

## Tabloul de bord privind proprietatea intelectuală și tineretul pentru 2019

# REZUMAT

Tabloul de bord privind proprietatea intelectuală și tineretul pentru 2019

*Realizat de Ipsos la comanda Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO)*

Rezumat octombrie 2019

# 1. Rezumat

Tabloul de bord privind proprietatea intelectuală și tineretul pentru 2019

## 1.1 SINTEZA PRINCIPALELOR CONCLUZII

Acest studiu continuă prima ediție a tabloului de bord privind proprietatea intelectuală și tineretul (2016). Scopul specific al cercetării este de a înțelege care sunt factorii de progres/motoarele și obstacolele cele mai importante atunci când se achiziționează conținut digital online sau produse materiale care sunt oferite în mod legal și ilegal. Studiul din 2019 se bazează pe repetarea identică a sondajului online realizat în 2016 în rândul tinerilor (cu vârsta între 15 și 24 de ani) în cele 28 de state membre ale UE (UE-28), pentru a evidenția asemănările și diferențele dintre cele două perioade. Rezumatul care însoțește raportul prezintă pe scurt principalele constatări și rezultatele specifice în cele trei domenii și anume conținut digital, produse materiale și comunicare.

Aspectul cel mai evident cu privire la tabloul de bord din 2019 privind proprietatea intelectuală și tineretul constă în faptul că multe rezultate sunt foarte asemănătoare cu cele înregistrate în 2016. Există însă și câteva indicii anticipate interesante privind o posibilă modificare a atitudinilor și comportamentului tinerilor europeni. În acest sens, prezentul raport subliniază asemănările și modificările importante față de prima ediție. Rămâne de văzut dacă aceste mici schimbări indică sau nu o schimbare reală în comportamentul și atitudinile tinerilor. De asemenea, s-au avut în vedere și diferențele demografice cu privire la tinerii din UE-28 și diferențele semnificative dintre țări.

### *Calitatea contează, costul este de asemenea un factor principal, dar a scăzut în importanță*

Tinerii sunt preocupați de calitate atunci când este vorba să cumpere online conținut digital sau produse materiale. În plus, sunt preocupați să facă cumpărături într-un mediu online sigur. Deși costul/prețul este considerat un aspect important, acest factor nu mai are aceeași pondere ca în 2016. Argumentele referitoare la preț sunt cotate printre motivele care determină cel mai mult renunțarea la un comportament care încalcă drepturile de proprietate intelectuală, însă, în 2019, sunt mai puțini tineri care consideră acest motiv primordial în favoarea renunțării la această practică.

### *Legalitatea pare să conteze puțin mai mult pentru tineri*

În ceea ce privește tinerii și încălcarea drepturilor de proprietate intelectuală, există o mare diferență între achiziționarea de produse contrafăcute și accesarea de conținut digital din surse ilegale, ca și în 2016. Doar unul din cinci tineri a cumpărat produse contrafăcute, în timp ce de două ori mai mulți au accesat conținut digital din surse ilegale. O constatare a tabloului de bord din 2019 privind proprietatea intelectuală și tineretul indică **o ușoară scădere (4 puncte procentuale) în ceea ce privește ponderea tinerilor care au accesat în mod intenționat conținut digital din surse ilegale** și o creștere a proporției celor care nu au recurs în mod intenționat la surse ilegale (11 puncte procentuale). Această schimbare **nu se reflectă în tendința tinerilor de a cumpăra produse contrafăcute**, deși acest comportament este mult mai puțin frecvent decât accesarea de conținut digital prin surse ilegale.

În 2019, tinerii au în vedere legalitatea surselor online de conținut digital și de produse materiale. Procentajul de tineri pentru care este important ca un articol să fie original, nu fals, a înregistrat o ușoară creștere, la fel ca procentajul care indică importanța de a oferi conținut online în mod legal. S-a înregistrat o ușoară scădere a procentajului de tineri care au declarat că au cumpărat produse contrafăcute deoarece nu le păsa dacă erau originale sau false și, în mod similar, a proporției celor care au accesat conținut digital prin surse ilegale, deoarece nu știau să procedeze altfel sau pentru că nu considerau că fac ceva greșit.

