

## Tablica pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2022.



## Predgovor

Tablica pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2022.

Treće izdanje Tablice pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade donosi dobrodošle najnovije informacije o ponašanju mladih u dobi od 15 do 24 godine u čitavoj Europskoj uniji u pogledu kršenja prava intelektualnog vlasništva. U njemu su prikazani čimbenici zbog kojih se mladi odlučuju na kupnju krivotvorenih proizvoda ili pristupanje digitalnom sadržaju iz nezakonitih izvora na europskoj i nacionalnoj razini, ali su također istaknuti elementi koji bi mogli pomoći da naša mlada generacija prestane s kršenjima prava.

Anketom iz 2022. uvelike su potvrđeni trendovi utvrđeni u prethodnim izdanjima iz 2016. i 2019. godine, a pruža se i bolji uvid u percepcije i stavove mladih u vrijeme snažnog povećanja internetske trgovine i digitalne potrošnje, što utječe na ponašanja korisnika.

Trend pristupanja digitalnom sadržaju iz zakonitih izvora jasno je potvrđen porastom većinskog udjela mladih koji su izjavili da radije biraju zakonite alternative u usporedbi s piratskim sadržajem.

Međutim, 21 % ispitanika i dalje priznaje da je tijekom posljednjih 12 mjeseci namjerno pristupilo piratskom sadržaju, osobito filmovima, televizijskim serijama, glazbi i sportskim događanjima uživo, putem specijaliziranih poslužitelja, aplikacija i društvenih mreža. Trećina mladih potrošača smatra da je teško razlikovati digitalni zakoniti sadržaj od piratskog sadržaja odnosno to im je sve manje bitno.

S druge strane, zabilježen je porast namjerne kupnje krivotvorenih proizvoda; 37 % mladih potvrdilo je da su tijekom posljednjih 12 mjeseci kupili barem jedan krivotvoreni proizvod (ta je brojka 2019. iznosila 14 %).

Iako je zahvaljujući poboljšanoj metodologiji možda pružen točniji prikaz u usporedbi s prethodnim izdanjima tablice pokazatelja, taj trend zabrinjava.

Sličan je udio mladih koji su slučajno kupili krivotvorene proizvode i priznaju da teško razlikuju originalne od krivotvorenih proizvoda.

Iako ispitanici i dalje smatraju cijenu glavnim razlogom za odabir piratskih ili krivotvorenih proizvoda, sve su važniji društveni utjecaji, kao što su ponašanja članova obitelji, prijatelja i osoba oko njih.

Što se tiče čimbenika zbog kojih bi mogli dvaput promisliti i prestati s kršenjem prava intelektualnog vlasništva, mladi koji su sudjelovali u anketi sada sve više spominju osobne rizike od kibernetičkih prijetnji ili kibernetičkih prijevara, kao i bolje razumijevanje negativnog učinka na okoliš ili društvo.

Ova bi nova analiza trebala pružiti vrijedan i koristan alat koji će dionicima, tvorcima politika, kao i edukatorima i organizacijama civilnog društva pomoći u osmišljavanju inicijativa za podizanje razine osviještenosti kako bi našim mladim potrošačima pomogli u izboru na temelju pouzdanih informacija.

Christian Archambeau  
Executive Director  
EUIPO



## Sažetak

---

Tablica pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade za 2022.

### SAŽETAK GLAVNIH REZULTATA

Ova je studija iz 2022. nastavak prvog i drugog izdanja Tablice pokazatelja za intelektualno vlasništvo i mlade, koja su objavljena 2016. i 2019. Prvotno istraživanje bilo je posebno usmjereno na prepoznavanje najjačih pokretača i prepreka prilikom pristupa digitalnom sadržaju na internetu ili kupnje fizičkih proizvoda koji se nude i na zakonit i na nezakonit način. Studija iz 2022. temelji se na skraćenoj i revidiranoj inačici anketnog upitnika iz 2019. Njezini su ciljevi bili ocjenjivanje promjena stavova i ponašanja do kojih je došlo u razdoblju nakon studije iz 2019. te dobivanje novih i boljih saznanja koja bi se mogla izravno upotrijebiti u osmišljavanju primjerenih političkih odgovora. Studija je provedena na uzorku od ukupno 22 021 mladih (u dobi od 15 do 24 godine) u 27 država članica EU-a u razdoblju od 7. do 28. veljače 2022. Ovo izvješće donosi detaljan pregled zaključaka, uključujući, gdje je to metodološki moguće, usporedbe s rezultatima studija iz 2019. i 2016.

