

Tinerii români cumpără mai multe produse contrafăcute și continuă să acceseze conținut piratat

- **Peste jumătate (52 %) dintre europenii intervievați cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani au declarat că au cumpărat online cel puțin un produs contrafăcut în ultimul an, atât intenționat, cât și accidental, iar o treime (33 %) au declarat că au accesat conținut digital din surse ilegale.**
- **Dintre cei care au făcut acest lucru intenționat, 37 % au cumpărat un produs contrafăcut, iar 21 % au utilizat, au redat, au descărcat sau au transmis conținut din surse ilegale.**
- **În România, 40 % din tineri au cumpărat intenționat un produs contrafăcut, iar 14 % au accesat cu bună știință conținut piratat.**
- **Pe de altă parte, 60 % din tinerii europeni au declarat că preferă să acceseze conținut digital din surse legale, comparativ cu 50 % în 2019. În România, acest procent se ridică la 61 % din tineri.**
- **Prețul și accesibilitatea rămân principalii factori pentru cumpărarea de produse contrafăcute și pentru pirateria digitală, dar influența socială și a colegilor este, de asemenea, din ce în ce mai importantă.**
- **Amenințările cibernetice, fraudă cibernetică și impactul asupra mediului se numără printre principalii factori de descurajare.**

Ediția din 2022 a Barometrului privind proprietatea intelectuală și tineretul, publicată astăzi de Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), oferă informații actualizate cu privire la comportamentele tinerilor în ceea ce privește încălcarea drepturilor de proprietate intelectuală într-un context post-pandemie.

Sondajul analizează cele două aspecte ale încălcării dreptului de proprietate intelectuală: tendințele din rândul tinerilor care achiziționează bunuri contrafăcute și din rândul celor care accesează conținut piratat, evaluând tendințele începând din 2016.

Peste jumătate (52 %) dintre tinerii intervievați au cumpărat cel puțin un produs contrafăcut online în ultimul an, în mod intenționat sau accidental, iar o treime (33 %) au accesat conținut ilegal online.



Achiziționarea de produse contrafăcute

Reflectând contextul post-pandemie, noul sondaj a confirmat că **37 % din tineri** au cumpărat **intenționat** unul sau mai multe produse contrafăcute, ceea ce reprezintă o creștere semnificativă în comparație cu rezultatele anterioare (14 % în 2019). Cifra variază în special în funcție de țară, cel mai mare procent înregistrându-se în Grecia (62 %), iar cel mai mic în Cehia (24 %).

Produsele contrafăcute pe care tinerii le cumpără cel mai frecvent în mod intenționat sunt **îmbrăcămintea și accesoriile** (17 %), urmate de **încălțăminte** (14 %), **dispozitive electronice** (13 %) și **produse de igienă, cosmetice, de îngrijire personală și parfumuri** (12 %).

Dar tinerii sunt, de asemenea, induși în eroare să cumpere produse contrafăcute: achiziționarea neintenționată de produse contrafăcute se ridică, de asemenea, la 37 %⁽¹⁾, iar respondenții au recunoscut că **este dificil să faci distincția între bunurile autentice și produsele contrafăcute**. 48 % nu cumpăraseră asemenea produse sau nu erau siguri dacă au cumpărat sau nu.

Pirateria online

În ceea ce privește conținutul digital, accesul din surse legale câștigă teren în rândul generațiilor mai tinere. **60 %** au declarat că **nu au utilizat, redat, descărcat sau transmis conținut din surse ilegale** în ultimul an, comparativ cu 51 % în 2019 și 40 % în 2016, confirmând astfel tendința.

Cu toate acestea, pirateria intenționată rămâne la un nivel stabil, **21 %** din tinerii consumatori (unul din cinci) recunoscând că **au accesat cu bună știință conținut piratat** în ultimele 12 luni. Un procent semnificativ de tineri au fost induși în eroare să acceseze conținut piratat. 12 % au accesat conținut piratat în mod accidental, iar 7 % nu știu dacă au accesat. Principalele tipuri de conținut piratat au fost **filmele** (61 %) și **serialele de televiziune** (52 %), urmate de **muzică** (36 %), utilizând în principal site-uri web, aplicații și canale de comunicare socială dedicate.

