

Κίνδυνοι του παράνομου εμπορίου προϊόντων παραποίησης/απομίμησης για τις πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ



Στην παρούσα έκθεση αναλύονται οι οικονομικές επιπτώσεις του παράνομου εμπορίου προϊόντων παραποίησης/απομίμησης και άλλων μορφών παραβιάσεων των ΔΔΙ στις πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Επιπλέον, παρέχεται εκτενέστερη ανάλυση της εν λόγω απειλής στο πλαίσιο της ΕΕ.

Το εμπόριο προϊόντων παραποίησης/απομίμησης αντιπροσωπεύει έναν διαρκή παγκόσμιο κοινωνικοοικονομικό κίνδυνο που απειλεί την αποτελεσματική δημόσια διακυβέρνηση, τις αποτελεσματικές επιχειρηματικές διαδικασίες και την ευημερία των καταναλωτών. Ταυτόχρονα, καθίσταται μια ιδιαίτερως σημαντική πηγή εισοδήματος για τις εγκληματικές οργανώσεις. Επιπλέον, βλάπτει την οικονομική ανάπτυξη, προκαλώντας μείωση των εσόδων των επιχειρήσεων και υπονομεύοντας το κίνητρό τους για καινοτομία.

Προϊόντα παραποίησης/απομίμησης και πειρατικά προϊόντα βρίσκονται σε όλες τις βιομηχανίες και σε όλες τις κατηγορίες προϊόντων. Κατά συνέπεια, όλες οι εταιρείες – συμπεριλαμβανομένων των ΜΜΕ – που κάνουν χρήση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας στα επιχειρηματικά μοντέλα τους, συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών σημάτων, των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας ή των σχεδίων και/ή υποδειγμάτων, εκτίθενται στον κίνδυνο παραβίασης των ΔΔΙ.

Στις περισσότερες οικονομίες, ο ρόλος που διαδραματίζουν οι ΜΜΕ είναι σημαντικός. Στις χώρες του ΟΟΣΑ, αποτελούν την πλειονότητα των επιχειρήσεων και αντιπροσωπεύουν περίπου τα δύο τρίτα της συνολικής απασχόλησης. Παρόλο που το ποσοστό χρήσης των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας μεταξύ των ΜΜΕ είναι σχετικά χαμηλό, οι καινοτόμες ΜΜΕ αναφέρουν υψηλότερα ποσοστά κατοχής ΔΔΙ καθώς βρίσκονται σε διαρκή αναζήτηση τρόπων βελτίωσης των υφιστάμενων προϊόντων, υπηρεσιών και επιχειρηματικών διαδικασιών.

Ένας από τους σημαντικότερους λόγους για τους οποίους οι ΜΜΕ δηλώνουν ότι προβαίνουν στην καταχώριση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας είναι η αποτροπή της παραποίησης/απομίμησης και η πρόληψη της αντιγραφής των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους από άλλες επιχειρήσεις. Ταυτόχρονα, το 40% των ΜΜΕ εντός της ΕΕ δεν παρακολουθεί τις αγορές του για προϊόντα παραποίησης/απομίμησης και πιθανές παραβιάσεις της διανοητικής ιδιοκτησίας του.

Τα στοιχεία σχετικά την επιβολή της νομοθεσίας καταδεικνύουν το γεγονός ότι οι ΜΜΕ πλήττονται από την παραποίηση/απομίμηση. Οι παραποιητές/απομιμητές στοχεύουν σε όλα τα είδη καινοτόμων προϊόντων που παράγουν οι ΜΜΕ, ενώ συχνότερα στόχο αποτελούν τα ηλεκτρικά μηχανήματα και τα ηλεκτρονικά είδη, τα είδη ένδυσης και μόδας, τα προϊόντα αρωματοποίησης και τα καλλυντικά, καθώς και τα παιχνίδια. Επιπλέον, πολλά από τα εν λόγω πλαστά προϊόντα είναι εξαιρετικά χαμηλής ποιότητας, θέτοντας σε κίνδυνο την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών.

Τα προϊόντα παραποίησης/απομίμησης που παραβιάζουν τη διανοητική ιδιοκτησία των ΜΜΕ αποστέλλονται κυρίως μέσω ταχυδρομείου από την Κίνα και το Χονγκ Κονγκ (Κίνα). Οι κόμβοι διαμετακόμισης που χρησιμοποιούνται καταχρηστικά από τους εγκληματίες για παράνομη διακίνηση πλαστών προϊόντων που παραβιάζουν τη διανοητική ιδιοκτησία ΜΜΕ είναι λιγότεροι από εκείνους που χρησιμοποιούνται για παράνομη διακίνηση αγαθών που παραβιάζουν την διανοητική ιδιοκτησία μεγάλων εταιρειών.