---

[Pristupanje sadržaju iz nezakonitih izvora i kupnja krivotvorenih fizičkih proizvoda putem interneta i dalje su raširena praksa među mladima.](#)

---

Trećina (33 %) ispitanika tijekom posljednjih 12 mjeseci koristila je, igrala, preuzimala ili prenosila uživo sadržaj iz nezakonitih izvora. To obuhvaća njih 21 % koji su to učinili namjerno i 12 % koji su to učinili nenamjerno. Iako su ti rezultati uvelike u skladu s onima iz 2019., zabilježeno je i povećanje od 10 postotnih bodova u udjelu mladih koji su izjavili da *nisu* pristupili sadržaju iz nezakonitih izvora (porast s 50 % na 60 %). To je povećanje u skladu sa zaključcima iz šire novije literature.

Što se tiče krivotvorenja, malo više od polovice (52 %) mladih koji su sudjelovali u anketi kupilo je u posljednjih 12 mjeseci barem jedan krivotvoreni proizvod putem interneta. Ukupno 37 % ispitanika kupilo je krivotvoreni proizvod namjerno, dok je jednaki udio ispitanika to učinio nenamjerno (možda su neki ispitanici tijekom posljednjih 12 mjeseci kupili određenu vrstu krivotvorenog proizvoda i namjerno i nenamjerno). Iako rezultati u pogledu ovog pitanja nisu izravno usporedivi s prethodnim krugovima ankete, oni upućuju na snažan porast kupnje krivotvorenih proizvoda u usporedbi s 2019., kada je 14 % ispitanika izjavilo da je takve proizvode kupilo namjerno, dok je njih 12 % izjavilo da je to učinilo nenamjerno. Ova promjena vjerojatno odražava dobro dokumentirano povećanje raširenosti kupnje putem interneta tijekom pandemije bolesti COVID-19, kao i činjenicu da je pitanje za Tablicu pokazatelja za 2022. bilo preciznije postavljeno (kako je detaljno opisano u odjeljku 1.3. u nastavku). Konkretno vrste krivotvorenih proizvoda koje su ispitanici najčešće kupovali tijekom posljednjih 12 mjeseci bili su odjeća i modni dodatci (17 %), nakon čega slijedi obuća (14 %).

---

Cijena je i dalje najvažniji čimbenik zbog kojeg se mladi odlučuju na nezakonit pristup digitalnom sadržaju i kupnju krivotvorenih proizvoda, ali sve veću važnost imaju i drugi čimbenici, osobito društveni utjecaji.

---

U skladu sa zaključcima iz 2019., niži trošak i veći izbor i dalje su glavni čimbenici koje su ispitanici naveli kao razlog za namjerno pristupanje sadržaju iz nezakonitih izvora. Isto tako, cjenovna pristupačnost proizvoda glavni je čimbenik zbog kojeg su se u 2022. odlučili za namjernu kupnju krivotvorenih fizičkih proizvoda, nakon čega slijedi činjenica da im jednostavno nije bitno je li proizvod krivotvoren, kao i uvjerenje da ne postoji razlika između originalnih i krivotvorenih proizvoda te činjenica da je lako pronaći i naručiti krivotvorene proizvode putem interneta (18 %). Istovremeno je i u pogledu pristupa sadržaju iz nezakonitih izvora i u pogledu kupnje krivotvorenih proizvoda zabilježeno povećanje (od pet, odnosno šest postotnih bodova) udjela ispitanika koji su izjavili da „prijatelji ili drugi ljudi koje znam to čine”, čime se ističe sve veća važnost društvenih utjecaja.

---

Specijalizirana mrežna mjesta bila su najpopularniji način nezakonitog pristupanja većini vrsta digitalnog sadržaja.

---

Odgovori na novo pitanje dodano u anketu za 2022. upućuju na činjenicu da su za većinu vrsta sadržaja iz nezakonitih izvora specijalizirana mrežna mjesta bila najpopularniji način pristupanja, osobito za filmove (63 %) i televizijske serije (59 %). Što se tiče glazbe, najpopularniji način pristupanja piratskom sadržaju (39 %) bile su aplikacije, dok su za fotografije to bile društvene mreže (36 %).

