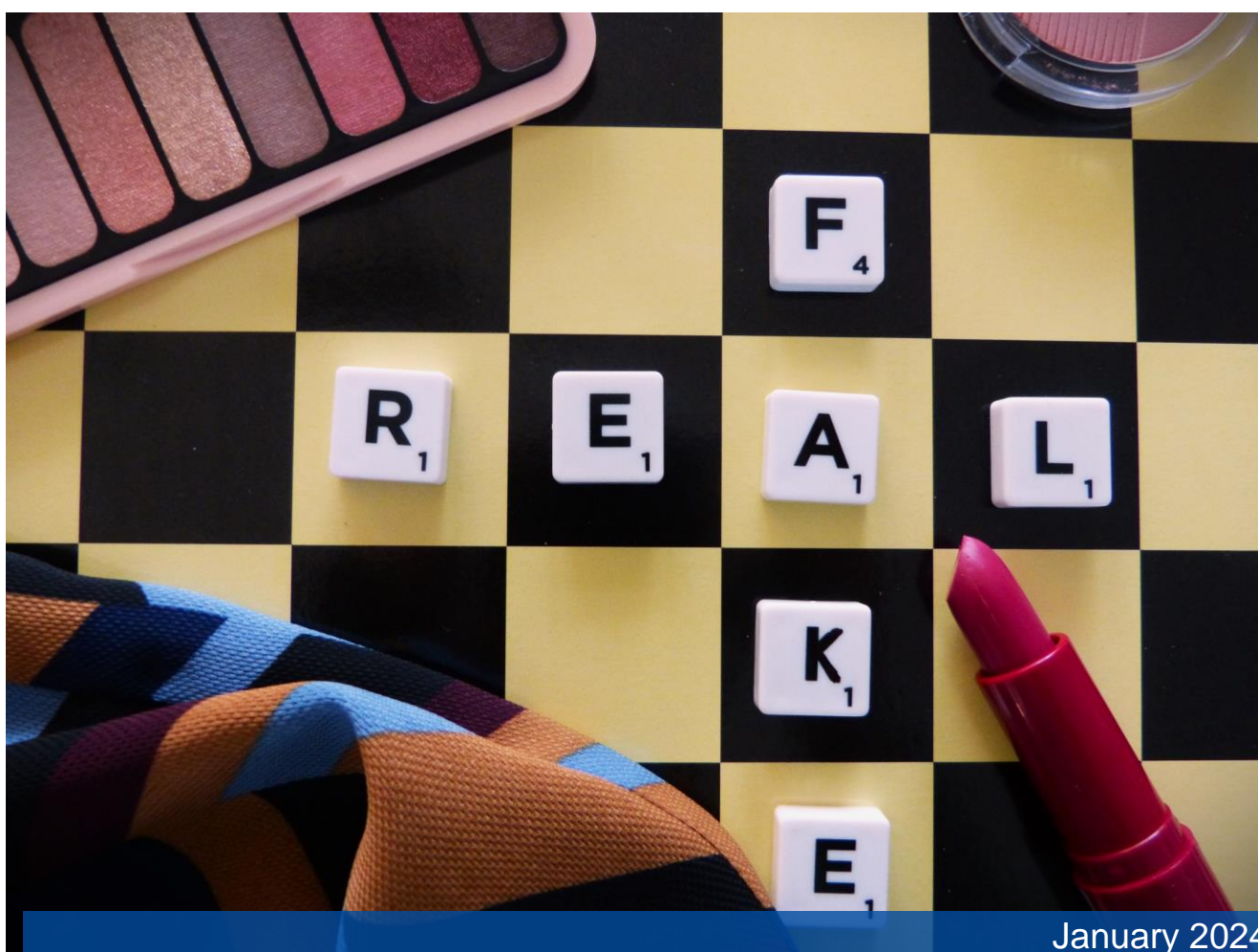


Gospodarcze skutki podrabiania w sektorach odzieżowym, kosmetycznym i zabawek w Unii Europejskiej



GOSPODARCZE SKUTKI PODRABIANIA W SEKTORACH ODZIEŻOWYM, KOSMETYCZNYM I ZABAWEK W UNII EUROPEJSKIEJ

Numer katalogowy: TB-02-23-317-PL-N ISBN: 978-92-9156-348-7 DOI: 10.2814/053613

© Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej, 2024 r.