Majoritatea tinerilor din Europa afirmă că, atunci când achiziționează produse materiale sau accesează conținut digital, verifică cel puțin o dată legalitatea sursei. Într-adevăr, din 2016, cifra a crescut ușor (82 % din tineri au menționat în 2016 că efectuau cel puțin un control, față de 87 % în 2019), ceea ce arată că tinerii verifică ceva mai des legalitatea surselor. Cel mai frecvent, într-o proporție semnificativă, se verifică căutărilor de recenzii, observații sau opinii pe internet (58 %). Urmează apoi verificarea proprietarului site-ului (31 %), chestionarea prietenilor (26 %), a părinților sau rudelor (19 %). Puțin peste jumătate dintre tineri (55 %) afirmă că sunt capabili să identifice sursele ilegale de conținut digital. Deși mai puțini — 39 % — pot identifica surse ilegale de produse *materiale*, ambele cifre reprezintă o ușoară îmbunătățire față de rezultatele din 2016, cu 4 și, respectiv, 3 puncte procentuale.

Împreună, aceste mici schimbări arată că tinerii sunt din ce în ce mai dispuși să efectueze verificări în acest sens, ceea ce poate fi încurajat în continuare.

### *Piața s-a schimbat*

Ideea de modele de afaceri pentru conținut digital pe bază de abonament pare să fi câștigat adepți, cu o creștere de 9 puncte procentuale în cazul celor care afirmă că este important să plătească un abonament pentru a avea acces la toate tipurile de conținut. În plus, modelele privind produsele accesate de tineri s-au schimbat semnificativ din 2016, înregistrând o scădere cu 17 puncte procentuale a numărului de tineri care au declarat că au recurs la surse ilegale de acces la muzică și o scădere cu 7 puncte procentuale a numărului de respondenți care au afirmat că au folosit surse ilegale de acces la filme. Se pare că motivele pentru care se utilizează surse ilegale au legătură într-o mai mică măsură cu faptul că nu este nevoie să te înregistrezi pentru a accesa conținutul în funcție de articol. Aceste concluzii sugerează împreună că tendința către oferte legale de servicii de abonament, cel puțin pe anumite piețe, poate influența comportamentul online al tinerilor față de aceste oferte legale, reducând apoi atractivitatea ofertelor ilegale.

*Dacă percep un risc pentru siguranța lor personală, tinerii se gândesc de două ori, dar sunt din ce în ce mai convinși de argumentele morale.*

Tinerii sunt sensibili la riscurile la care se expun dacă aleg să adopte un comportament care încalcă drepturile de proprietate intelectuală ale altora în mediul online. Riscul să li se fure datele de pe cărțile de credit sau ca computerul/dispozitivul lor să fie infectate cu virusi/programe malware sunt primele motive pentru care tinerii se gândesc de două ori dacă să cumpere conținut digital provenit din surse ilegale sau produse contrafăcute. Cu toate acestea, câteva dintre argumentele mai „morale” au devenit mai convingătoare pentru tineri. Tinerii consideră din ce în ce mai mult că produsele contrafăcute „nu sunt cool” și își exprimă îngrijorarea cu privire la faptul că „artiștii/creatorii și echipa lor pot fi afectați”.

## 1.2 CONȚINUTUL DIGITAL

Ca și în 2016, muzica rămâne cel mai popular conținut digital accesat de tineri. Într-adevăr, aproape toată lumea (97 %) poate asculta în direct sau poate descărca muzică și peste nouă din zece tineri pot viziona în direct sau descărca filme/seriale (94 %) și jocuri (92 %). În jur de opt din zece vizionează în direct sau descarcă conținut educativ (82 %) și emisiuni de televiziune sau emisiuni sportive (79 %). Proporția celor care accesează ziare, reviste electronice și cărți electronice este oarecum mai mică, în jur de 59 % și, respectiv, 56 %.

