

## Zestawienie wskaźników dotyczących własności intelektualnej i młodych ludzi 2019

# STRESZCZENIE

Zestawienie wskaźników dotyczących własności intelektualnej i młodych ludzi 2019

*Wykonane przez Ipsos na zlecenie Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej*

Streszczenie: październik 2019 r.

# 1. Streszczenie

Zestawienie wskaźników dotyczących własności intelektualnej i młodych ludzi 2019

## 1.1 PODSUMOWANIE NAJWAŻNIEJSZYCH USTALEŃ

Niniejsze badanie jest kontynuacją pierwszej edycji zestawienia wskaźników dotyczących własności intelektualnej i młodych ludzi z 2016 r. Jest ono szczególnie ukierunkowane na zrozumienie, które czynniki motywujące i bariery są najsilniejsze w przypadku nabywania treści cyfrowych przez internet lub zakupu towarów fizycznych, oferowanych legalnie i nielegalnie. W badaniu z 2019 r. wśród młodych ludzi (w wieku 15-24 lat) w 28 państwach członkowskich UE (UE-28) przeprowadzony został ten sam sondaż internetowy, co w 2016 r., aby wypuklić podobieństwa i różnice między ówczesnym okresem a chwilą obecną. Niniejsze streszczenie, które towarzyszy sprawozdaniu, zawiera podsumowanie najważniejszych ustaleń i konkretnych wyników w trzech dziedzinach: treści cyfrowych, towarów fizycznych i komunikacji.

Najbardziej zauważalnym aspektem zestawienia wskaźników dotyczących własności intelektualnej i młodych ludzi z 2019 r. jest to, że wiele z nich jest bardzo podobnych do wyników z 2016 r. Pojawiają się jednak również ciekawe pierwsze przesłanki ewentualnych zmian w postawach i zachowaniu młodych Europejczyków. W sprawozdaniu podkreślono istotne podobieństwa i zmiany od czasu pierwszej edycji. Dopiero okaże się, czy te niewielkie zmiany świadczą o prawdziwej zmianie zachowań i postaw młodych ludzi. Wzięto również pod uwagę różnice demograficzne między młodymi ludźmi w UE-28 oraz znaczne różnice między krajami.

### *Liczy się jakość, cena jest również ważnym czynnikiem, choć straciła na znaczeniu*

W przypadku zakupów treści cyfrowych lub towarów fizycznych przez internet dla młodych ludzi istotna jest jakość. Ważne jest dla nich także dokonywanie zakupów w bezpiecznym środowisku internetowym. Chociaż koszt/cena notowana jest jako istotny czynnik, jego znaczenie nie jest już tak silne jak w 2016 r. Argumenty dotyczące przystępności cenowej plasują się na najwyższym miejscu wśród powodów do zaniechania naruszania praw własności intelektualnej, jednak mniej młodych ludzi w 2019 r. przyznaje, że jest to główna tego przyczyna.

### *Wygląda na to, że zgodność z prawem ma nieco większe znaczenie dla młodych ludzi*

Co się tyczy naruszania praw własności intelektualnej przez młodych ludzi, istnieje znaczna różnica pomiędzy kupnem produktów podrobionych a dostępem do treści cyfrowych pochodzących z nielegalnych źródeł, jak miało to miejsce w 2016 r. Tylko co piąta osoba kupiła towary podrobione, natomiast dwa razy więcej osób uzyskało dostęp do treści cyfrowych pochodzących z nielegalnych źródeł. Orientacyjny wniosek wyciągnięty z zestawienia wskaźników dotyczących własności intelektualnej i młodych ludzi 2019 to **nieznaczny spadek (o 4 punkty procentowe) odsetka młodych ludzi, którzy umyślnie korzystali z treści cyfrowych pochodzących z nielegalnych źródeł** oraz wzrost odsetka osób, które celowo nie korzystały z nielegalnych źródeł (11 punktów procentowych). Zmiana ta **nie znajduje odzwierciedlenia w skłonności młodych osób do kupowania podrobionych towarów**, chociaż zachowanie to jest o wiele mniej powszechne niż dostęp do treści cyfrowych za pośrednictwem nielegalnych źródeł.

