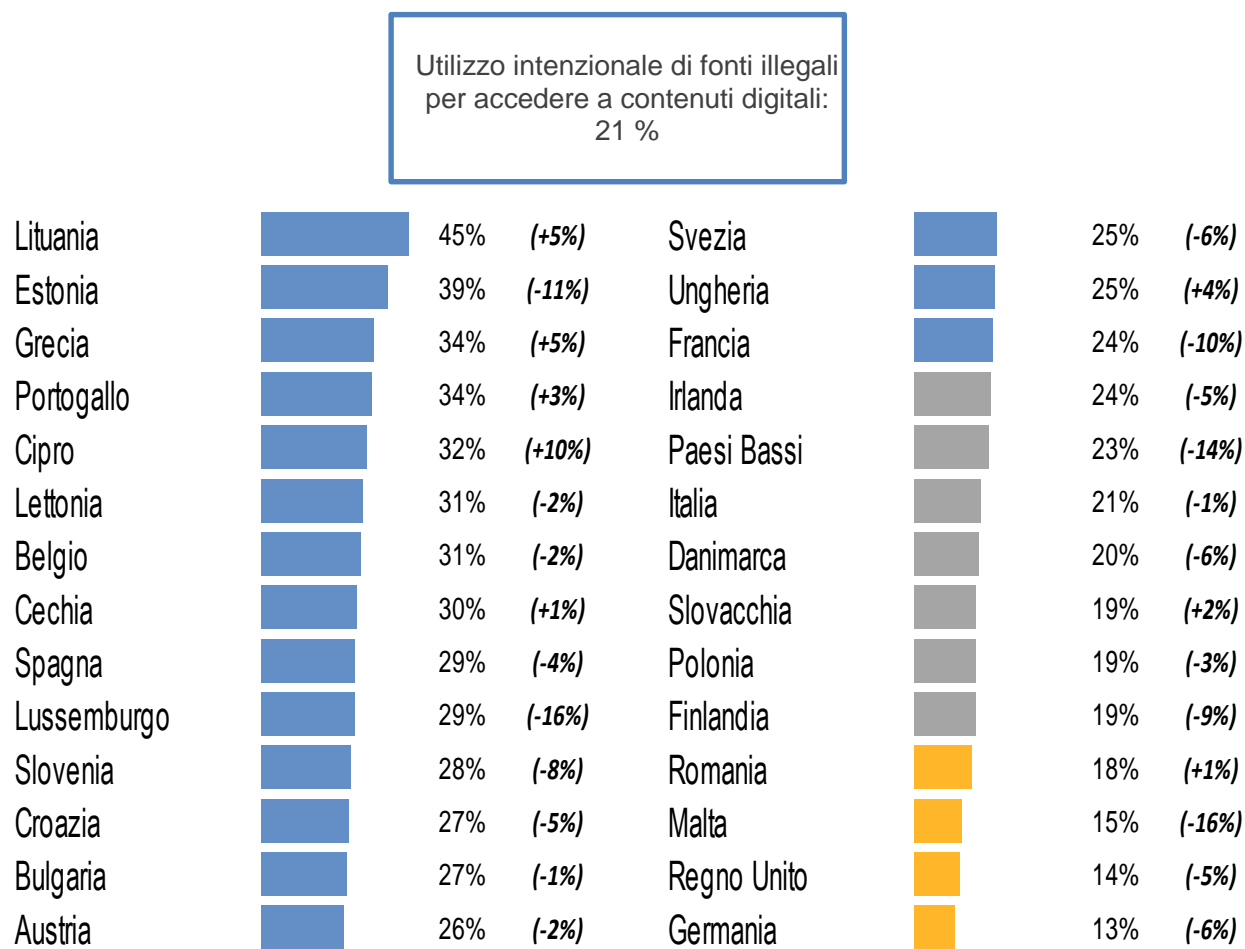
Come avveniva nel 2016, la musica si conferma il contenuto digitale più popolare a cui i giovani hanno accesso. Quasi tutti (97 %) eseguono infatti lo streaming o il download di musica, mentre nove su dieci ricorrono allo streaming o al download di film/serie (94 %) e giochi (92 %). Circa otto su dieci utilizzano in streaming o scaricano contenuti educativi (82 %) e programmi televisivi o eventi sportivi (79 %). Le percentuali di coloro che accedono a quotidiani e riviste online e agli e-book restano un po' più basse, rispettivamente il 59 % e il 56 %.

Per i giovani, la qualità e la sicurezza dell'offerta online sono più importanti del prezzo quando si tratta di scegliere un contenuto digitale. Sia il prezzo sia la qualità hanno perso importanza rispetto al 2016, mentre ha acquistato peso la legalità delle fonti, con un aumento particolarmente evidente in Finlandia. I giovani sono inoltre più inclini ad affermare che la possibilità di pagare un canone di abbonamento rappresenta un fattore importante.

