

Unga svenskar köper fler förfalskade produkter och fortsätter att konsumera piratkopierat innehåll

- Mer än hälften (52 %) av de tillfrågade, som utgjordes av europeiska ungdomar i åldern 15–24 år, uppgav att de under det senaste året hade köpt minst en förfalskad produkt på nätet, antingen med flit eller oavsiktligt och en tredjedel (33 %) uppgav att de hade konsumerat digitalt innehåll från olagliga källor.
- Av de tillfrågade som hade köpt en förfalskad produkt uppgav 37 % att de gjort detta avsiktligt. Av dem som använt, spelat upp, laddat ner eller strömmat innehåll från olagliga källor var andelen som sade sig ha gjort detta med flit 21 %.
- För Sverige var motsvarande siffror 37 % för köpare av förfalskade produkter och 19 % för konsumenter av piratkopierat innehåll.
- Å andra sidan uppgav 60 % av de unga européerna att de föredrog att konsumera digitalt innehåll från lagliga källor, jämfört med 50 % 2019. För Sverige var motsvarande uppgift 54 %.
- Pris och tillgänglighet är fortfarande de viktigaste utlösande faktorerna för köp av förfalskade varor och piratkopierat digitalt innehåll, men påverkan från vänner och social påverkan blir också allt viktigare faktorer.
- De viktigaste avskräckande faktorerna är cyberhot, it-bedrägerier och miljöpåverkan.

I dag offentliggör Europeiska Unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO) resultattavlan för immateriella rättigheter och ungdomar för 2022. Den ger en uppdaterad bild av ungdomars beteende när det gäller intrång i immateriella rättigheter efter pandemin.

Tendenserna hos ungdomar undersöks i fråga om de två vanligaste typerna av immaterialrättsintrång: köp av förfalskade varor och konsumtion av piratkopierat innehåll. Utvecklingen från 2016 och fram till idag redovisas.

Över hälften (52 %) av de ungdomar som deltog i undersökningen hade under det senaste året köpt minst en förfalskad produkt på nätet, vissa avsiktligt och andra inte, en tredjedel (33 %) hade tagit del av olagligt innehåll på nätet.

Köp av förfalskade varor



Den nya undersökningen speglar ungdomarnas vanor efter pandemin och visar att **37 % av dem avsiktligt hade köpt** en eller fler förfalskade produkter, vilket är en betydande ökning jämfört med tidigare resultat (14 % vid 2019 års undersökning). Siffrorna varierar avsevärt mellan olika länder och spänner från (62 %) i Grekland till (24 %) i Tjeckien.

De förfalskade varor som ungdomar oftast köper avsiktligt tillhör kategorierna **kläder och accessoarer** (17 procent), följt av **skor** (14 procent), **elektroniska apparater** (13 procent) samt **hygien- och kroppsvårdsartiklar, kosmetika och parfymer** (12 procent).

Det är även vanligt att unga människor luras att köpa förfalskade produkter: 37 %⁽¹⁾ av dem som svarade uppgav att de köpt förfalskade varor oavsiktligt och lyfte fram att det ofta är **svårt att skilja äkta varor från förfalskningar**. Av de svarande uppgav 48 % att de inte hade köpt några sådana produkter eller att de var osäkra på om de hade gjort det.

Piratkopierat innehåll på nätet

När det gäller digitalt innehåll ökar den lagliga konsumtionen bland de yngre generationerna. **60 %** av de svarande uppgav att de **inte hade använt, spelat upp, laddat ner eller strömmat innehåll från olagliga källor** under det gångna året, jämfört med 51 % 2019 och 40 % 2016, vilket bekräftar trenden.

Den avsiktliga konsumtionen av piratkopierat innehåll håller sig dock på en stadig nivå: **21 %** av de unga konsumenterna (en av fem) erkände att de hade **tagit del av piratkopierat innehåll med flit** under de senaste 12 månaderna. En betydande andel av ungdomarna blev dock vilseledda till att konsumera piratkopierat innehåll. 12 procent av deltagarna i undersökningen tog del av piratkopierat innehåll av misstag och 7 procent vet inte om de konsumerat piratkopierat innehåll. Den vanligaste typen av piratkopierat innehåll var **filmer** (61 procent), **tv-serier** (52 procent) och **musik** (36 procent), och innehållet tillhandahölls främst genom specialiserade webbplatser, appar och sociala mediekkanaler.

