

Latvijas jaunieši pērk vairāk viltotu produktu un turpina piekļūt pirātiskam saturam

- Vairāk nekā puse (52 %) aptaujāto eiropiešu vecumā no 15 līdz 24 gadiem norādīja, ka pagājušajā gadā tiešsaistē ir iegādājušies vismaz vienu viltotu produktu gan apzināti, gan nejauši, un trešdaļa (33 %) apgalvo, ka ir piekļuvuši digitālajam saturam no nelegāliem avotiem.
- Savukārt no tiem, kuri to darīja apzināti, 37 % iegādājās viltotu produktu un 21 % izmantoja, atskaņoja, lejupielādēja vai straumēja saturu no nelegāliem avotiem.
- Latvijā 46 % jauniešu apzināti iegādājās viltojumu un 25 % apzināti piekļuva pirātiskam saturam.
- No otras puses, 60 % Eiropas jauniešu norādīja, ka dod priekšroku digitālajam saturam no legāliem avotiem, salīdzinot ar 50 % 2019. gadā. Latvijā šis īpatsvars ir tikai 46 % jauniešu.
- Viltojumu iegādes un digitālā pirātisma galvenie faktori joprojām ir cena un pieejamība, taču arvien lielāka nozīme ir arī vienaudžu un sabiedrības ietekmei.
- Kiberdraudi, kiberkrāpšana un ietekme uz vidi ir vieni no galvenajiem preventīvajiem faktoriem.

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (EUIPO) šodien publiskotajā 2022. gada Rezultātu pārskatā par intelektuālo īpašumu un jaunatni sniegta jaunākā informācija par jauniešu attieksmi pret intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumiem pēcpandēmijas situācijā.

Apsekojumā aplūkotas abas intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumu puses: tendences saistībā ar to, kā jaunieši iegādājas viltotas preces un piekļūst pirātiskam saturam, izvērtējot tās kopš 2016. gada.

Vairāk nekā puse (52 %) aptaujāto jauniešu pagājušajā gadā tiešsaistē bija iegādājušies vismaz vienu viltotu produktu apzināti vai neapzināti, un trešdaļa (33 %) bija piekļuvuši nelegālam saturam tiešsaistē.

Viltotu preču iegāde

Atspoguļojot situāciju pēc pandēmijas, jaunā aptauja apstiprināja, ka **37 % jauniešu apzināti iegādājās vienu vai vairākus viltotus produktus, kas ir ievērojams pieaugums salīdzinājumā ar**



iepriekšējiem rezultātiem (14 % 2019. gadā). Šis rādītājs ir ļoti atšķirīgs katrā valstī, proti, augstākais rādītājs ir Grieķijā (62 %), bet viszemākais — Čehijā (24 %).

Viltotas preces, ko jaunieši visbiežāk pērk apzināti, ir **apģērbs un aksesuāri** (17 %), kam seko **apavi** (14 %), **elektroniskās ierīces** (13 %) un **higiēnas, kosmētikas, personīgās aprūpes preces un smaržas** (12 %).

Taču jaunieši, kas ir iegādājušies viltojumus, tiek arī maldināti: to respondentu īpatsvars, kas viltotas preces ir iegādājušies neapzināti, joprojām ir 37 % ⁽¹⁾, un respondenti atzina, ka viņiem ir **grūti atšķirt oriģinālas preces no viltojumiem**. 48 % nav pirkusi šādus produktus vai nav pārliecināti, ir vai nav pirkusi.

Pirātisms tiešsaistē

Attiecībā uz digitālo saturu jaunākās paaudzes vidū aizvien vairāk izplatīta kļūst piekļuve no legāliem avotiem. **60 %** respondentu norādīja, ka pagājušajā gadā tie **nav izmantojuši, atskaņojuši, lejupielādējuši vai straumējuši saturu no nelegāliem avotiem** salīdzinājumā ar 51 % 2019. gadā un 40 % 2016. gadā, tādējādi apstiprinot minēto tendenci.

Tomēr apzināta pirātisma līmenis joprojām ir stabils, proti, **21 %** jauno patērētāju (viens no pieciem) atzīst, ka pēdējo 12 mēnešu laikā ir **apzināti piekļuvuši pirātiskam saturam**. Ievērojama daļa jauniešu tika maldināti saistībā ar piekļuvi pirātiskam saturam. 12 % ir piekļuvuši pirātiskam saturam nejauši, un 7 % nezina, vai tie ir vai nav piekļuvuši pirātiskam saturam. Galvenais pirātiskā satura veids bija **filmas** (61 %) un **TV seriāli** (52 %), kam sekoja **mūzika** (36 %), kurai piekļuva, izmantojot galvenokārt specializētas tīmekļa vietnes, lietotnes un sociālo mediju kanālus.