Un terzo dei giovani ha avuto accesso a fonti illegali, tuttavia questa quota è diminuita di 5 punti percentuali rispetto al 2016. Si è registrata perciò una crescita della percentuale che *non* ha utilizzato fonti illegali.

In tema di accesso a fonti illegali per i contenuti digitali, un terzo dei giovani le ha utilizzate, il 21 % intenzionalmente e il 12 % *non* intenzionalmente, con una riduzione in confronto al 2016. Inoltre, si osserva un corrispondente incremento della percentuale di giovani che affermano di *non* avere fatto ricorso a fonti illegali e una riduzione della percentuale che afferma di non esserne sicura. In linea più generale, è raro che i giovani si affidino esclusivamente a fonti illegali: l'80 % del campione utilizza infatti fonti legali per accedere ai contenuti digitali. Il grado di accesso a fonti illegali di contenuti digitali da parte dei giovani non ha subito nel complesso drastici cambiamenti, a dispetto degli aumenti in alcuni paesi (ad esempio Cipro) e delle diminuzioni in altri (ad esempio Paesi Bassi, Lussemburgo e Malta). Con un'eccezione, ogni paese ha registrato una riduzione della percentuale di giovani che non sono certi dell'illegalità delle fonti.

Figura 1.1. Percentuale di giovani che hanno avuto accesso intenzionalmente a contenuti digitali da fonti illegali per paese



(%) = evoluzione rispetto al 2016

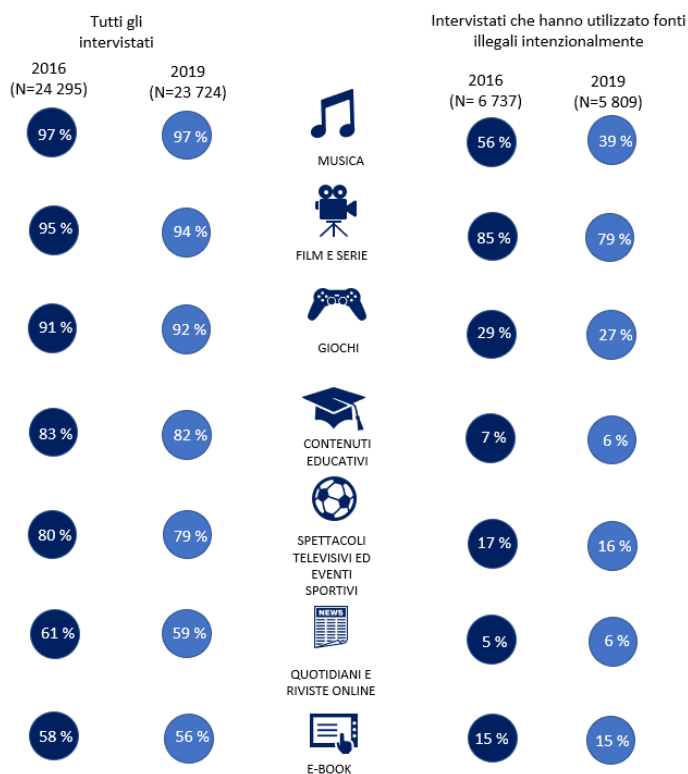
I giovani che ricorrono intenzionalmente a fonti illegali per accedere a contenuti digitali lo fanno principalmente per film e serie. Si è osservata una notevole diminuzione del numero di utilizzatori di fonti illegali per accedere alla musica: anche se quasi tutti i giovani eseguono il download o lo streaming di musica online, solo il 39% di coloro che utilizzano intenzionalmente fonti illegali lo fa per la musica, con un calo di 17 punti percentuali rispetto al 2016.

Il motivo principale per cui i giovani utilizzano intenzionalmente fonti illegali è il prezzo: lo cita infatti oltre la metà (56 %) degli intervistati; altri motivi includono tuttavia la mancanza di un'offerta legale (30 %) e la percezione che vi sia una più ampia scelta di contenuti disponibili illegalmente (26 %). Il prezzo come fattore trainante è diminuito di quasi 10 punti percentuali rispetto al 2016.

Esistono quasi sempre ragioni in grado di dissuadere i giovani dal ricorso a fonti illegali per accedere a contenuti digitali. Esse riguardano in primo luogo la disponibilità di un'offerta più accessibile in termini di prezzo (55 %), seguita dal rischio di una sanzione (35 %) e da un'esperienza personale negativa (29 %).