---

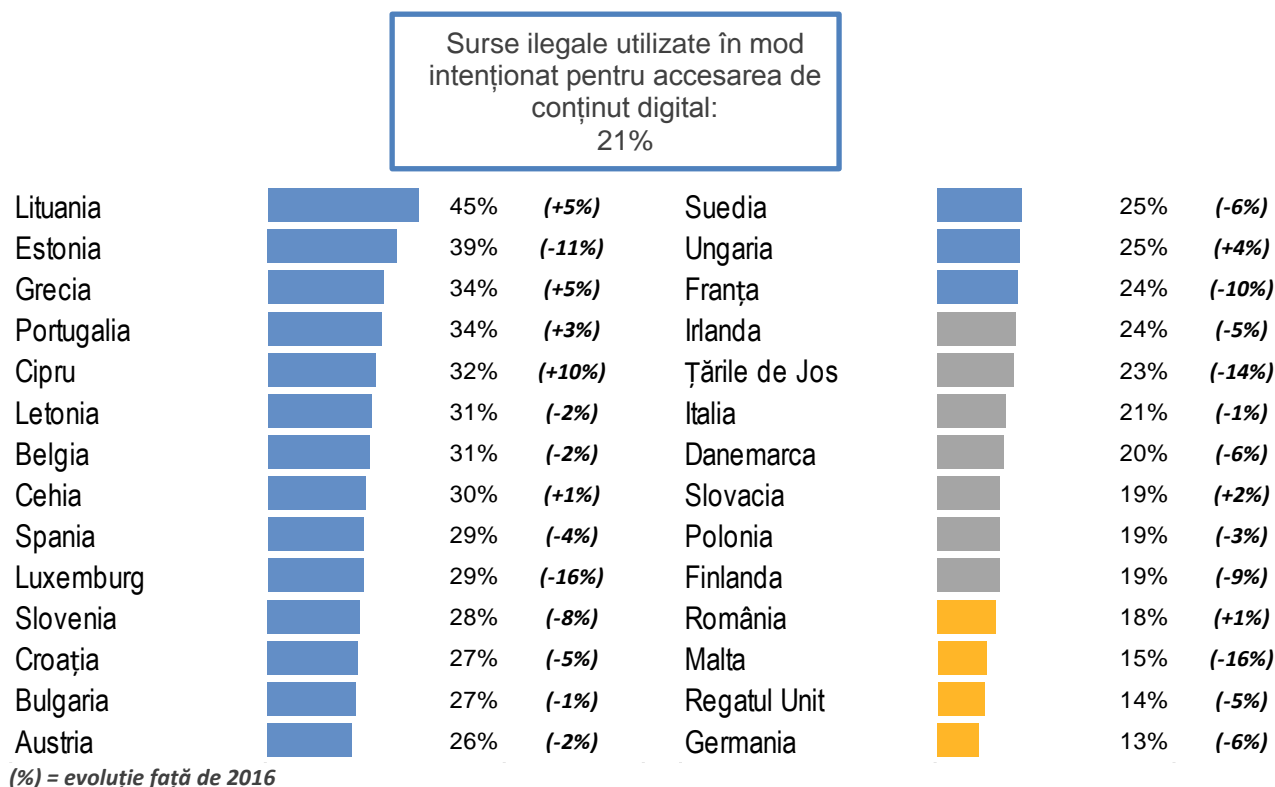
Când aleg conținutul digital, tinerii privilegiază calitatea și siguranța ofertei online decât prețul. Importanța prețului și a calității a scăzut din 2016, în timp ce legalitatea surselor a devenit mai importantă - cea mai evidentă creștere înregistrându-se în Finlanda. În plus, tinerii sunt mai susceptibili de a afirma că a putea plăti o taxă de abonament este un factor important.

---

O treime din tineri au accesat surse ilegale, însă numărul lor a scăzut cu 5 puncte procentuale față de 2016. S-a înregistrat așadar o creștere a proporției celor care *nu* au utilizat surse ilegale.

În ceea ce privește accesarea de surse ilegale de conținut digital, o treime din tineri au accesat surse ilegale, 21 % în mod intenționat și 12 % în mod *neintenționat*. Este mai puțin decât în 2016. În plus, a existat o creștere corespunzătoare a numărului de tineri care au declarat că *nu* au accesat surse ilegale, precum și o scădere a numărului celor care au afirmat că sursele respective nu erau sigure. În general, se întâmplă rar ca tinerii să se bazeze exclusiv pe surse ilegale — 80 % din eșantion utilizează surse legale pentru a accesa conținut digital. În ansamblu, gradul în care tinerii accesează surse ilegale de conținut digital nu s-a modificat semnificativ, numărul lor înregistrând o creștere în unele țări (de exemplu, în Cipru) și o scădere în altele (de exemplu, Țările de Jos, Luxemburg și Malta). Toate țările, cu o excepție, au înregistrat o scădere a procentajului celor care nu sunt siguri dacă sursele sunt ilegale sau de altă natură.

