

## I giovani europei acquistano più prodotti contraffatti e continuano ad accedere a contenuti piratati

- Più della metà (52 %) degli europei intervistati di età compresa tra i 15 e i 24 anni ha riferito di aver acquistato almeno un prodotto contraffatto online nell'ultimo anno, intenzionalmente o accidentalmente, e un terzo (33 %) ha riferito di aver effettuato l'accesso a contenuti digitali da fonti illegali.
- Tra coloro che hanno agito intenzionalmente, il 37 % ha acquistato un prodotto contraffatto e il 21 % ha utilizzato, riprodotto, scaricato o fruito in streaming di contenuti da fonti illegali.
- In Italia il 27 % dei giovani ha acquistato intenzionalmente un prodotto contraffatto e il 24 % ha effettuato l'accesso a contenuti piratati in modo consapevole.
- D'altra parte, il 60 % dei giovani europei ha riferito di preferire l'accesso a contenuti digitali provenienti da fonti legali, rispetto al 50 % del 2019. In Italia, questa percentuale corrisponde al 61 % dei giovani.
- Il prezzo e la disponibilità restano i fattori principali per l'acquisto di prodotti contraffatti e per la pirateria digitale, ma anche l'influenza sociale e dei coetanei è sempre più importante.
- Le minacce informatiche, la frode informatica e l'impatto ambientale sono tra i principali deterrenti.

L'edizione 2022 della scheda di valutazione sui giovani e la proprietà intellettuale, pubblicata oggi dall'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), fornisce un aggiornamento sui comportamenti dei giovani nei confronti delle violazioni della proprietà intellettuale in un contesto post-pandemia.

L'indagine esamina i due aspetti delle violazioni della proprietà intellettuale: le tendenze tra i giovani nell'acquisto di prodotti contraffatti e nell'accesso a contenuti piratati, a partire dal 2016.

**Oltre la metà (52 %) dei giovani intervistati aveva acquistato online almeno un prodotto contraffatto** nell'ultimo anno, intenzionalmente o accidentalmente, e **un terzo (33 %) aveva effettuato l'accesso a contenuti illegali online.**

**Acquisto di prodotti contraffatti**



In linea con il contesto post-pandemia, la nuova indagine ha confermato che il **37 % dei giovani** ha acquistato **intenzionalmente** uno o più prodotti contraffatti, il che rappresenta un aumento significativo rispetto ai risultati precedenti (14 % nel 2019). La cifra varia notevolmente da un paese all'altro: la percentuale più alta si registra in Grecia (62 %) e la più bassa nella Repubblica Ceca (24 %).

I prodotti contraffatti che i giovani acquistano intenzionalmente più spesso sono **abbigliamento e accessori** (17 %), seguiti da **calzature** (14 %), **dispositivi elettronici** (13 %) e **prodotti per l'igiene, cosmetici, prodotti per la cura della persona e profumi** (12 %).

Ma i giovani acquistano prodotti contraffatti anche a causa di indicazioni fuorvianti: l'acquisto non intenzionale di prodotti contraffatti si attesta altresì al 37 % <sup>(1)</sup>, e gli intervistati hanno dichiarato di **avere difficoltà a distinguere i prodotti autentici da quelli contraffatti**. Il 48 % non aveva acquistato tali prodotti o non era certo di averli acquistati o meno.

## Pirateria online

Per quanto riguarda i contenuti digitali, l'accesso da fonti legali sta guadagnando terreno tra le generazioni più giovani. Il **60 %** afferma di **non aver utilizzato, riprodotto, scaricato o fruito in streaming di contenuti da fonti illegali** nell'ultimo anno rispetto al 51 % nel 2019 e al 40 % nel 2016, confermando così la tendenza in atto.

Tuttavia, la pirateria intenzionale rimane stabile, con il **21 %** dei giovani consumatori (uno su cinque) che ammette di aver effettuato l'accesso **a contenuti piratati consapevolmente** negli ultimi 12 mesi. Una percentuale significativa di giovani è stata indotta ad accedere a contenuti piratati da indicazioni fuorvianti. Il 12 % ha effettuato l'accesso a contenuti illegali accidentalmente e il 7 % non sa se lo abbia fatto. Il principale tipo di contenuti piratati era costituito da **film** (61 %) e **serie televisive** (52 %), seguiti da **musica** (36 %), utilizzando principalmente siti web, app e canali di social media dedicati.