La tipologia specifica di contenuti illegali a cui i giovani accedono intenzionalmente continua a evidenziare una limitata correlazione con i modelli di consumo digitale più generali. Pertanto, se da un lato la maggior parte degli intervistati fruisce digitalmente di film/serie, giochi, contenuti educativi, spettacoli televisivi, eventi sportivi, quotidiani e riviste online ed e-book, dall'altro chi accede intenzionalmente a fonti illegali lo fa principalmente per scaricare o vedere in streaming film e serie.

Figura 1.2. Uso di contenuti digitali in generale e uso intenzionale di contenuti da fonti illegali ⁽¹⁾



Tuttavia, in linea con il calo complessivo dell'uso intenzionale di fonti digitali illegali, la percentuale di giovani che accedono intenzionalmente a fonti illegali di musica o film e serie si è sensibilmente ridotta in confronto al 2016, rispettivamente di 17 e 6 punti percentuali.

1.3 BENI MATERIALI

La stragrande maggioranza dei giovani europei (94 %) ha acquistato prodotti online negli ultimi 12 mesi, una percentuale pressoché identica a quella rilevata nel 2016. Abbigliamento, accessori e calzature si confermano le categorie più popolari di prodotti acquistati dai giovani online. Per quanto riguarda le altre categorie, è meno frequente tra i giovani l'acquisto online di musica e film (su supporto fisico) rispetto al 2016.

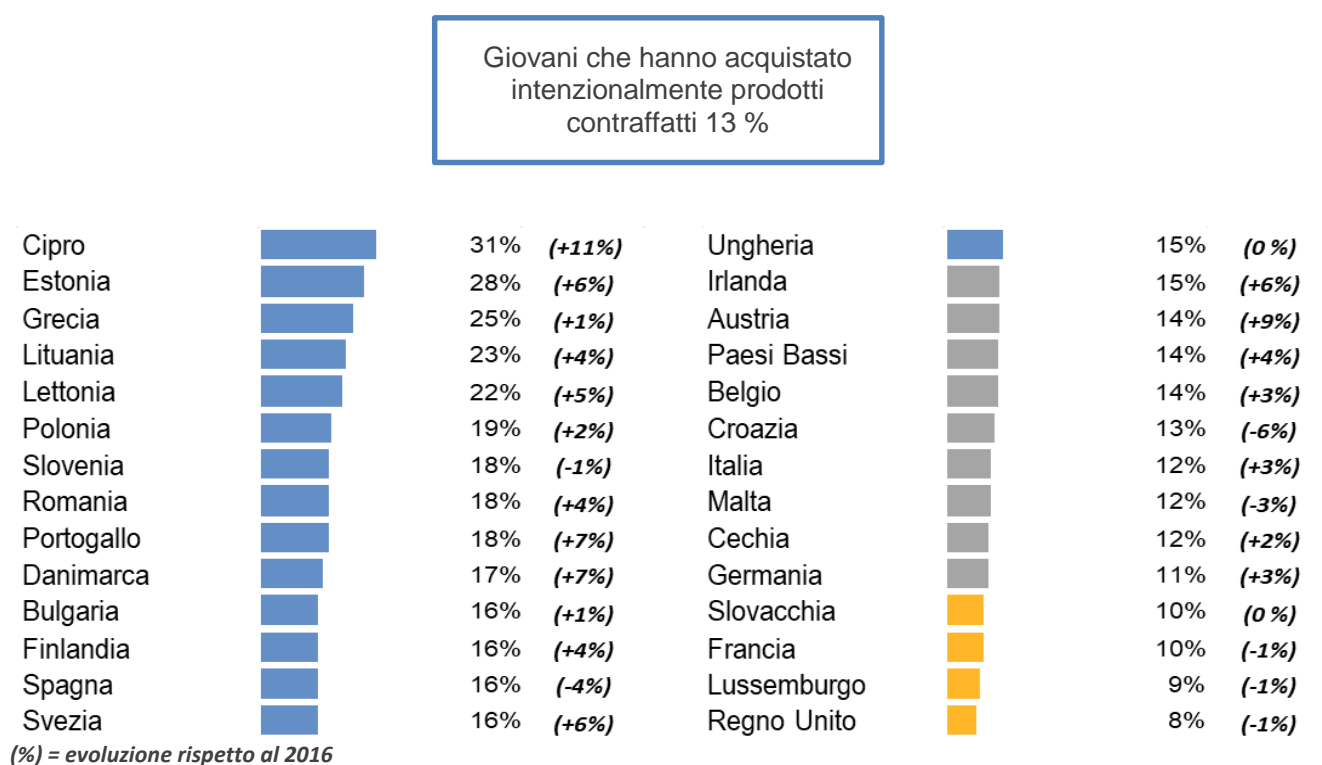
⁽¹⁾ Fonte: Domanda II3.1: Quanto spesso hai ascoltato, visto, letto, usato, riprodotto, scaricato, utilizzato in streaming i seguenti contenuti da internet negli ultimi 12 mesi? (N=23 724) e IV4: Quale tipo di contenuto hai utilizzato, riprodotto, scaricato o utilizzato in streaming intenzionalmente da una fonte legale (sito web)? Si prega di indicare tutte le risposte pertinenti (N=5 809).