W 2019 r. młodzi ludzie biorą pod uwagę legalność internetowych źródeł treści cyfrowych i towarów fizycznych. Wzrósł odsetek młodych osób podkreślających znaczenie oryginalnych produktów, podobnie jak odsetek respondentów uważających, że legalne pochodzenie treści internetowych jest również ważne. Odnotowano nieznaczny spadek odsetka młodych ludzi, którzy twierdzą, że kupili podrobione towary, ponieważ nieistotne było dla nich to, czy są autentyczne czy fałszywe, a także odsetka tych, którzy

uzyskali dostęp do treści cyfrowych za pośrednictwem nielegalnych źródeł, ponieważ nie wiedzieli o innej możliwości lub ponieważ nie widzieli w tym nic złego.

Większość młodych ludzi w Europie twierdzi, że sprawdzają co najmniej raz, czy dane źródło jest legalne lub nielegalne (przy zakupie towarów fizycznych lub uzyskując dostęp do treści cyfrowych). W rzeczywistości liczba ta nieznacznie wzrosła od 2016 r. (82% respondentów w 2016 r. wymieniło co najmniej jedną kontrolę w porównaniu z 87% w 2019 r.), co wskazuje, że młodzi ludzie częściej sprawdzają legalność źródeł. Najczęstszym rodzajem kontroli dokonywanej przez wiele osób jest przeglądanie internetu w poszukiwaniu ocen, komentarzy lub opinii (58%). Kolejnym najczęściej stosowanym sposobem kontroli jest sprawdzanie właściciela strony (31%), zwracanie się do znajomych (26%) oraz rodziców lub krewnych (19%). Nieco ponad połowa (55%) młodych ludzi twierdzi, że jest w stanie zidentyfikować nielegalne źródła treści cyfrowych. Mimo że odsetek osób mających poczucie, że są w stanie zidentyfikować nielegalne źródła *fizycznych* towarów jest mniejszy (39%), obie te liczby stanowią pewną poprawę w stosunku do wyników z 2016 r. (odpowiednio o 4 i 3 punkty procentowe).

Łącznie te niewielkie zmiany wskazują być może na coraz większą gotowość młodych ludzi do dokonywania kontroli, do czego można ich jeszcze bardziej zachęcać.

### *Rynek się zmienia*

Wydaje się, że koncepcja modeli biznesowych opartych na abonamentach w odniesieniu do treści cyfrowych zyskała na popularności, ponieważ o 9 punktów procentowych wzrósł odsetek osób, które twierdzą, że uiszczanie abonamentu za dostęp do wszystkich treści jest ważne. Ponadto od 2016 r. znacznie zmieniły się schematy dostępu młodych ludzi w zakresie treści: o 17 punktów procentowych spadła liczba młodych osób twierdzących, że korzystali z nielegalnych źródeł muzyki i o 7 punktów procentowych spadła liczba respondentów korzystających z nielegalnych źródeł filmów. Powodami korzystania z nielegalnych źródeł są w mniejszym stopniu brak konieczności rejestrowania się i dostęp do pojedynczych produktów. Podsumowując, z ustaleń tych wynika, że tendencja w kierunku korzystania z legalnych ofert usług abonamentowych, przynajmniej na niektórych rynkach, może wpływać na zachowanie młodych ludzi w internecie względem tych legalnych ofert, a co za tym idzie – zmniejszać atrakcyjność ofert nielegalnych.

### *Młodzi ludzie dobrze się zastanawiają, jeśli wyczuwają zagrożenie dla ich bezpieczeństwa osobistego, lecz coraz bardziej przekonują ich argumenty moralne*

Młodzi ludzie są wyczuleni na ryzyko dla siebie samych, podejmując działania naruszające prawa własności intelektualnej innych osób w internecie. Ryzyko kradzieży danych kart kredytowych lub zainfekowania ich komputera/urządzenia wirusem / złośliwym oprogramowaniem jest głównym powodem, dla którego młodzi ludzie w sposób przemyślany podchodzą do zakupu treści cyfrowych pochodzących z nielegalnych źródeł lub towarów podrobionych. Niemniej jednak coraz bardziej przekonujące dla młodych ludzi stają się niektóre argumenty „moralne”. Coraz częściej uważają oni, że towary podrobione są „niefajne” i obawiają się, że „artyści/twórcy oraz ich zespoły mogą być poszkodowani”.