În lumina noilor rezultate, directorul executiv al EUIPO, **Christian Archambeau**, a declarat:

Această a treia ediție a Barometrului privind proprietatea intelectuală și tineretul, publicată în timpul [Anului European al Tineretului](#), confirmă tendințele identificate în edițiile anterioare și oferă o imagine mai bogată a percepțiilor și atitudinilor tinerilor. Într-o perioadă în care comerțul electronic și consumul digital au crescut semnificativ, creșterea achiziționării intenționate și neintenționate de bunuri contrafăcute reprezintă o tendință îngrijorătoare. În ceea ce privește pirateria, aceasta nu scade, chiar dacă

(1) Cifrele pentru 2022 nu însumează 100 %, deoarece pentru orice categorie de produse este posibil ca respondenții să fi cumpărat atât intenționat, cât și neintenționat, un produs contrafăcut la un moment dat în ultimele 12 luni.



tinerii consumatori preferă din ce în ce mai mult conținutul din surse legale. Această nouă analiză oferă un instrument valoros pentru a ajuta părțile interesate, responsabili de elaborarea politicilor, precum și cadrele didactice și organizațiile societății civile să elaboreze inițiative de sensibilizare pentru a sprijini alegerile în cunoștință de cauză ale tinerilor noștri cetățeni și consumatori.

Factorii cheie din spatele cumpărării de produse contrafăcute și accesarea de conținut piratat

Deși **prețul și accesibilitatea** continuă să fie principalele motive pentru cumpărarea de produse contrafăcute și accesarea intenționată a conținutului piratat, **influențele sociale**, cum ar fi comportamentul familiei, al prietenilor sau al persoanelor pe care le cunosc, câștigă teren semnificativ.

Printre alți factori se numără faptul că nu le pasă dacă produsul a fost contrafăcut (sau dacă sursa de conținut a fost ilegală), că nu percep nicio diferență între produsele originale și cele contrafăcute, precum și că produsele contrafăcute sunt ușor de găsit sau de comandat online. Unul din 10 respondenți a menționat recomandările din partea influențatorilor sau celebrităților.

Ce îi face pe tineri să se gândească de două ori?

Atât pentru produse, cât și pentru conținutul digital, tinerii au menționat riscurile personale de **fraudă cibernetică** și **amenințările cibernetice** drept factori importanți care le-ar putea schimba comportamentul. De asemenea, o mai bună înțelegere a **impactului negativ asupra mediului** sau **asupra societății** este în prezent menționată pe scară mai largă de către tinerii interviețați.

NOTĂ CĂTRE EDITORI

Studiul din 2022 vine în continuarea primei și celei de-a doua ediții a [Barometrului privind proprietatea intelectuală și tineretul](#), publicat în 2016 și 2019. Cercetarea urmărește să înțeleagă percepțiile și comportamentele tinerilor cu privire la proprietatea intelectuală când accesează conținut digital sau cumpără bunuri fizice. Analiza cantitativă din 2022 a fost efectuată în rândul unui total de **22 021 de tineri cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani din cele 27 de state membre ale UE**, în perioada 7-28 februarie 2022. Barometrul privind tineretul din 2022 cuprinde informații cantitative și calitative cu privire la atitudinile și comportamentele tinerilor consumatori și evaluează tendințele înregistrate de la studiul anterior din 2019. Analizează, de asemenea, noi domenii, ajutând astfel părțile interesate și responsabili de elaborarea politicilor să adapteze evoluțiile politicilor și să dezvolte inițiative de sensibilizare relevante.

DESPRE EUIPO

[EUIPO](#) este o agenție descentralizată a Uniunii Europene cu sediul la Alicante, în Spania. Clasat ca [cel mai inovator oficiu pentru proprietate intelectuală din lume](#) în 2021, EUIPO gestionează înregistrarea mărcii Uniunii Europene (EUTM) și a desenului sau modelului



industrial comunitar înregistrat (RCD), ambele asigurând protecția proprietății intelectuale în toate statele membre ale UE. De asemenea, EUIPO desfășoară activități de cooperare cu oficiile naționale și regionale pentru proprietate intelectuală din UE și găzduiește Observatorul European al Încălcărilor Drepturilor de Proprietate Intelectuală.

[Observatorul European al Încălcărilor Drepturilor de Proprietate Intelectuală](#) a fost înființat în 2009 pentru a sprijini protejarea și asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală și pentru a contribui la combaterea amenințării tot mai mari reprezentate de încălcările drepturilor de proprietate intelectuală în Europa. Observatorul a fost transferat la EUIPO la 5 iunie 2012 prin Regulamentul (UE) nr. 386/2012 al Parlamentului European și al Consiliului, împlinind anul acesta 10 ani de la înființare.

Contact pentru mass-media
Serviciul de comunicare al EUIPO

Tel.: +34 653 674 113

press@euipo.europa.eu