Επιπλέον, περίπου οι μισές από τις κατασχέσεις προϊόντων παραποίησης/απομίμησης τα οποία παραβιάζουν τα ΔΔΙ των ΜΜΕ και τα οποία προορίζονται για την ΕΕ αγοράστηκαν μέσω διαδικτύου.

Η εικόνα που προκύπτει από τα δεδομένα σχετικά με τις τελωνειακές κατασχέσεις συμπληρώνεται από δεδομένα έρευνας του πίνακα αποτελεσμάτων του EUIPO για τις ΜΜΕ, η οποία διενεργήθηκε μεταξύ διαφόρων ΜΜΕ σε ολόκληρη την ΕΕ. Τα δεδομένα δείχνουν ότι, παρόλο που το ποσοστό των ΜΜΕ που είναι κάτοχοι δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας και έχουν υποστεί παραβίαση ανέρχεται στο 15%, για τις καινοτόμες επιχειρήσεις το ποσοστό αυτό αυξάνεται σχεδόν στο 20%. Το ποσοστό αυτό ενδέχεται να εξακολουθεί να είναι υποτιμημένο, καθώς το 40% των ΜΜΕ δεν παρακολουθούν τις αγορές για περιστατικά παραποίησης/απομίμησης των προϊόντων τους. Κύρια συνέπεια της παραβίασης των ΔΔΙ των ΜΜΕ ήταν η αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με την ανάγκη προστασίας των ΔΔΙ. Άλλες σημαντικές επιπτώσεις των προϊόντων παραποίησης/απομίμησης στις ΜΜΕ αποτελούν μεταξύ άλλων η απώλεια κύκλου εργασιών, η βλάβη της φήμης και η απώλεια του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματός τους.

Όσον αφορά την επιβολή των δικαιωμάτων, η υποβολή ειδοποιήσεων απόσυρσης περιεχομένου στις διαδικτυακές πλατφόρμες αποτελεί την πλέον δημοφιλή μορφή αποτροπής της παραποίησης/απομίμησης

μεταξύ των ΜΜΕ. Ταυτόχρονα, το 11% των πολύ μικρών επιχειρήσεων οι οποίες έχουν υποστεί παραβιάσεις της διανοητικής ιδιοκτησίας τους δεν διεκδικούν τα δικαιώματά τους. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι ΜΜΕ θεωρούν τις διαδικασίες επιβολής υπερβολικά πολύπλοκες, χρονοβόρες και δαπανηρές.

Οι επιζήμιες επιπτώσεις της παραβίασης των ΔΔΙ στις επιδόσεις των επιχειρήσεων τείνουν να είναι πιο επικίνδυνες για τις ΜΜΕ από ό,τι για τις μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες διαθέτουν την εμπειρία και την ικανότητα να αντιμετωπίζουν τους κινδύνους. Παρόλο που οι μεγάλες εταιρείες μπορεί να διαθέτουν την ικανότητα να ξεπερνούν τις επιπτώσεις της κατάχρησης των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, οι ΜΜΕ ίσως να μη διαθέτουν επαρκείς πόρους για αντιστάθμιση των οικονομικών ζημιών που προκαλούνται από την παραβίαση. Επιπλέον, συχνά οι ΜΜΕ δεν έχουν την ικανότητα να εξασφαλίζουν την αποτελεσματική προστασία και επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας τους, επειδή τα εμπορικά σήματα έχουν περιορισμένο γεωγραφικό πεδίο εφαρμογής και συχνά η προστασία δεν ισχύει σε άλλες αγορές (όπως η Κίνα) όπου ενδέχεται να λαμβάνει χώρα η παραβίαση. Τέλος, συχνά οι ΜΜΕ δεν διαθέτουν επαρκείς πόρους και ικανότητες για παρακολούθηση αυτής της απειλής ή για ανάπτυξη αποτελεσματικών αντιμέτρων.

Σύμφωνα με την οικονομετρική ανάλυση της παρούσας μελέτης, μια ΜΜΕ η οποία έχει υποστεί παραβίαση της διανοητικής ιδιοκτησίας της έχει 34% χαμηλότερες πιθανότητες επιβίωσης από άλλες ΜΜΕ οι οποίες δεν έχουν υποστεί παραβίαση. Με άλλα λόγια, η παραβίαση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας αυξάνει σημαντικά τον κίνδυνο εξόδου κάποιας ΜΜΕ από την αγορά, καθιστώντας τη συνέχιση της λειτουργίας της μη κερδοφόρα.