## 1.2 TREŚCI CYFROWE

Podobnie jak w 2016 r. wciąż najbardziej popularnym rodzajem treści cyfrowych, do jakich młodzi ludzie uzyskują dostęp, jest muzyka. Jest to prawie cała (97%) strumieniowo odtwarzana lub pobierana muzyka oraz ponad dziewięć z dziesięciu dostępnych w ten sposób filmów/seriali (94%) i gier (92%). Ponadto są to strumieniowo odtwarzane lub dostępne do pobrania treści edukacyjne (82%), programy TV lub sportowe (79%). Odsetek dotyczący dostępu do gazet i czasopism elektronicznych oraz książek elektronicznych jest nadal nieco niższy i wynosi odpowiednio 59% i 56%.

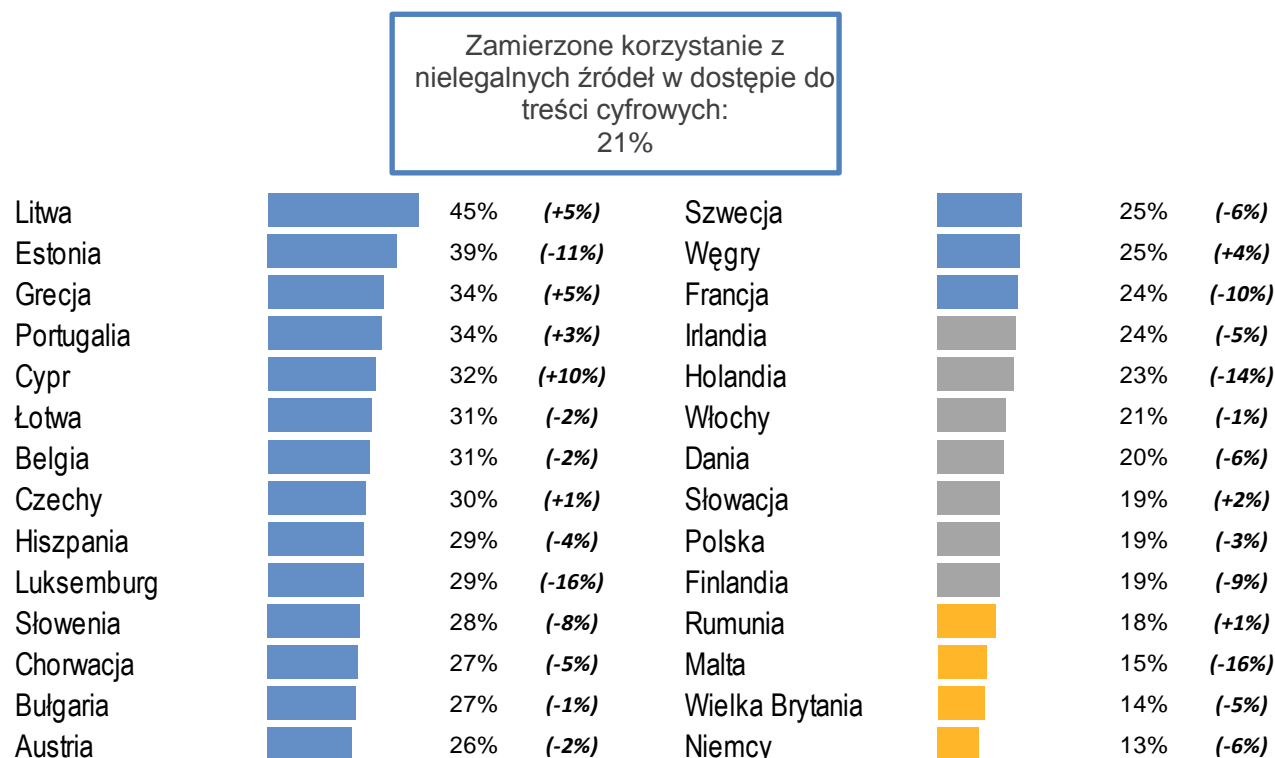
W wyborze treści cyfrowych jakość i bezpieczeństwo oferty internetowej są dla młodych ludzi ważniejsze niż cena. Znaczenie ceny i jakości zmniejszyło się od 2016 r., natomiast legalność źródeł