Figura 1.1: Proporția tinerilor care au accesat în mod intenționat conținut digital din surse ilegale, pe țări



Tinerii care utilizează în mod intenționat surse ilegale pentru a accesa conținut digital fac acest lucru în principal pentru a avea acces la filme și seriale. S-a înregistrat o scădere semnificativă a celor care folosesc surse ilegale pentru a accesa muzică — în timp ce aproape toți tinerii pot descărca sau pot asculta muzică online, doar 39 % din cei care folosesc în mod intenționat surse ilegale fac acest lucru pentru a accesa muzică —, o scădere cu 17 puncte procentuale față de 2016.

Motivul principal pentru care tinerii utilizează în mod intenționat surse ilegale este prețul, peste jumătate dintre ei (56 %) menționând acest lucru. Alte motive cuprind lipsa unei oferte legale (30 %) și

---

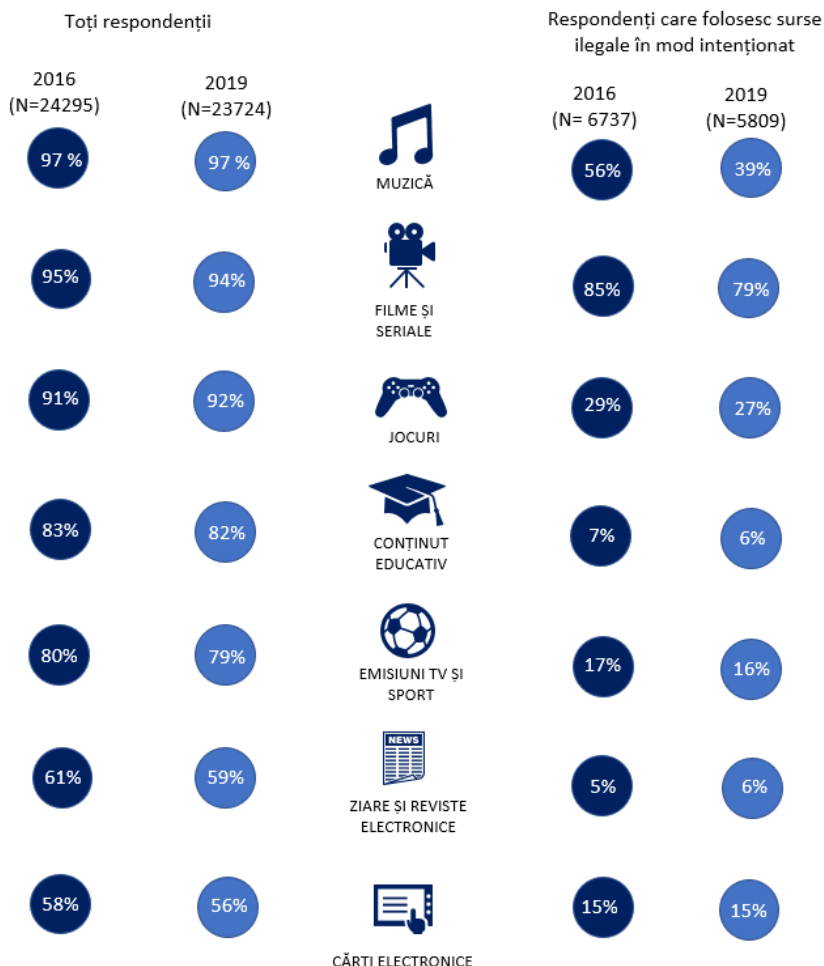
percepția că o gamă mai largă de conținuturi este disponibilă în mod ilegal (26 %). Prețul, ca factor decisiv, a scăzut cu aproape 10 puncte procentuale din 2016.

Aproape întotdeauna există motive care să-i împiedice pe tineri să utilizeze surse ilegale pentru a accesa conținut digital. Acestea se referă, în principal, la o ofertă mai accesibilă (55 %), urmată de riscul de a fi pedepsit (35 %) și de o experiență personală negativă (29 %).

---

Tipul specific de conținut ilegal accesat de tineri în mod intenționat indică în continuare o corelație limitată cu modele mai generale de consum de conținut digital. Prin urmare, în timp ce majoritatea respondenților consumă digital filme/seriale, jocuri, conținut educativ, emisiuni TV, emisiuni sportive, ziare/reviste electronice și cărți electronice, cei care accesează în mod intenționat surse ilegale fac acest lucru, în mod predominant, pentru a descărca filme și seriale sau pentru a le viziona online.

