

Mladi Slovenci pogosto kupujejo ponarejene izdelke in še zmeraj dostopajo do piratskih vsebin

- Več kot polovica (52 %) vprašanih Evropejcev, starih od 15 do 24 let, je dejala, da so v zadnjem letu (namerno ali pomotoma) na spletu kupili vsaj en ponarejen izdelek, tretjina (33 %) pa je navedla, da so dostopali do digitalnih vsebin iz nezakonitih virov.
- Kar zadeva tiste, ki so to storili namerno, jih je 37 % kupilo ponarejen izdelek, 21 % pa je uporabilo, predvajalo, naložilo ali pretakalo vsebine iz nezakonitih virov.
- V Sloveniji je ponarejenke namerno kupilo 37 % mladih, 20 % pa jih je zavestno dostopalo do piratskih vsebin.
- Po drugi strani je 60 % mladih Evropejcev izjavilo, da raje dostopajo do digitalnih vsebin iz zakonitih virov, v primerjavi s 50 % leta 2019. V Sloveniji ta odstotek znaša 62 % mladih.
- Glavna dejavnika za nakup ponarejenk in digitalno piratstvo ostajata cena in razpoložljivost, vse pomembnejša pa sta tudi vpliv sovrstnikov in družbe.
- Med glavnimi odvratilnimi razlogi so kibernetске grožnje in goljufije ter vpliv na okolje.

Pregled stanja intelektualne lastnine in mladih za leto 2022, ki ga je danes objavil Urad Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO), vsebuje najnovejše podatke o vedenju mladih v zvezi s kršitvami intelektualne lastnine v obdobju po pandemiji.

V raziskavi so proučevali dva vidika kršitev pravic intelektualne lastnine: težnje pri mladih, ki kupujejo ponarejeno blago in dostopajo do piratskih vsebin, v primerjavi z ocenami teh teženj od leta 2016.

Več kot polovica (52 %) anketiranih mladih je v preteklem letu namerno ali pomotoma na spletu kupila vsaj en ponarejen izdelek, tretjina (33 %) pa je dostopala do nezakonitih spletnih vsebin.

Nakup ponarejenk

Glede na razmere po pandemiji je nova raziskava potrdila, da je **37 % mladih namerno** kupilo enega ali več ponarejenih izdelkov, kar je znatno povečanje v primerjavi s podatki iz prejšnjih



let (14 % leta 2019). Te številke se med posameznimi državami zelo razlikujejo, pri čemer je največji delež v Grčiji (62 %), najnižji pa na Češkem (24 %).

Ponarejeni izdelki, ki jih mladi najpogosteje namerno kupijo, so **oblačila in modni dodatki** (17 %), sledijo **obutev** (14 %), **elektronske naprave** (13 %) ter **higienski izdelki, kozmetika, izdelki za osebno nego in parfumi** (12 %).

Mladi pa so tudi pogosto zavedeni v nakup ponaredkov: nenamerni nakup ponarejenih izdelkov namreč znaša 37 %⁽¹⁾, anketiranci pa so priznali, da so imeli **težave pri razlikovanju pristnega blaga od ponaredkov**. 48 % jih takih proizvodov ni kupilo ali ni bilo prepričanih, ali so jih.

Spletno piratstvo

Kar zadeva digitalne vsebine, mlajše generacije vedno pogosteje do njih dostopajo iz zakonitih virov. **60 %** jih je navedlo, da v preteklem letu **niso uporabljali, predvajali, naložili ali pretakali vsebin iz nezakonitih virov**, v primerjavi z 51 % leta 2019 in 40 % leta 2016, kar potrjuje naraščajoči trend dostopa do vsebin iz zakonitih virov.

Kljub temu namerno piratstvo ostaja na enaki ravni, saj **21 %** mladih potrošnikov (vsak peti) priznava, da so v zadnjih 12 mesecih **zavestno dostopali do piratskih vsebin**. Velik delež mladih je bil zaveden pri dostopu do piratskih vsebin. 12 % jih je pomotoma dostopalo do piratskih vsebin, 7 % pa jih tega niti ne ve. Glavna vrsta piratskih vsebin so bili filmi (61 %) in televizijske nanizanke (52 %), sledila je glasba (36 %), pri čemer so mladi uporabljali predvsem namenska spletišča, aplikacije in kanale družbenih omrežij.