stała się ważniejsza, przy czym największy wzrost odnotowano w Finlandii. Co więcej, młodzi ludzie częściej twierdzą, iż możliwość wnoszenia opłaty abonamentowej jest ważnym czynnikiem.

Jedna trzecia młodych ludzi uzyskała dostęp do nielegalnych źródeł, ale od 2016 r. odsetek ten zmniejszył się o 5 punktów procentowych. W związku z tym nastąpił wzrost odsetka osób, które *nie* korzystały z nielegalnych źródeł.

Jeśli chodzi o dostęp do nielegalnych źródeł treści cyfrowych, skorzystała z nich jedna trzecia respondentów: 21% w sposób zamierzony i 12% *nieumyślnie*. Jest to mniejszy odsetek niż w 2016 r. Ponadto nastąpił odpowiedni wzrost odsetka osób twierdzących, że *nie* korzystały z nielegalnych źródeł oraz spadek liczby osób niemających pewności. Ogólnie rzecz biorąc, młodzi ludzie rzadko korzystają wyłącznie z nielegalnych źródeł – 80% respondentów sięga do legalnych źródeł treści cyfrowych. Podsumowując, stopień, w jakim młodzi ludzie uzyskują dostęp do nielegalnych źródeł treści cyfrowych, nie uległ radykalnym zmianom, jednak w niektórych krajach (np. na Cyprze) odnotowano wzrost, a w innych – spadek (np. w Holandii, Luksemburgu i na Malcie). We wszystkich krajach, z wyjątkiem jednego, odnotowano spadek odsetka osób mających wątpliwości co do tego, czy źródła są legalne, czy też nie.

Rys. 1.1: Odsetek młodych ludzi, którzy w sposób zamierzony uzyskali dostęp do treści cyfrowych z nielegalnych źródeł w poszczególnych krajach



(%) = zmiana w porównaniu z 2016 r.

Młodzi ludzie, którzy w sposób zamierzony korzystają z nielegalnych źródeł treści cyfrowych, robią to przede wszystkim w celu uzyskania dostępu do filmów i seriali. Odnotowano znaczny spadek liczby osób korzystających z nielegalnych źródeł dostępu do muzyki. Choć prawie wszyscy młodzi ludzie pobierają lub odtwarzają muzykę strumieniowo z internetu, tylko 39% z nich korzysta w tym celu umyślnie ze źródeł nielegalnych, co stanowi spadek o 17 punktów procentowych od 2016 r.