Figura 1.2: Utilizarea de conținut digital în general și utilizarea intenționată de conținut din surse ilegale <sup>(1)</sup>



Cu toate acestea, reflectând scăderea globală a utilizării intenționate de surse digitale ilegale, proporția tinerilor care accesează surse ilegale de muzică sau filme și seriale este semnificativ mai mică decât în 2016 — cu 17 și, respectiv, 6 puncte procentuale.

### 1.3 PRODUSE MATERIALE

Marea majoritate a tinerilor europeni — 94 % — au cumpărat online produse în ultimele 12 luni, procentaj aproape identic cu rezultatul studiului din 2016. Îmbrăcămintea, accesoriile și încălțăminte rămân cele mai populare categorii de produse pe care tinerii le cumpără online. În ceea ce privește alte categorii, tinerii achiziționează mai rar muzică și filme (ca produse fizice) online, în comparație cu 2016.

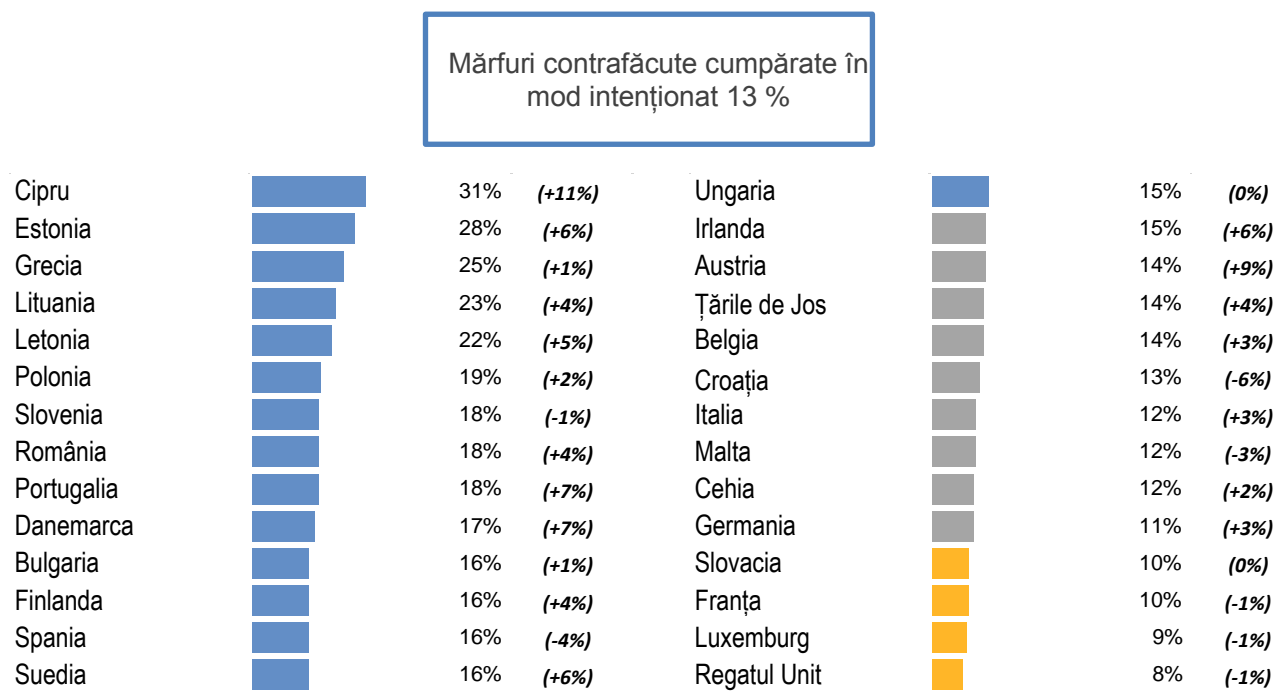
<sup>(1)</sup> Sursa: Întrebarea II3.1: Cât de des ați ascultat, vizionat, citit, utilizat, jucat, descărcat și vizionat online următorul conținut, în ultimele 12 luni? (N=23724) și IV4: Ce tip de conținut ați utilizat, vizionat, descărcat sau vizionat online, în mod intenționat, de la o sursă legală (site internet)? Indicați toate opțiunile aplicabile (N=5809).