EUIPO:s verkställande direktör, **Christian Archambeau**, sade följande mot bakgrund av de nya resultaten:

Denna tredje upplaga av resultattavlan för immateriella rättigheter och ungdomar, som offentliggörs under [Europaåret för ungdomar](#), bekräftar de trender som vi kunnat se i tidigare upplagor och ger en tydligare bild av ungdomars uppfattningar och inställningar. I en tid då e-handeln och den digitala konsumtionen ökat avsevärt är det en bekymrande trend att inköpen av förfalskade varor ökar. Och detta gäller både för avsiktliga och oavsiktliga köp. Inte heller konsumtionen av piratkopierat innehåll minskar, även om dagens unga konsumenter i allt högre grad föredrar innehåll från lagliga källor. Den här nya analysen är ett värdefullt verktyg för att berörda parter, beslutsfattare, utbildare och organisationer i det civila samhället ska kunna utforma

⁽¹⁾ De redovisade procentsatserna för 2022 uppgår inte till 100 %. Orsaken är att de svarande kan ha köpt förfalskningar både avsiktligt och oavsiktligt under de senaste 12 månaderna.



medvetandehöjande initiativ för att hjälpa våra unga medborgare och konsumenter att göra välgrundade val.

Vanliga drivkrafter bakom köp av förfalskade varor och konsumtion av piratkopierat innehåll

Även om **pris och tillgänglighet** fortsätter att vara huvudorsakerna till att dagens ungdomar köper förfalskade varor och avsiktligt tar del av piratkopierat innehåll, blir **social påverkan**, till exempel från familj, vänner eller bekanta, en allt viktigare faktor.

Andra faktorer som framkommit i undersökningen är uppfattningen att det saknar betydelse om produkterna är förfalskade eller inte (eller huruvida innehållet hämtats från en olaglig källa eller inte), då man inte uppfattar någon skillnad mellan originalprodukter och förfalskade produkter och att man upplever det som enkelt att hitta eller beställa förfalskade produkter på nätet. En av 10 svarande angav rekommendationer från influerare eller berömda personer som en drivkraft.

Vad kan få ungdomar att avstå?

För både förfalskade varor och piratkopierat innehåll nämnde de svarande att personliga **risker för att råka ut för it-bedrägerier** och **cyberhot** är faktorer som skulle kunna avskräcka dem från sådan konsumtion. En bättre förståelse för de **negativa effekterna på miljön eller samhället** nämns nu i större utsträckning av de tillfrågade ungdomarna.

INFORMATION TILL REDAKTÖRERNA

2022 års [resultattavla för immateriella rättigheter och ungdomar](#) bygger vidare på den första och andra utgåvan som offentliggjordes 2016 respektive 2019. Syftet med undersökningen är att få insikt i ungdomars uppfattningar och beteenden när det gäller immateriella rättigheter i samband med tillgång till digitalt innehåll och köp av fysiska varor. Den kvantitativa analysen för 2022 års undersökning genomfördes under perioden 7–28 februari 2022 och bygger på svaren från **totalt 22 021 ungdomar i åldern 15–24 år i EU:s 27 medlemsstater**. Resultattavlan för 2022 innehåller både kvantitativa och kvalitativa insikter om unga konsumenters inställningar och beteenden. Där beskrivs också tendenserna sedan den förra studien, som gjordes 2019. Dessutom undersöks nya områden, vilket kan vara till hjälp för berörda parter och beslutsfattare i arbetet med att skraddarsy nya politiska åtgärder och utveckla relevanta initiativ för att höja medvetenheten.

OM EUIPO

Europeiska Unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO) är en decentraliserad EU-byrå med säte i Alicante i Spanien. EUIPO, som år 2021 utsågs till [världens mest innovativa immaterialrättsmyndighet](#), förvaltar registreringen av EU-varumärken och gemenskapsdesign. Båda dessa ger ett immaterialrättsligt skydd som omfattar samtliga EU:s medlemsstater. Myndigheten samarbetar också med de nationella och regionala



immaterialrättsmyndigheterna i EU:s medlemsstater och är värd för Europeiska observatoriet avseende intrång i immateriella rättigheter.

Det Europeiska observatoriet för intrång i immateriella rättigheter inrättades 2009 för att stödja och säkerställa skyddet för immateriella rättigheter samt bidra till att bekämpa det växande hot som intrång i immateriella rättigheter utgör i Europa. Observatoriet överfördes till EUIPO den 5 juni 2012 genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr. 386/2012. I år har med andra ord observatoriet förvaltats av EUIPO i ett årtionde.

Kontakt för medier

EUIPO:s kommunikationstjänst

Tfn: +34 653 674 113

press@euipo.europa.eu