---

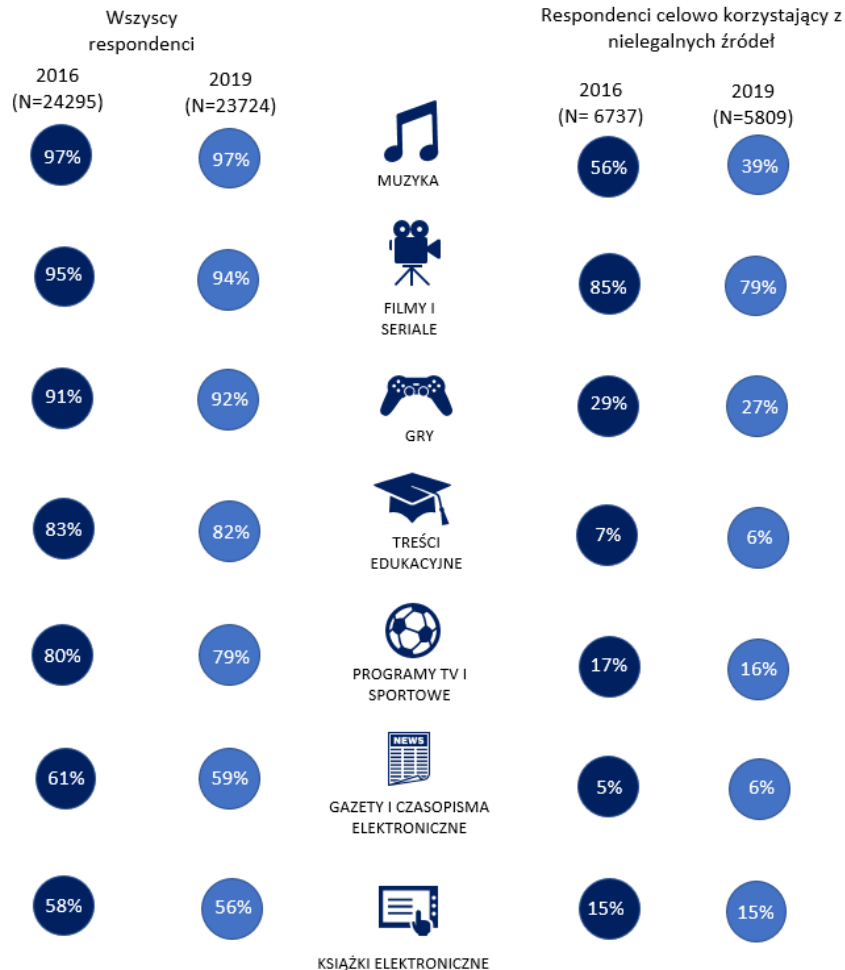
Główną przyczyną zamierzonego korzystania z nielegalnych źródeł przez młodych ludzi jest cena – tak twierdzi ponad połowa (56%) respondentów, lecz również brak legalnej oferty (30%) oraz przekonanie, że źródła nielegalne oferują większy wybór treści (26%). Cena jako główna przyczyna spadła o prawie 10 punktów procentowych od 2016 r.

Prawie zawsze istnieją powody, które powstrzymałyby młodych ludzi od korzystania z nielegalnych źródeł treści cyfrowych. Przede wszystkim wiążą się one z bardziej przystępną cenowo ofertą (55%), następnie z ryzykiem kary (35%), a także ze złym doświadczeniem osobistym (29%).

---

Szczególny rodzaj nielegalnych treści, po które młodzi ludzie sięgają w sposób zamierzony, nadal pokazuje ograniczony związek z ogólnymi wzorcami konsumpcji cyfrowej. Dlatego też chociaż większość wszystkich respondentów korzysta z treści cyfrowych w postaci filmów/seriali, gier, treści edukacyjnych, programów TV, audycji sportowych oraz gazet, czasopism elektronicznych i książek elektronicznych, osoby, które sięgają do źródeł nielegalnych w sposób zamierzony, czynią tak głównie w celu pobrania lub strumieniowego odtwarzania filmów i seriali.

Rys. 1.2: Korzystanie z treści cyfrowych w ogóle oraz zamierzone korzystanie ze źródeł nielegalnych <sup>(1)</sup>



Niemniej jednak, odzwierciedlając ogólny spadek zamierzonego korzystania z nielegalnych źródeł cyfrowych, odsetek młodych ludzi umyślnie korzystających z nielegalnych źródeł muzyki lub filmów oraz seriali jest znacznie niższy niż w 2016 r. – odpowiednio o 17 i 6 punktów procentowych.

### 1.3 TOWARY FIZYCZNE

Przeważająca większość młodych Europejczyków – 94% – zakupiła w ciągu ostatnich 12 miesięcy produkty w internecie, czyli prawie tyle samo co w 2016 r. Odzież, akcesoria i obuwie pozostają najpopularniejszymi kategoriami towarów, które młodzi ludzie kupują przez internet. Jeśli chodzi o inne kategorie, w porównaniu z 2016 r. młodzi ludzie kupują muzykę i filmy w mniejszym zakresie (fizyczne wersje produktów) w internecie.