---

Dostupnost cjenovno pristupačnijih originalnih proizvoda/sadržaja iz zakonitih izvora, kao i rizici od kažnjavanja, i dalje su među glavnim čimbenicima zbog kojih bi se mladi prestali služiti nezakonitim alternativama. Istovremeno novi ponuđeni odgovori dodani u anketu za 2022. upućuju na druge čimbenike zbog kojih bi mogli promijeniti ponašanje.

---

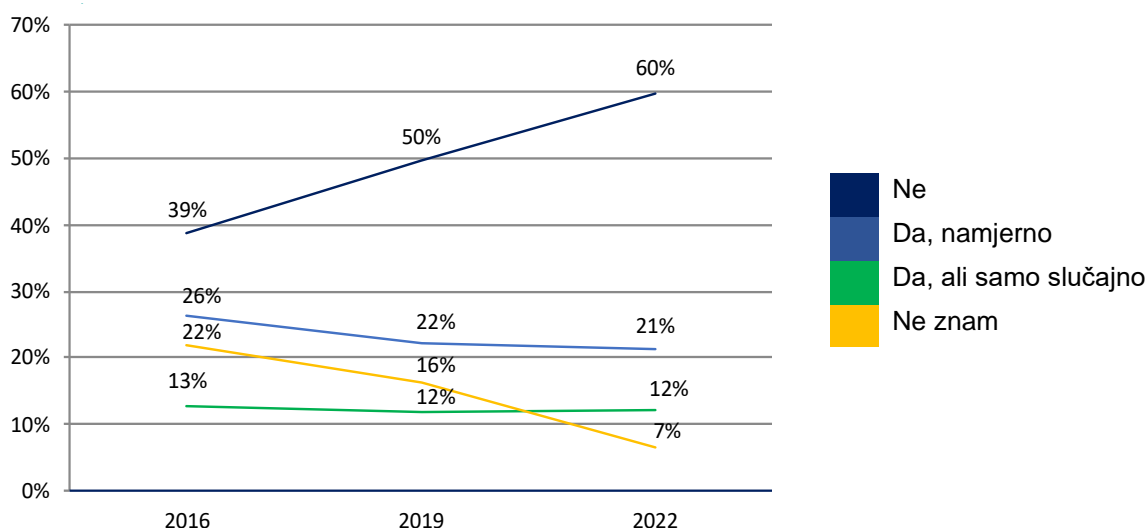
Otprilike polovica ispitanika koji su izjavili da su pristupili sadržaju iz nezakonitih izvora izjavila je da bi to prestali činiti kada bi doživjeli kibernetičku prijetnju (41 %) ili kibernetičku prijevare (40 %), dok je njih 24 % izjavilo da bi to možda učinili kada bi se susreli sa sadržajem loše kvalitete. Među ispitanicima koji su kupili krivotvorene proizvode otprilike trećina (31 %) izjavila je da bi prestali s time kada bi se susreli s krivotvorinom loše kvalitete, dok je otprilike četvrtina njih izjavila da bi to učinili kada bi doživjeli kibernetičku prijevare (23 %) ili kibernetičku prijetnju (21 %) ili kada bi se susreli s nesigurnim ili opasnim proizvodom (22 %). Sličan udio ispitanika izjavio je da bi prestali kada bi bolje razumjeli negativne učinke na okoliš (19 %) ili društvo (17 %).

## DIGITALNI SADRŽAJ

Udio mladih koji su pristupili sadržaju iz nezakonitih izvora (namjerno ili nenamjerno) nije se mijenjao od 2019. i iznosi 33 %. Istovremeno je zabilježeno povećanje udjela mladih (od 10 postotnih bodova) koji su izjavili da nisu pristupili takvom sadržaju *ni u kojem obliku*.

Tijekom posljednjih 12 mjeseci jedna trećina (33 %) ispitanika koristila je, igrala, preuzela ili prenosila uživo sadržaj iz nezakonitih izvora, pri čemu je njih 21 % to učinilo namjerno, a 12 % nenamjerno, što je u skladu sa zaključcima ankete iz 2019. Iako su ti rezultati uvelike u skladu s onima iz 2019., zabilježeno je i povećanje od 10 postotnih bodova u udjelu mladih koji su izjavili da *nisu* pristupili sadržaju iz nezakonitih izvora (porast s 50 % na 60 %). To je u skladu s drugom literaturom, uključujući studiju „Europski građani i intelektualno vlasništvo: percepcija, svijest i ponašanje” iz 2020., prema kojoj je udio ispitanika koji su izjavili da su platili za zakoniti digitalni sadržaj porastao za 17 postotnih bodova u usporedbi s 2017. (s 25 % na 42 %, koliko je ta brojka iznosila u 2020.) (slika 1.1.).