Factorii esențiali pe care îi au în vedere tinerii când cumpără produse online sunt, ca și în cazul conținutului digital, calitatea produsului (62 %) și siguranța modalităților de plată (61 %). Un alt factor, siguranța site-ului, a dobândit însă o importanță mai mare începând cu 2016, înregistrând o creștere de 7 puncte procentuale.

S-a constatat o ușoară creștere (3 puncte procentuale) la cumpărarea de produse contrafăcute în rândul tinerilor, de la 22 % la 25 %, începând cu 2016.

Un sfert dintre tineri au cumpărat online produse fizice contrafăcute — 13 % în mod intenționat și 12 % în mod neintenționat. În ansamblu, începând cu 2016, s-a înregistrat o creștere mică (3 puncte procentuale) la achiziționarea de produse contrafăcute. Această creștere a fost mai evidentă în țări precum Austria și Cipru decât în altele. Într-adevăr, Croația a înregistrat o scădere a procentajului de cumpărare de mărfuri contrafăcute. În Europa, unul din zece respondenți nu este sigur dacă a cumpărat sau nu produse fizice contrafăcute. Proporția este aproape identică cu cea înregistrată în 2016.

Figura 1.3: Proporția tinerilor care au cumpărat intenționat mărfuri contrafăcute, pe țară



(%) = evoluție față de 2016

Mărfurile contrafăcute cumpărate cel mai frecvent continuă să fie îmbrăcămintea, accesoriile și încălțăminte. În comparație cu acestea, alte categorii, inclusiv dispozitive electronice, bilete, cărți și reviste sunt cumpărate relativ rar. Rezultatele nu indică nicio schimbare semnificativă în raport cu 2016.

Prețul joacă din nou un rol esențial în achiziționarea intenționată de mărfuri contrafăcute. În plus, o minoritate semnificativă de tineri nu vede diferența dintre produsele originale și cele contrafăcute și nu le pasă dacă sunt false. Această listă de factori indică o scădere, în raport cu 2016, a ponderii prețului menționat.



Mai puțin de unul din zece dintre cei care au cumpărat în mod intenționat produse materiale contrafăcute afirmă că nimic nu i-ar împiedica să o facă din nou. Din nou, o ofertă mai accesibilă de produse originale, o experiență negativă sau riscul de a fi pedepsit îi împiedica pe tineri să cumpere produse contrafăcute, ca și în 2016.

#### 1.4 COMUNICAREA

---

Mesajele privind siguranța și riscul personal la care se expun sunt încă puternice în rândul tinerilor. În același timp însă, au înregistrat o creștere trei argumente bazate pe valori morale împotriva încălcării drepturilor de proprietate intelectuală, cu referire în special la faptul că mărfurile contrafăcute nu sunt „cool” și că artiștii/creatorii pot fi afectați.

---

Tabloul de bord din 2016 privind proprietatea intelectuală și tineretul prezintă două teme principale care ar putea sta la baza oricăror comunicări destinate sensibilizării tinerilor cu privire la drepturile de proprietate intelectuală și la impactul negativ al contrafacerii și al pirateriei. Acestea sunt siguranța și riscul personal și valorile morale.

În 2016, s-a constatat că tema privind „siguranță și risc personal” are o pondere mai mare decât tema privind „valorile morale”, deși ambele au avut un ecou la majoritatea respondenților. În 2019, declarațiile privind siguranța și riscurile au avut din nou cea mai mare pondere, însă, din 2016, s-au înregistrat schimbări majore. S-a constatat în special o creștere a proporției de tineri care afirmă că ar fi influențați de trei motive bazate pe valori morale:

- produsele contrafăcute și pirateria nu sunt cool (în creștere de la 48 % la 56 %);
- artiștii, creatorii și echipele lor ar putea fi afectați (în creștere de la 60 % la 66 %);
- produsele contrafăcute pot fi dăunătoare pentru mediu (în creștere de la 58 % la 61 %).

În paralel cu aceste schimbări, s-a înregistrat o *scădere* a proporției de tineri care afirmă că ar fi influențați de faptul că banii cheltuiți pe produse contrafăcute ajung la crima organizată. În ciuda faptului că aproape trei sferturi dintre tineri au ales această opțiune în 2016, cifra din 2019 este cu 6 puncte procentuale mai mică, ajungând la 66 %.