

Mladi Europljani kupuju više krivotvorenih proizvoda te i dalje pristupaju piratskom sadržaju

- Više od polovice (52 %) Europljana u dobi od 15 do 24 godine koji su sudjelovali u anketi izjavilo je da su tijekom posljednje godine putem interneta kupili barem jedan krivotvoreni proizvod, namjerno ili slučajno, dok je trećina (33 %) ispitanika izjavila da je pristupila digitalnom sadržaju iz nezakonitih izvora.
- U pogledu ispitanika koji su to učinili namjerno, njih 37 % kupilo je krivotvoreni proizvod, dok je njih 21 % upotrebljavalo, igralo, preuzelo ili *streamalo* sadržaj iz nezakonitih izvora.
- U Hrvatskoj je 31 % mladih namjerno kupilo krivotvoreni proizvod, a njih 28 % svjesno je pristupilo piratskom sadržaju.
- S druge strane, 60 % mladih Europljana izjavilo je da radije pristupa digitalnom sadržaju iz zakonitih izvora, u usporedbi s 50 %, koliko je ta brojka iznosila 2019. U Hrvatskoj taj postotak iznosi 56 % mladih.
- Cijena i dostupnost i dalje su glavni razlozi za kupovinu krivotvorenih proizvoda i za digitalno piratstvo, ali utjecaj vršnjaka i društveni utjecaj postaju sve važniji.
- Kibernetičke prijetnje, prijevare i učinak na okoliš neki su od najvažnijih čimbenika koji odvrćaju mlade od krivotvorina i piratstva.

Tablica pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2022., koju je danas objavio Ured Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO) donosi najnovije informacije o ponašanju mladih u pogledu kršenja prava intelektualnog vlasništva u postpandemijskom kontekstu.

U okviru ankete razmatraju se dvije strane kršenja prava intelektualnog vlasništva: trendovi među mladima povezani s kupovinom krivotvorenih proizvoda i pristupanje piratskom sadržaju, pri čemu se trendovi mjere od 2016.

Više od polovice (52 %) mladih koji su sudjelovali u anketi tijekom posljednje godine kupilo je barem jedan krivotvoreni proizvod putem interneta, namjerno ili slučajno, dok je trećina (33 %) ispitanika pristupila nezakonitom sadržaju na internetu.

Kupovina krivotvorenih proizvoda



Odražavajući postpandemijski kontekst, novom je anketom potvrđeno da je **37 % mladih namjerno** kupilo jedan ili više krivotvorenih proizvoda, što predstavlja značajno povećanje u usporedbi s prethodnim rezultatima (ta je brojka 2019. iznosila 14 %). Ta se brojka značajno razlikuje među zemljama. Najveći je postotak zabilježen u Grčkoj (62 %), a najniži u Češkoj (24 %).

Krivotvoreni proizvodi koje mladi najčešće namjerno kupuju jesu **odjeća i modni dodatci** (17 %), nakon čega slijede **obuća** (14 %) **elektronički uređaji** (13 %) te **higijenski proizvodi, kozmetika, proizvodi za osobnu njegu i parfemi** (12 %).

Međutim, mladi su i zabludom navedeni na kupovinu krivotvorenih proizvoda: nenamjerna kupovina krivotvorenih proizvoda također iznosi 37 % ⁽¹⁾, a ispitanici su priznali da **imaju poteškoće pri razlikovanju originalnih od krivotvorenih proizvoda**. 48 % ispitanika nije kupilo takve proizvode ili nisu bili sigurni jesu li ih kupili ili ne.

Internetsko piratstvo

U pogledu digitalnog sadržaja mlađe generacije sve više pristupaju sadržaju iz zakonitih izvora. **60 %** ispitanika izjavilo je da tijekom posljednje godine **nisu upotrebljavali, igrali, preuzeli ili streamali sadržaj iz nezakonitih izvora**, dok je ta brojka 2019. iznosila 51 %, a 2016. 40 %, što potvrđuje trend.

Međutim, postotak namjernog piratstva sličan je iz godine u godinu: **21 %** mladih potrošača (svaki peti) priznaje da su tijekom posljednjih dvanaest mjeseci **svjesno pristupili piratskom sadržaju**. Značajni udio mladih zabludom je pristupio piratskom sadržaju. Njih 12 % pristupilo je piratskom sadržaju slučajno, dok njih 7 % ne zna je li to učinilo. Glavne vrste piratskog sadržaja bili su filmovi (61 %) i televizijske serije (52 %), nakon čega slijedi glazba (36 %), a većinom su se upotrebljavala namjenske mrežne stranice, aplikacije i kanali društvenih mreža.