Come per i contenuti digitali, il fattore chiave considerato dai giovani nell'acquisto di prodotti online è la qualità del prodotto (62 %) e la sicurezza dei metodi di pagamento (61 %). Un altro fattore, la sicurezza del sito, ha tuttavia guadagnato importanza (7 punti percentuali) rispetto al 2016.

Vi è stato un leggero incremento (3 punti percentuali) dell'acquisto di prodotti contraffatti tra i giovani, dal 22 % al 25 %, in confronto al 2016.

Un quarto dei giovani ha acquistato beni materiali contraffatti online, il 13 % intenzionalmente e il 12 % non intenzionalmente. Nel complesso, dal 2016 si è registrato un lieve aumento (3 punti percentuali) dell'acquisto di prodotti contraffatti, più evidente in paesi come Austria e Cipro che in altri; in realtà, la Croazia ha evidenziato una diminuzione della percentuale di giovani che acquistano merci contraffatte. A livello europeo, un intervistato su dieci non è certo di avere acquistato beni materiali contraffatti: una percentuale quasi identica a quella registrata nel 2016.

Figura 1.3. Percentuale di giovani che hanno acquistato intenzionalmente prodotti contraffatti per paese



I prodotti contraffatti più comunemente acquistati continuano a essere abbigliamento e accessori, oltre alle calzature. Altre categorie, quali dispositivi elettronici, biglietti, libri e riviste, vengono acquistati relativamente di rado. Questi risultati non mostrano variazioni significative rispetto al 2016.

Il prezzo riveste ancora una volta un ruolo chiave nell'acquisto intenzionale di prodotti contraffatti. Inoltre, una minoranza significativa di giovani non vede la differenza tra prodotti reali e contraffatti e l'eventuale contraffazione non rappresenta per loro un problema. Anche se questa classifica dei fattori rispecchia quella del 2016, si è registrata una diminuzione della percentuale di giovani che menziona il prezzo.

Meno di uno su dieci degli acquirenti intenzionali di prodotti fisici contraffatti afferma che nulla gli impedirebbe di farlo di nuovo. Anche in questo caso, un'offerta di prodotti originali a prezzi più accessibili,

un'esperienza negativa o il rischio di sanzioni indurrebbero i giovani a smettere di acquistare prodotti contraffatti, come nel 2016.

1.4 COMUNICAZIONE

I messaggi riguardo alla sicurezza personale e al rischio hanno ancora un forte impatto tra i giovani, ma parallelamente si è registrato un aumento di tre argomentazioni basate sui valori morali contro la violazione dei diritti di proprietà intellettuale, in particolare che i prodotti contraffatti non sono di moda e che gli artisti/creativi possono subire un danno.

Due temi principali, emersi nel quadro di valutazione del rapporto tra giovani e PI del 2016, potrebbero costituire la base delle comunicazioni intese a sensibilizzare i giovani sui diritti di proprietà intellettuale e sull'impatto negativo della contraffazione e della pirateria: la sicurezza e il rischio di natura personale e i valori morali.

Nel 2016 il tema della «sicurezza e rischio di natura personale» è risultato avere un peso maggiore rispetto ai «valori morali», benché entrambi avessero un forte impatto tra la maggior parte degli intervistati. Anche nel 2019 le affermazioni riguardo alla sicurezza e al rischio sono preponderanti, ma vi è stato anche un notevole cambiamento nei risultati rispetto al 2016; in particolare, un aumento della percentuale di giovani che affermano di essere influenzati da tre considerazioni di carattere morale:

- che i prodotti contraffatti e la pirateria non sono di moda (in aumento dal 48 % al 56 %);
- che gli artisti, i creativi e i loro collaboratori possono subire un danno (in aumento dal 60 % al 66 %);
- che i prodotti contraffatti possono danneggiare l'ambiente (in aumento dal 58 % al 61 %).

Parallelamente a questi cambiamenti, si è avuta una riduzione della percentuale di giovani che affermano di essere influenzati dal pensiero che il denaro speso in prodotti contraffatti vada alla criminalità organizzata. Mentre quasi tre quarti dei giovani hanno scelto questa opzione nel 2016, nel 2019 la cifra è di 6 punti percentuali inferiore, attestandosi al 66 %.