Zdjęcia: Okładka © Carmen Parrilla

Ponowne wykorzystanie jest dozwolone pod warunkiem podania źródła i wskazania zmian
(CC BY 4.0)

Streszczenie

Europejskie Obserwatorium do spraw Naruszeń Praw Własności Intelektualnej (Obserwatorium) powstało w celu lepszego zrozumienia roli własności intelektualnej i negatywnych konsekwencji naruszeń praw własności intelektualnej (PWI).

W badaniach sektorowych opublikowanych w latach 2015–2018 przeanalizowano oddzielnie dwanaście sektorów w celu ilościowego określenia gospodarczych skutków podrabiania w kilku sektorach gospodarki Unii Europejskiej (UE). Od tego czasu udostępniono nowe informacje, które umożliwiają uwzględnienie dodatkowych aspektów podrabiania towarów, takich jak tendencje w zakresie zatrzymań podrobionych towarów i przestępstw związanych z podrabianiem. Posługując się tą samą metodyką i ulepszonymi danymi, w niniejszym sprawozdaniu oceniono gospodarcze skutki podrabiania towarów dla sprzedaży i zatrudnienia w trzech sektorach: odzieżowym (w tym obuwniczym), kosmetycznym i zabawek.

Szacuje się, że legalny przemysł odzieżowy w latach 2018–2021 stracił średnio prawie 12 mld EUR przychodów rocznie, co stanowi 5,2% sprzedaży odzieży w UE. W wyniku spadku sprzedaży w związku z podrabianiem w tym samym okresie przemysł odzieżowy zatrudniał rocznie o 160 000 osób mniej, przy czym najbardziej dotkniętymi rynkami były Niemcy i Włochy.

Rynek kosmetyków w UE jest znacznie mniejszy niż rynek odzieżowy, stanowiąc około jednej trzeciej jego wielkości pod względem sprzedaży. Szacuje się, że utracona sprzedaż kosmetyków z powodu podrabiania wynosi 3 mld EUR, co odpowiada 4,8% całkowitej sprzedaży. Francuski przemysł kosmetyczny ucierpiał najbardziej w wartościach bezwzględnych, odnotowując straty w sprzedaży w wysokości 800 mln EUR rocznie. Liczbę utraconych miejsc pracy w UE szacuje się na prawie 32 000.

Sektor zabawek jest najmniejszy z trzech sektorów analizowanych w tym badaniu, ale wykazuje najwyższy wskaźnik utraconej sprzedaży wskutek podrabiania: 8,7%, co odpowiada kwocie 1 mld EUR utraconej sprzedaży i zmniejszeniu zatrudnienia w tym sektorze o 3600 osób. Niemiecki przemysł zabawkowy absorbował jedną trzecią sprzedaży utraconej na skutek obecności podrobionych zabawek w Unii Europejskiej.

GOSPODARCZE SKUTKI PODRABIANIA W SEKTORACH ODZIEŻOWYM,
KOSMETYCZNYM I ZABAWEK W UNII EUROPEJSKIEJ

Tabela 1. Roczna utrata sprzedaży i zatrudnienia z powodu podrabiania towarów w trzech sektorach, UE i 27 państwach członkowskich, średnia z lat 2018–2021