S obzirom na nove rezultate, **Christian Archambeau**, izvršni direktor EUIPO-a, izjavio je sljedeće:

Ovo treće izdanje Tablice pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade, objavljeno tijekom [Europske godine mladih](#), potvrđuje trendove utvrđene u prethodnim izdanjima i pruža bolji uvid u percepcije i stavove mladih. U vrijeme kada e-trgovina i digitalna potrošnja bilježe značajan rast, povećanje udjela namjerne i nenamjerne kupovine krivotvorenih proizvoda predstavlja zabrinjavajući trend. Što se tiče piratstva, njegova se učestalost ne smanjuje, iako mladi potrošači u sve većoj mjeri radije biraju sadržaj iz zakonitih izvora. Nova analiza pruža vrijedan alat koji će dionicima, tvorcima politika, kao i edukatorima i organizacijama civilnog društva pomoći u osmišljavanju inicijativa za podizanje razine osviještenosti kako bi našim mladim građanima i potrošačima pomogli u donošenju informiranih izbora.

⁽¹⁾ Zbroj brojki za 2022. ne iznosi 100 % jer su ispitanici za bilo koju kategoriju proizvoda u nekom trenutku tijekom posljednjih dvanaest mjeseci mogli namjerno i nenamjerno kupiti krivotvoreni proizvod.



Ključni razlozi za kupovinu krivotvorenih proizvoda i pristupanje piratskom sadržaju

Iako su **cijena i dostupnost** i dalje glavni razlozi za namjernu kupovinu krivotvorenih proizvoda i pristupanje piratskom sadržaju, sve više raste važnost **društvenih utjecaja**, kao što su ponašanje članova obitelji, prijatelja ili poznanika.

Drugi čimbenici uključuju činjenicu da mladima nije bitno je li proizvod krivotvoren (odnosno, je li izvor sadržaja nezakonit), dojam da ne postoji razlika između originalnog i krivotvorenog proizvoda te činjenicu da je lako pronaći ili naručiti krivotvorene proizvode putem interneta. Svaki deseti ispitanik spomenuo je preporuke utjecajnih ili slavnih osoba.

Zbog čega će mladi dvaput razmisliti?

Mladi su spomenuli osobne **rizike od kibernetičke prijevare i prijetnje** kao važan čimbenik zbog kojeg bi promijenili ponašanje u pogledu proizvoda i digitalnog sadržaja. Osim toga, mladi ispitanici sada češće spominju bolje razumijevanje **negativnog učinka na okoliš** ili na **društvo**.

NAPOMENA UREDNICIMA

Studija iz 2022. nastavlja se na prvo i drugo izdanje [Tablice pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade](#), koja su objavljena 2016. i 2019. Istraživanjem se nastoje razumjeti percepcije i ponašanja mladih u pogledu intelektualnog vlasništva prilikom pristupanja digitalnom sadržaju ili kupovine fizičkih proizvoda. Kvantitativna analiza za 2022. provedena je na uzorku od ukupno **22 021 mlade osobe u dobi od 15 do 24 godine u 27 država članica EU-a** u razdoblju između 7. i 28. veljače 2022. Tablica pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2022. obuhvaća kvantitativne i kvalitativne uvide u stavove i ponašanja mladih potrošača i njome se ocjenjuju trendovi u odnosu na prethodnu studiju, objavljenu 2019. Njome su također sagledana nova područja, čime se dionicima i tvorcima politika pomaže da prilagode kretanja u području politike te da razviju nove inicijative za podizanje razine osviještenosti.

O EUIPO-u

[EUIPO](#) jedna je od najvećih decentraliziranih agencija u EU-u sa sjedištem u Alicanteu u Španjolskoj. EUIPO, koji je 2021. proglašen [najinovativnijim uredom za intelektualno vlasništvo u svijetu](#), upravlja registracijom žiga Europske unije i registriranim dizajnom Zajednice, kojima se jamči zaštita prava intelektualnog vlasništva u svim državama članicama EU-a. EUIPO surađuje i s nacionalnim i regionalnim uredima za intelektualno vlasništvo u EU-u, a sklopu njega djeluje i Europska promatračnica za povrede prava intelektualnog vlasništva.

[Europska promatračnica za povrede prava intelektualnog vlasništva](#) osnovana je 2009. kao podrška u zaštiti i provedbi prava intelektualnog vlasništva i pomoć u borbi protiv sve veće opasnosti od povrede prava intelektualnog vlasništva u Europi. Premještena je u EUIPO



5. lipnja 2012. Uredbom (EU) br. 386/2012 Europskog parlamenta i Vijeća, što znači da se ove godine obilježava njezina deseta obljetnica.

Podaci za kontakt s medijima
Služba EUIPO-a za komunikacije

Telefon: +34 653 674 113

press@euipo.europa.eu

