

Младите българи купуват повече фалшиви продукти и продължават да ползват незаконно съдържание

- Повече от половината (52 %) от европейците на възраст между 15 и 24 години заявяват, че са закупили поне един фалшив продукт онлайн през изминалата година както умишлено, така и случайно, а една трета (33 %) заявяват, че са ползвали цифрово съдържание от незаконни източници.
- Сред онези, които са го направили преднамерено, 37 % са закупили фалшив продукт, а 21 % са използвали, играли, изтегляли или излъчвали съдържание от незаконни източници.
- В България 39 % от младите хора са закупили умишлено фалшив продукт, а 16 % съзнателно са ползвали пиратско съдържание.
- От друга страна, 60 % от младите европейци заявяват, че предпочитат цифровото съдържание от законни източници, в сравнение с 50 % през 2019 г. В България този процент възлиза на 63 % от младите хора.
- Цената и наличността продължават да бъдат основните фактори за закупуване на фалшификати и за цифрово пиратство, но все по-голямо значение придобива и влиянието от страна на връстниците и обществото.
- Сред основните възпиращи фактори са киберзаплахите, киберизмамите и въздействието върху околната среда.

Проучването за интелектуалната собственост и младежта за 2022 г., публикувано днес от Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO), предоставя актуална информация за поведението на младите хора по отношение на нарушенията на правата върху интелектуалната собственост в периода след пандемията.

Проучването разглежда двете страни на нарушаването на интелектуалната собственост: тенденциите при младите хора, които купуват фалшифицирани стоки, и достъпа до пиратско съдържание, като се оценяват тенденциите от 2016 г. насам.

Повече от половината (52 %) от участвалите в проучването младежи са закупили поне един фалшив продукт онлайн през изминалата година, умишлено или случайно, а една трета (33 %) са ползвали незаконно съдържание онлайн.



Закупуване на фалшификати

Новото проучване се концентрира върху периода след пандемията и установи, че **37 % от младите хора** са закупили **умишлено** един или няколко фалшиви продукта, което представлява значително увеличение в сравнение с предходните резултати (14 % през 2019 г.). Данните варират значително по държави, като най-високият процент е в Гърция (62 %), а най-ниският - в Чехия (24 %).

Фалшифицираните продукти, които младите хора най-често купуват умишлено, са **дрехи и аксесоари** (17 %), следвани от **обувки** (14 %), **електронни устройства**, (13 %), **хигиенни, козметични продукти, продукти за лична хигиена и парфюми** (12 %).

Младите хора обаче са и подвеждани, за да закупят фалшификати: непреднамереното закупуване на фалшиви продукти също възлиза на 37 %¹, а респондентите признават, че е **трудно да се разграничат оригиналните от фалшифицираните стоки**. 48 % не са закупили такива продукти или не са сигурни дали са го направили, или не.

Онлайн пиратство

Що се отнася до цифровото съдържание, потреблението чрез законни източници набира популярност сред по-младите поколения. **60 %** заявяват, че през изминалата година **не са използвали, играли, изтегляли или излъчвали съдържание от незаконни източници** в сравнение с 51 % през 2019 г. и 40 % през 2016 г., което потвърждава тенденцията.

Умишленото пиратство обаче остава стабилно, като **21 %** от младите потребители (всеки пети) признават, че **съзнателно са имали достъп до пиратско съдържание** през последните 12 месеца. Значителна част от младите хора са подведени да ползват незаконно съдържание. 12 % са ползвали незаконно съдържание случайно, а 7 % не знаят дали това им се е случвало. Основният вид пиратско съдържание са филми (61 %) и телевизионни сериали (52 %), следвани от музика (36 %), като се използват предимно специализирани уебсайтове, приложения и канали в социалните медии.