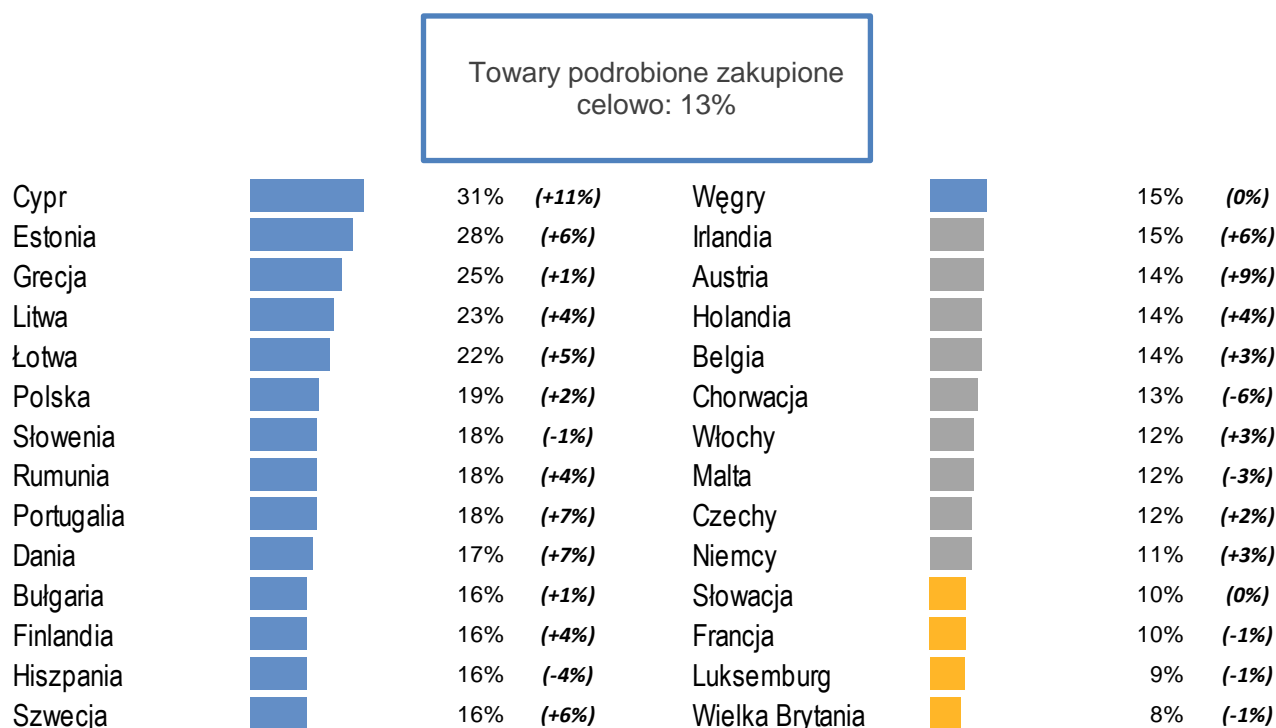
<sup>(1)</sup> Źródło: Pytanie I13.1: W ciągu ostatnich 12 miesięcy jak często słuchałeś, oglądałeś, czytałeś, wykorzystywałeś, odtwarzałeś, pobierałeś lub odtwarzałeś strumieniowo z internetu następujące treści? (N=23724) i IV4: Jakiego rodzaju treści wykorzystywałeś, odtwarzałeś, pobierałeś lub odtwarzałeś strumieniowo ze źródła legalnego (strony internetowej)? Proszę wskazać wszystkie właściwe opcje (N=5809).

Podobnie jak w przypadku treści cyfrowych, kluczowym czynnikiem, który młodzi ludzie biorą pod uwagę przy zakupie produktów przez internet, jest jakość produktu (62%) i bezpieczeństwo metod płatności (61%). Jednak inny czynnik – bezpieczeństwo strony internetowej – zwiększył się od 2016 r. o 7 punktów procentowych.

Odnotowano nieznaczny (o 3 punkty procentowe) wzrost zakupu towarów podrobionych wśród młodych ludzi, z 22% do 25% od 2016 r.

