

Mladí Európania kupujú viac falšovaných výrobkov a pokračujú vo využívaní pirátskeho obsahu

- Viac ako polovica (52 %) opýtaných Európanov vo veku od 15 do 24 rokov uviedla, že si za posledný rok kúpila na internete aspoň jeden falšovaný výrobok, a to úmyselne alebo náhodne, a tretina (33 %) uviedla, že mala prístup k digitálnemu obsahu z nelegálnych zdrojov.
- Pokiaľ ide o tých, ktorí to urobili úmyselne, 37 % si kúpilo falšovaný výrobok a 21 % používalo, prehrávalo, preberalo alebo v reálnom čase vysielalo obsah z nelegálnych zdrojov.
- Slovensko je pod priemerom EÚ: 26 % mladých ľudí si falzifikát kúpilo úmyselne a 17 % vedome využívalo pirátsky obsah.
- Na druhej strane 60 % mladých Európanov uviedlo, že uprednostňuje prístup k digitálnemu obsahu z legálnych zdrojov, pričom v roku 2019 to bolo 50 %. Na Slovensku tento podiel predstavuje 62 % mladých ľudí.
- Hlavnými faktormi nákupu falzifikátov a digitálneho pirátstva sú naďalej cena a dostupnosť, ale čoraz dôležitejší je aj vplyv rovesníkov a spoločnosti.
- Kybernetické hrozby, kybernetické podvody a vplyv na životné prostredie patria medzi hlavné odrádzajúce faktory.

Výsledky porovnávacej štúdie zameranej na duševné vlastníctvo a mládež za rok 2022, ktorú dnes zverejnil Úrad Európskej únie pre duševné vlastníctvo (EUIPO), poskytujú aktuálne informácie o správaní mladých ľudí v súvislosti s porušovaním práv duševného vlastníctva v období po pandémii .

Prieskum skúma oba aspekty porušovania práv duševného vlastníctva: trendy v oblasti nákupu falšovaného tovaru ako aj trendy s ohľadom na prístup mladých ľudí k pirátskemu obsahu, pričom tieto trendy posudzuje od roku 2016.

Viac ako polovica (52 %) opýtaných mladých ľudí si za posledný rok kúpila aspoň jeden falšovaný výrobok na internete, a to úmyselne alebo náhodne, a tretina (33 %) mala prístup k nezákonnému obsahu na internete.



Nákup falzifikátov

Nový prieskum, ktorý skúma situáciu v postpandemickom období, potvrdil, že **37 % mladých ľudí** si **úmyselne** kúpilo jeden alebo niekoľko falšovaných výrobkov, čo je výrazný nárast v porovnaní s predchádzajúcimi výsledkami (14 % v roku 2019). Tento číselný údaj sa výrazne líši podľa krajiny, pričom najvyšší podiel bol v Grécku (62 %) a najnižší v Česku (24 %).

Medzi falšované výrobky, ktoré mladí ľudia najčastejšie úmyselne kupujú, patria **odevy a doplnky** (17 %), nasleduje **obuv** (14 %), **elektronické zariadenia** (13 %) a **hygienické potreby, kozmetika, prípravky na osobnú starostlivosť a parfumy** (12 %).

Z výsledkov štúdie tiež vyplýva, že mladí ľudia sú tiež uvádzaní do omylu: neúmyselný nákup falzifikátov predstavuje 37 %⁽¹⁾ a respondenti potvrdili, že **je ťažké rozoznať pravý tovar od falzifikátov**. 48 % respondentov si takéto výrobky nekúpilo alebo si neboli istí, či si ich kúpili.

Piráctvo na internete

Pokiaľ ide o digitálny obsah, medzi mladšími je čoraz bežnejšie využívanie obsahu z legálnych zdrojov. **60 %** uviedlo, že v minulom roku **nepoužívali, neprehrávali, nepreberali ani nestreamovali obsah z nelegálnych zdrojov**, v porovnaní s 51 % v roku 2019 a 40 % v roku 2016, čo spomínaný trend potvrdzuje.

Úmyselné piráctvo však zostáva na stabilnej úrovni, pričom **21 %** mladých spotrebiteľov (každý piaty) priznalo, že za posledných 12 mesiacov **vedome využívali pirátsky obsah**. Výrazná časť mladých ľudí bola pri využívaní pirátskeho obsahu uvedená do omylu. 12 % sa k pirátskemu obsahu dostali náhodne a 7 % to nevie posúdiť. Hlavným typom pirátskeho obsahu boli **filmy** (61 %) a **televízne seriály** (52 %), **čihudba** (36 %), a to predovšetkým prostredníctvom webových stránok, aplikácií, či kanálov sociálnych médií.