Glede na nove rezultate je izvršni direktor urada EUIPO **Christian Archambeau** dejal:

Ta tretja izdaja pregleda stanja na področju intelektualne lastnine in mladih, ki je bila objavljena med [evropskim letom mladih](#), potrjuje težnje, ugotovljene v prejšnjih poročilih, ter ponuja boljši vpogled v dojemanje in odnos mladih. V času, ko se e-trgovanje in digitalna potrošnja znatno povečujeta, je porast namernega in nenamernega nakupa ponarejenega blaga zaskrbljujoč. Čeprav so mladi potrošniki vse bolj naklonjeni vsebini iz zakonitih virov, se delež piratstva ne zmanjšuje. Ta nova analiza je dragoceno orodje, ki bo deležnikom, oblikovalcem politik, izobraževalnim ustanovam in organizacijam civilne družbe v pomoč pri oblikovanju pobud za ozaveščanje, da bi podprli mlade državljane in potrošnike spodbudili k sprejemanju ozaveščenih odločitev.

Ključni dejavniki za nakup ponaredkov in dostop do piratskih vsebin

⁽¹⁾ Seštevek deležev za leto 2022 je nižji od 100 %, saj so anketiranci lahko morda v zadnjih 12 mesecih ponaredek namerno in nenamerno kupili za katero koli kategorijo izdelkov.



Čeprav sta **cena in razpoložljivost** še vedno glavna razloga za nakup ponarejenih izdelkov in nameren dostop do piratskih vsebin, so **družbeni vplivi**, kot je vedenje družinskih članov, prijateljev ali ljudi, ki jih poznajo, vse pomembnejši.

Drugi dejavniki so brezbržnost glede tega, ali je izdelek ponarejen (oziroma ali je vir vsebine nezakonit), nezaznavanje razlike med izvirnimi in ponarejenimi izdelki ter enostavno iskanje ali naročanje ponarejenih izdelkov na spletu. Vsak deseti anketiranec je omenil priporočila vplivnežev ali znanih ljudi.

Kaj so razlogi, da mladi premislijo dvakrat?

Pri izdelkih in digitalnih vsebinah so mladi kot pomembne dejavnike, ki bi omejili njihovo vedenje, omenili osebna **tveganja kibernetских goljufij in kibernetских groženj**. Poleg tega mladi, ki so sodelovali v raziskavi, zdaj vse pogosteje omenjajo boljše razumevanje **negativnega vpliva na okolje ali družbo**.

OPOMBA ZA UREDNIKE

Študija za leto 2022 izhaja iz prve in druge izdaje [pregleda stanja na področju intelektualne lastnine in mladih](#), ki sta bili objavljeni v letih 2016 in 2019. Cilj raziskave je razumeti dojemanje in vedenje mladih v zvezi z intelektualno lastnino pri dostopu do digitalnih vsebin ali nakupu fizičnega blaga. Kvantitativna analiza za leto 2022 je bila izvedena med 7. in 28. februarjem 2022 in je vključevala **22 021 mladih, starih od 15 do 24 let, iz 27 držav članic EU**. Pregled stanja mladih za leto 2022 zajema kvantitativna in kvalitativna spoznanja glede odnosa in vedenja mladih potrošnikov ter ocenjuje trende v primerjavi s prejšnjo študijo iz leta 2019. Obravnava tudi nova področja, s čimer deležnikom in oblikovalcem politik pomaga prilagoditi razvoj politik in razviti ustrezne pobude za ozaveščanje.

O URADU EUIPO

Urad [EUIPO](#) je ena največjih decentraliziranih agencij EU s sedežem v Alicanteju v Španiji. Leta 2021 je bil uvrščen med najbolj inovativne urade za intelektualno lastnino na svetu in upravlja registracije blagovnih znamk Evropske unije in registriranih modelov Skupnosti, ki zagotavljajo varstvo intelektualne lastnine v vseh državah članicah EU. Pri svojih dejavnostih sodeluje tudi z nacionalnimi in regionalnimi uradi EU za intelektualno lastnino ter gosti Evropski opazovalni urad za kršitve pravic intelektualne lastnine.

[Evropski opazovalni urad za kršitve pravic intelektualne lastnine](#) je bil vzpostavljen leta 2009 za spodbujanje varstva in uveljavljanja pravic intelektualne lastnine ter pomoč v boju proti vse večji grožnji, ki jo predstavljajo kršitve pravic intelektualne lastnine v Evropi. Na podlagi Uredbe (EU) št. 386/2012 Evropskega parlamenta in Sveta Evrope je 5. junija 2012 prešel pod okrilje urada EUIPO, torej letos obeležuje deseto obletnico.

Stik z mediji

Služba urada EUIPO za komuniciranje

Telefon: +34 653 674 113





press@euipo.europa.eu