Jedna czwarta młodych ludzi zakupiła w internecie towary podrobione: 13% – umyślnie i 12% – w sposób niezamierzony. Ogółem od 2016 r. nastąpił niewielki wzrost zakupu podrobionych towarów (o 3 punkty procentowe). Wzrost ten był bardziej zauważalny w krajach takich jak Austria i Cypr niż w innych – np. w Chorwacji odnotowano spadek odsetka zakupów towarów podrobionych. W całej Europie co dziesiąty respondent nie ma pewności, czy zakupił towary podrobione, czy też nie; jest to prawie identyczny odsetek jak w 2016 r.

Rys. 1.3: Odsetek młodych ludzi, którzy umyślnie zakupili towary podrobione według kraju



(%) = zmiana w porównaniu z 2016 r.

Najczęściej kupowane towary podrobione to nadal odzież i akcesoria oraz obuwie. Inne kategorie, w tym urządzenia elektroniczne, bilety, książki i czasopisma, są nabywane stosunkowo rzadko. Wyniki te nie wykazują żadnych znaczących zmian w stosunku do 2016 r.

Cena ponownie odgrywa kluczową rolę w umyślnym zakupie towarów podrobionych. Ponadto znaczna mniejszość młodych ludzi nie dostrzega różnic między produktami oryginalnymi a podrobionymi i nie dba o to, czy są one fałszywe. Chociaż kolejność czynników w rankingu jest podobna jak w 2016 r., nastąpił spadek odsetka respondentów podających cenę jako główny powód.



Mniej niż jedna dziesiąta osób, które w sposób zamierzony kupiły towary podrobione, twierdzi, że nic nie powstrzyma ich przed ponownym dokonaniem takiego zakupu. Również w tym przypadku, podobnie jak miało to miejsce w 2016 r., bardziej przystępna cenowo oferta produktów oryginalnych, złe doświadczenia lub ryzyko kary powstrzymałyby młodych ludzi przed kupowaniem produktów podrobionych.

#### 1.4 KOMUNIKACJA

Komunikaty na temat bezpieczeństwa osobistego i ryzyka nadal mają duży wpływ na młodych ludzi, ale jednocześnie odnotowano wzrost znaczenia trzech argumentów moralnych przeciwko naruszeniu praw własności intelektualnej, tj. że podrobione towary nie są fajne, a artyści/twórcy mogą być poszkodowani.

W zestawieniu wskaźników dotyczących własności Intelektualnej i młodych ludzi z 2016 r. wyróżniły się dwa główne trendy, które mogą stanowić podstawę wszelkich komunikatów mających na celu zwiększenie świadomości młodych ludzi w zakresie praw własności intelektualnej oraz negatywnych skutków podrabiania i piractwa. Są to bezpieczeństwo osobiste i ryzyko oraz wartości moralne.

W 2016 r. stwierdzono, że zagadnienie „bezpieczeństwa osobistego i ryzyka” ma większą wagę niż „wartości moralne”, choć oba te elementy miały duże znaczenie w przypadku większości respondentów. W 2019 r. informacje dotyczące bezpieczeństwa i ryzyka ponownie mają duże znaczenie, jednak odnotowano sporą zmianę w ustaleniach w porównaniu z 2016 r. Jest to w szczególności wzrost odsetka młodych ludzi uważających, że na ich wybór miałyby wpływ trzy czynniki oparte na wartościach moralnych:

- to, że podrobione towary i piractwo po prostu nie są fajne (wzrost z 48% do 56%);
- to, że artyści, twórcy i zespoły mogą być poszkodowani (wzrost z 60% do 66%);
- to, że podrobione produkty mogą być szkodliwe dla środowiska (wzrost z 58% do 61%).

Równoległe do tych zmian nastąpił *spadek* odsetka młodych ludzi twierdzących, że mieliby na względzie fakt, iż pieniądze wydane na towary podrobione finansują przestępczość zorganizowaną. Chociaż prawie trzy czwarte młodych ludzi wybrało tę opcję w 2016 r. dane z 2019 r. są o 6 punktów procentowych niższe i wynoszą 66%.