Výkonný riaditeľ úradu EUIPO **Christian Archambeau** v súvislosti s novými výsledkami uviedol:

Toto tretie vydanie štúdie zameranej na duševné vlastníctvo a mládež, uverejnenej počas [Európskeho roka mládeže](#), potvrdzuje trendy zistené v predchádzajúcich vydaniach a ponúka širší pohľad na vnímanie a postoje mladých ľudí. V čase výrazného nárastu elektronického obchodu a digitálnej spotreby je nárast úmyselného a neúmyselného nákupu falšovaného tovaru znepokojujúcim trendom. Pokiaľ ide o piráctvo, to neklesá, aj keď mladí spotrebiteľia čoraz viac uprednostňujú obsah z legálnych zdrojov. Táto nová analýza poskytuje cenný nástroj, ktorý pomôže zainteresovaným stranám, tvorcom politík, ale aj pedagógom a organizáciám

(1) Číselné údaje za rok 2022 nedosahujú 100 %, pretože v prípade ktorejkoľvek danej kategórie výrobkov mohli respondenti niekedy v priebehu posledných 12 mesiacov falzifikát kúpiť úmyselne aj neúmyselne.



občianskej spoločnosti formovať iniciatívy na zvyšovanie povedomia s cieľom podporiť informované rozhodnutia našich mladých občanov a spotrebiteľov.

Kľúčové faktory, ktoré vedú k nákupu falzifikátov a využívaniu pirátskeho obsahu

Hoci hlavnými dôvodmi úmyselného kupovania falšovaných výrobkov a využívania pirátskeho obsahu sú aj naďalej **cena a dostupnosť**, významne sa presadzujú **sociálne vplyvy**, ako napríklad správanie rodiny, priateľov alebo známych.

K ďalším faktorom patrí nezáujem o to, či je daný výrobok falšovaný (alebo či je zdroj obsahu nelegálny), skutočnosť, že mladí ľudia si neuvedomujú rozdiel medzi originálnymi a falšovanými výrobkami, či jednoduchosť vyhľadávania alebo objednávania falšovaných výrobkov na internete. Jeden z 10 respondentov uviedol tiež odporúčania influencerov alebo známych osobností.

Čo dokáže obmedziť nelegálne správanie mladých ľudí na internete ?

V prípade výrobkov, čídigitálneho obsahu mladí ľudia uviedli **riziko kybernetických podvodov hroziace ich osobe a kybernetických hrozieb** ako dôležité faktory, ktoré by ich správanie obmedzili. Oslovení respondenti tiež čoraz častejšie uvádzajú lepšie pochopenie **negatívneho vplyvu na životné prostredie alebo na spoločnosť** ako ďalšie dôležité faktory.

POZNÁMKA PRE REDAKTOROV

Štúdia z roku 2022 nadväzuje na prvé a druhé vydanie porovnávacej štúdie [Duševné vlastníctvo a mládež](#), ktoré boli uverejnené v rokoch 2016 a 2019. Cieľom výskumu je pochopiť vnímanie a správanie mladých ľudí v súvislosti s duševným vlastníctvom pri prístupe k digitálnemu obsahu alebo kúpe fyzického tovaru. Kvantitatívna analýza v roku 2022 sa uskutočnila medzi celkovo **22 021 mladými ľuďmi vo veku 15 – 24 rokov v 27 členských štátoch EÚ**, a to v období od 7. do 28. februára 2022. Porovnávacia štúdia mládeže za rok 2022 zahŕňa kvantitatívne a kvalitatívne poznatky o postojoch a správaní mladých spotrebiteľov a hodnotí trendy od predchádzajúcej štúdie z roku 2019. Zaoberá sa aj novými oblasťami, a pomáha tak zainteresovaným stranám a tvorcom politik zohľadniť aktuálne trendy pri tvorbe predpisov a rozvíjať príslušné osvetové iniciatívy.

O ÚRADE EUIPO

Úrad [EUIPO](#) je jednou z najväčších decentralizovaných agentúr EÚ so sídlom v španielskom Alicante. Úrad EUIPO, ktorý bol v roku 2021 vyhodnotený ako [najinovatívnejší úrad duševného vlastníctva na svete](#), spravuje zápisy ochranných známk Európskej únie (EUTM) a zapísanýchho vzorov Spoločenstva (RCD), ktoré poskytujú ochranu duševného vlastníctva vo všetkých členských štátoch EÚ. Spolupracuje s národnými a regionálnymi úradmi duševného vlastníctva EÚ a je hositeľom Európskeho strediska pre sledovanie porušovania práv duševného vlastníctva.



[Európske stredisko pre sledovanie porušovania práv duševného vlastníctva](#) bolo založené v roku 2009 s cieľom podporovať ochranu a presadzovanie práv duševného vlastníctva a pomáhať v boji proti rastúcej hrozbe porušovania práv duševného vlastníctva v Európe. Vykonávaním úloh tohto strediska bol úrad EUIPO poverený pred desiatimi rokmi, 5. júna 2012 nariadením Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 386/2012.

Kontakt pre médiá
Komunikačná služba úradu EUIPO
Tel.: +34 653 674 113
press@euipo.europa.eu