В светлината на новите резултати изпълнителният директор на EUIPO **Кристиан Аршамбо** заяви:

Третото издание на проучването за интелектуалната собственост и младежта, публикувано по време на [Европейската година на младежта](#), потвърждава тенденциите, установени в предишни издания, и предлага по-богата информация за възприятията и нагласите на младите хора. В момент, когато електронната търговия и цифровото потребление нарастват значително, увеличаването на преднамереното и

¹ Данните за 2022 г. не възлизат на 100 %, тъй като за всяка продуктова категория е възможно респондентите да са закупили фалшификат както умишлено, така и непреднамерено в определен момент през последните 12 месеца.



непреднамереното закупуване на фалшиви стоки е тревожна тенденция. Що се отнася до пиратството, то не намалява, въпреки че младите потребители все повече предпочитат съдържание от законни източници. Този нов анализ предоставя ценен инструмент в помощ на заинтересованите страни, създателите на политики, преподавателите и организациите на гражданското общество при формулирането на инициативи за повишаване на осведомеността в подкрепа на информирания избор на нашите млади граждани и потребители.

Основни фактори за закупуване на фалшификати и достъп до пиратско съдържание

Въпреки че **цената и наличността** продължават да бъдат основните причини за закупуване на фалшиви продукти и за преднамерено ползване на пиратско съдържание, **социалните влияния**, като например поведението на семейството, приятелите или познатите, придобиват значителна тежест.

Други фактори включват липсата на интерес дали продуктът е фалшив (или източникът на съдържание е незаконен), липсата на възприятие за разлика между оригиналните и фалшивите продукти, както и лесното намиране или поръчване на фалшиви продукти онлайн. Един от всеки 10 респонденти споменава препоръки от влиятелни личности или известни хора.

Какво кара младите хора да се замислят?

По отношение както на продуктите, така и на цифровото съдържание младите хора посочват личните **рискове от киберизмами и киберзаплахи** като важни фактори, които биха ограничили тяхното поведение. Също така по-доброто разбиране на **отрицателното въздействие върху околната среда** или върху **обществото** вече се споменава по-често от анкетираните млади хора.

БЕЛЕЖКА ЗА РЕДАКТОРИТЕ

Проучването от 2022 г. е продължение на първото и второто издание на [проучването за интелектуалната собственост и младежта](#), публикувани през 2016 г. и 2019 г. Целта на изследването е да се разберат възприятията и поведението на младите хора по отношение на интелектуалната собственост при достъпа до цифрово съдържание или закупуването на материални стоки. Количественият анализ за 2022 г. е извършен сред общо **22 021 млади хора на възраст 15-24 години в 27-те държави членки на ЕС**, между 7 и 28 февруари 2022 г. Проучването за младежта за 2022 г. обхваща количествена и качествена информация относно нагласите и поведението на младите потребители и оценява тенденциите след предишното проучване през 2019 г. В него също така се разглеждат нови области, като по този начин се помага на заинтересованите страни и създателите на политики да приспособят развитието на политиката и да разработят съответни инициативи за повишаване на осведомеността.

ЗА EUIPO



[EUIPO](#) е една от най-големите децентрализирани агенции на ЕС със седалище в Аликанте, Испания. Класирана като [най-новаторската служба за интелектуална собственост в света](#) през 2021 г., EUIPO управлява регистрацията на марки на Европейския съюз (марка на ЕС) и регистрирани дизайни на Общността (РДО), които осигуряват защита на интелектуалната собственост във всички държави членки на ЕС. Тя също така осъществява дейности по сътрудничество с националните и регионалните служби за интелектуална собственост на ЕС и е домакин на Европейската обсерватория за нарушенията на правата на интелектуална собственост.

[Европейската обсерватория за нарушенията на правата върху интелектуалната собственост](#) е създадена през 2009 г. в подкрепа на защитата и прилагането на правата върху интелектуалната собственост и в помощ на борбата с нарастващата заплаха от нарушения на правата върху интелектуална собственост в Европа. Обсерваторията преминава към структурата на EUIPO на 5 юни 2012 г. по силата на Регламент (ЕС) № 386/2012 на Европейския парламент и на Съвета, като тази година отбелязва своята 10-а годишнина.

За контакти с медиите:

Служба за комуникация на EUIPO

Тел.: +34 653 674 113

press@euipo.europa.eu