Ņemot vērā jaunus rezultātus, EUIPO izpilddirektors Kristiāns Aršambo (**Christian Archangeau**) teica:

Šajā trešajā Rezultātu pārskata par IĪ un jaunatni redakcijā, kas publicēta [Eiropas Jaunatnes gadā](#), apstiprinātas iepriekšējās redakcijās apzinātās tendences un sniegts bagātīgāks ieskats jauniešu uztverē un attieksmē. Laikā, kad e-komercija un digitālais patēriņš ir ievērojami pieaudzis, satraucoša tendence ir apzinātas un neapzinātas viltotu preču iegādes pieaugums. Pirātisms nemazinās, pat ja jaunie patērētāji arvien vairāk dod priekšroku saturam no legāliem avotiem. Šī jaunā analīze ir vērtīgs rīks, kas palīdz ieinteresētajām personām, politikas veidotājiem, kā arī pedagogiem un pilsoniskās sabiedrības organizācijām veidot izpratnes veicināšanas iniciatīvas, lai atbalstītu jauno iedzīvotāju un patērētāju apzinātu izvēli.

(1) 2022. gada rādītāji neveido 100 %, jo respondenti pēdējo 12 mēnešu laikā, iespējams, ir apzināti un neapzināti iegādājušies viltotu produktu no katras konkrētās produktu kategorijas.



Galvenie iemesli viltojumu iegādei un piekļuvei pirātiskam saturam

Lai gan **cena un pieejamība** joprojām ir galvenie iemesli viltotu produktu iegādei un apzinātai piekļuvei pirātiskam saturam, ievērojami palielinās **sabiedrības ietekme**, piemēram, ģimenes, draugu vai paziņu rīcība.

Citi faktori ir intereses trūkums par to, vai produkts ir viltots (vai satura avots ir nelegāls), neuztverot atšķirību starp oriģināliem un viltotiem produktiem, un tas, cik viegli ir tiešsaistē atrast vai pasūtīt viltotus produktus. Viens no desmit respondentiem minēja influenceru vai slavenu cilvēku ieteikumus.

Kas liek jauniešiem padomāt divreiz?

Gan attiecībā uz produktiem, gan digitālo saturu jaunieši kā svarīgus faktorus, kas ierobežotu viņu rīcību, minēja personīgus **kiberkrāpšanas un kiberdraudu riskus**. Aptaujātie jaunieši tagad plašāk min arī labāku izpratni par **negatīvo ietekmi uz vidi** vai **sabiedrību**.

PIEZĪMES REDAKTORIEM

2022. gada pētījums ir turpinājums [Rezultātu pārskata par intelektuālo īpašumu un jaunatni](#) pirmajai un otrajai redakcijai, kas publicētas 2016. un 2019. gadā. Pētījuma mērķis ir izprast jauniešu priekšstatus un rīcību saistībā ar intelektuālo īpašumu, piekļūstot digitālajam saturam vai pārkot fiziskas preces. 2022. gada kvantitatīvajā analizē no 2022. gada 7. līdz 28. februārim **27 ES dalībvalstīs tika aptaujāts 22 021 jaunietis vecumā no 15 līdz 24 gadiem**. 2022. gada Rezultātu pārskatā par jaunatni ir ietvertas kvantitatīvas un kvalitatīvas atziņas par gados jaunu patērētāju attieksmi un rīcību, kā arī izvērtētas tendences kopš iepriekšējā pētījuma 2019. gadā. Tajā aplūkotas arī jaunas jomas, tādējādi palīdzot ieinteresētajām personām un politikas veidotājiem pielāgot politikas norises un sagatavot attiecīgas izpratnes veicināšanas iniciatīvas.

PAR EUIPO

[EUIPO](#) ir viena no lielākajām ES decentralizētajām aģentūrām, kas atrodas Alikantē, Spānijā. EUIPO, kas 2021. gadā tika atzīts par [novatoriskāko intelektuālā īpašuma biroju pasaulē](#), pārvalda Eiropas Savienības preču zīmes (ESPZ) un reģistrētā Kopienas dizainparauga (RKD) reģistrāciju, kuri abi nodrošina intelektuālā īpašuma aizsardzību visās ES dalībvalstīs. Tas arī sadarbojas ar ES valstu un reģionālajiem intelektuālā īpašuma birojiem un ir Eiropas Intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumu novērošanas centra mājvieta.

[Eiropas Intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumu novērošanas centru](#) izveidoja 2009. gadā, lai atbalstītu intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzību un īstenošanu un palīdzētu apkarot pieaugošos intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumu draudus Eiropā. Novērošanas centru 2012. gada 5. jūnijā saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) Nr. 386/2012 nodeva EUIPO pārziņā, šogad tam apritēja 10 gadi.

Sadarbība ar medijiem,





EUIPO Komunikācijas dienests

Tālr.: +34 653 674 113

press@euipo.europa.eu