	Utracona sprzedaż (%)			Utracona sprzedaż (w mln EUR)			Utrata zatrudnienia (osoby zatrudnione)		
	Odzież	Kosmetyki	Zabawki	Odzież	Kosmetyki	Zabawki	Odzież	Kosmetyki	Zabawki
AT	7,7	5,9	9,8	580	133	71	4 292	970	191
BE	6,6	5,1	8,9	275	134	27	3 424	654	60
BG	8,1	8,7	9,2	88	37	19	7 336	576	218
CY	10,7	7,9	14,1	49	12	3	766	107	..
CZ	4,8	4,2	10,3	125	45	nd.	2 696	1 289	nd.
DE	6,2	4,6	7,4	2 913	724	334	31 339	6 946	1 251
DK	4,7	3,5	10,6	201	38	nd.	1 772	690	nd.
EE	8,7	7,2	5,6	33	9	1	657	76	..
EL	8,0	6,5	7,4	267	80	3	6 297	1 446	26
ES	3,7	5,5	11,1	1 000	398	113	11 208	3 601	235
FI	5,6	2,5	6,8	126	14	6	806	159	..
FR	4,5	4,7	8,8	1 719	801	175	11 860	2 385	182
HR	8,1	6,0	14,2	108	16	11	2 393	211	22
HU	6,2	7,6	13,7	126	51	12	3 247	870	349
IE	10,2	6,0	10,4	349	nd.	nd.	3 196	nd.	nd.
IT	3,7	3,1	10,3	1 700	260	122	19 081	4 938	222
LT	9,1	7,4	8,5	76	20	3	2 015	248	..
LU	9,2	6,9	5,2	50	7	1	320	39	..
LV	3,7	6,6	7,3	17	15	2	487	283	..
MT	5,8	4,8	16,2	nd.	4	nd.	nd.	69	nd.
NL	4,8	4,2	10,9	526	116	nd.	5 786	950	nd.
PL	7,6	5,7	6,6	549	140	39	15 378	2 499	367
PT	6,1	7,7	9,5	337	83	18	9 495	705	23
RO	8,2	7,9	12,2	256	76	27	11 442	1 085	267
SE	4,4	3,0	11,8	443	40	28	2 497	569	20
SI	7,9	6,8	13,1	49	9	7	631	150	42
SK	7,7	6,7	11,4	107	39	8	1 934	201	73
UE	5,2	4,8	8,7	11 944	3 169	1 022	160 352	31 717	3 608

GOSPODARCZE SKUTKI PODRABIANIA W SEKTORACH ODZIEŻOWYM, KOSMETYCZNYM I ZABAWEK W UNII EUROPEJSKIEJ

Źródło: obliczenia autora

.. niskie wartości (< 20 zatrudnionych osób)

nd. Niedostępne

W tabeli 1 przedstawiono wskaźniki sprzedaży utraconej na skutek podrabiania jako udział w całkowitej sprzedaży w trzech sektorach dla wszystkich państw członkowskich Unii Europejskiej. Podczas gdy szacowane wskaźniki utraconej sprzedaży dla sektorów odzieżowego i kosmetycznego są podobnej wielkości, wskaźnik utraconej sprzedaży w sektorze zabawek dla UE jest większy, a także większa jest jego rozpiętość (różnica między wartościami maksymalnymi i minimalnymi) między poszczególnymi krajami. Bezwzględnych strat nie można oszacować dla niektórych państw członkowskich ze względu na brak danych dotyczących legalnej sprzedaży lub zatrudnienia z oficjalnych statystyk.

Sprzedaż utracona w wyniku podrabiania jako udział w całkowitej sprzedaży w każdym sektorze jest szacowana na podstawie modeli ekonometrycznych wykrywających, które z kilku wskaźników podrabiania wpływają na trendy sprzedaży. Można stwierdzić, że im wyższy jest odsetek respondentów, którzy deklarują, że kupili podrobione towary w danym kraju (z badania postrzegania własności intelektualnej), tym wyższy jest odsetek sprzedaży utraconych w wyniku podrabiania towarów w sektorze odzieżowym i kosmetycznym; im więcej zatrzymań ubrań i zabawek na granicach w państwie członkowskim, tym mniejsza sprzedaż utracona w wyniku podrabiania towarów; im więcej zgłoszonych przestępstw związanych z nielegalnymi narkotykami lub przestępstw korupcyjnych, tym większe są skutki podrabiania w tych trzech sektorach; ponadto im większy jest odsetek obywateli, którzy dostrzegają wzrost korupcji w ciągu ostatnich 3 lat, tym większe są skutki podrabiania w sektorze zabawek.

Innym ważnym wynikiem analizy sprzedaży w latach 2018–2021 był znaczny wpływ pandemii COVID-19 na sprzedaż zarówno legalnych, jak i podrobionych towarów, zwłaszcza w sektorze odzieżowym. Potrzebny jest dłuższy okres analizy, aby potwierdzić powrót do poziomów sprzed kryzysu lub strukturalną zmianę w skutkach podrabiania dla różnych sektorów.