Alla luce dei nuovi risultati, il Direttore esecutivo dell'EUIPO, **Christian Archambeau**, ha dichiarato quanto segue:

*Questa terza edizione della scheda di valutazione del rapporto tra i giovani e la proprietà intellettuale, pubblicata nel corso dell'[Anno europeo dei giovani](#), conferma le tendenze rilevate nelle edizioni precedenti e offre approfondimenti più dettagliati sulle percezioni e sull'atteggiamento dei giovani. In un momento in cui il commercio elettronico e il consumo digitale registrano una crescita significativa, l'aumento di acquisti intenzionali e involontari di prodotti contraffatti costituisce una tendenza preoccupante. La pirateria non diminuisce, anche se i giovani consumatori*

---

(1) Le cifre relative al 2022 non totalizzano il 100 % poiché per una determinata categoria di prodotti, a un certo punto nel corso degli ultimi 12 mesi, gli intervistati potrebbero aver acquistato sia intenzionalmente sia involontariamente un prodotto contraffatto.

*preferiscono sempre più contenuti provenienti da fonti legali. Questa nuova analisi fornisce un prezioso strumento per aiutare parti interessate, responsabili politici, educatori e organizzazioni della società civile a elaborare iniziative di sensibilizzazione per sostenere le scelte informate dei nostri giovani cittadini e consumatori.*

## **Fattori chiave alla base dell'acquisto di prodotti contraffatti e dell'accesso a contenuti piratati**

Mentre il **prezzo e la disponibilità** continuano a essere le ragioni principali per cui si acquistano prodotti contraffatti e si accede a contenuti piratati intenzionalmente, **le influenze sociali**, come il comportamento di familiari, amici o persone di propria conoscenza, stanno guadagnando terreno in modo significativo.

Tra gli altri fattori si annoverano il disinteresse riguardo alla legittimità o meno del prodotto (o della fonte del contenuto), la mancata percezione di qualsivoglia differenza tra i prodotti originali e quelli contraffatti nonché la facilità di reperire od ordinare prodotti contraffatti online. Un intervistato su 10 ha fatto riferimento a consigli da parte di influencer o persone famose.

## **Che cosa spinge i giovani a pensarci due volte?**

Sia per i prodotti che per i contenuti digitali, i giovani hanno indicato i **rischi personali di frode informatica** e le **minacce informatiche** come fattori importanti in grado di frenare i loro comportamenti. Inoltre, attualmente i giovani intervistati menzionano più spesso una migliore comprensione dell'**impatto negativo sull'ambiente o sulla società**.

## **NOTA PER I REDATTORI**

Lo studio del 2022 fa seguito alla prima e alla seconda edizione della [scheda di valutazione sui giovani e la proprietà intellettuale](#), pubblicate nel 2016 e nel 2019. Scopo della ricerca è comprendere le percezioni e i comportamenti dei giovani rispetto alla proprietà intellettuale nel momento in cui accedono a contenuti digitali o acquistano prodotti fisici. L'analisi quantitativa relativa al 2022 è stata condotta su un totale di **22 021 giovani di età compresa tra i 15 e i 24 anni nei 27 Stati membri dell'UE**, tra il 7 e il 28 febbraio 2022. La scheda di valutazione dei giovani 2022 contiene informazioni quantitative e qualitative riguardanti l'atteggiamento e i comportamenti dei giovani consumatori e valuta le tendenze osservate rispetto allo studio precedente del 2019. Esamina inoltre nuovi settori, aiutando così parti interessate e responsabili politici ad adeguare gli sviluppi politici e a elaborare iniziative di sensibilizzazione pertinenti.

## **INFORMAZIONI SULL'EUIPO**

L'[EUIPO](#) è una delle più grandi agenzie decentrate dell'UE, con sede ad Alicante (Spagna). Classificato come [l'ufficio della proprietà intellettuale più innovativo al mondo](#) nel 2021, l'EUIPO gestisce la registrazione dei marchi dell'Unione europea (MUE) e dei disegni e modelli comunitari registrati (DMC), entrambi intesi a proteggere la proprietà intellettuale in tutti gli Stati membri dell'UE. Svolge inoltre attività di cooperazione con gli uffici di proprietà



intellettuale nazionali e regionali dell'UE e ospita l'Osservatorio europeo sulle violazioni dei diritti di proprietà intellettuale.

L'[Osservatorio europeo sulle violazioni dei diritti di proprietà intellettuale](#) è stato istituito nel 2009 per sostenere la protezione e l'applicazione dei diritti di proprietà intellettuale, nonché quale ulteriore strumento per contrastare la crescente minaccia di violazioni della proprietà intellettuale in Europa. È stato trasferito all'EUIPO il 5 giugno 2012 mediante il regolamento (UE) n. 386/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio; quest'anno ricorre il suo decimo anniversario.

### **Contatti per i media**

#### **Servizio Comunicazione dell'EUIPO**

Tel. +34 653674113

[press@euipo.europa.eu](mailto:press@euipo.europa.eu)