Slika 1.1.: Pristupanje digitalnom sadržaju – zakonito ili nezakonito



Kao što je to bio slučaj u 2019., malo više od petine (21 %) ispitanika *namjerno* se koristilo nezakonitim izvorima za pristupanje sadržaju.

Namjerna uporaba nezakonitih izvora i dalje je bila viša od prosjeka među muškarcima i mladima s visokim stupnjem obrazovanja. Istodobno, raširenost takvog ponašanja uvelike se razlikovala među zemljama. Primjerice, u Belgiji je iznosila 29 %, a u Njemačkoj 12 %. Glavne vrste digitalnog sadržaja kojem se pristupalo iz nezakonitih izvora bili su filmovi (61 %), televizijske serije/emisije (52 %) i u manjoj mjeri glazba (36 %), softver (35 %), igre (33 %), sportska događanja uživo (35 %) i elektroničke knjige (32 %). Udio ispitanika koji su se većinom koristili *zakonitim* izvorima za bilo koju vrstu sadržaja uvijek je bio manji od 60 %.

---

Za većinu vrsta sadržaja iz nezakonitih izvora specijalizirana mrežna mjesta bila su najpopularniji način za pristupanje sadržaju.

---

Odgovori na novo pitanje dodano u anketu za 2022. upućuju na činjenicu da su za većinu vrsta sadržaja iz nezakonitih izvora specijalizirana mrežna mjesta bila najpopularniji način pristupanja, osobito za filmove (63 %) i televizijske serije (59 %). Što se tiče glazbe, najpopularniji način pristupanja piratskom sadržaju (39 %) bile su aplikacije, dok su za fotografije to bile društvene mreže (36 %).

U skladu s prethodnim krugom istraživanja, ispitanici su kao glavni razlog za namjerno pristupanje sadržaju iz nezakonitih izvora naveli nižu cijenu sadržaja u usporedbi sa sadržajem iz zakonitih izvora. Više od polovice (55 %) ispitanika navelo je taj razlog, nakon čega slijede dostupnost željenog sadržaja samo putem nezakonitih izvora (25 %) i veći izbor putem takvih izvora. Valja napomenuti da zaključci ankete iz 2022. upućuju na povećanje udjela ispitanika koji su izjavili da „prijatelji ili ljudi koje znam to rade” (porast s 12 % na 17 %), što ističe veću važnost društvenih utjecaja na ponašanje.

---

Glavni čimbenik za koji su mladi rekli da bi ih mogao navesti da prestanu namjerno pristupati sadržaju iz nezakonitih izvora bila bi dostupnost cjenovno pristupačnijeg sadržaja iz zakonitih izvora. Mogućnost kibernetičke prijevare i kibernetičke prijetnje bio je drugi najčešći čimbenik koji bi mogao imati odvraćajući učinak.

---

Dostupnost cjenovno pristupačnijeg sadržaja iz zakonitih izvora glavni je čimbenik za koji su mladi naveli da bi ih mogao odvratiti od namjernog pristupanja sadržaju iz nezakonitih izvora; gotovo polovica ispitanika (47 %) navela je taj razlog. Sličan udio ispitanika izjavio je da bi možda prestali kad bi doživjeli kibernetičku prijetnju (41 %) ili kibernetičku prijevare (40 %); 29 % njih izjavilo je da bi možda prestali kad bi se suočili s rizikom od kazne, dok je 24 % ispitanika izjavilo da bi to možda učinili kad bi se susreli sa sadržajem loše kvalitete.

Među ispitanicima koji nisu znali jesu li pristupili sadržaju iz nezakonitih izvora većina (69 %) i dalje je tvrdila da ne mogu razlikovati zakonite i nezakonite izvore, dok je njih 26 % izjavilo da im nije bitno je li izvor zakonit ili nezakonit. Iako je prva brojka niža nego 2019. (za 15 postotnih bodova), udio ispitanika koji su izjavili da im izvor nije bitan bio je viši (za osam postotnih bodova).

## FIZIČKI PROIZVODI

Iako su gotovo dvije trećine (63 %) ispitanika u anketi iz 2022. izjavile da relativno lako ili vrlo lako mogu razlikovati zakonite i nezakonite izvore za fizičke proizvode, otprilike trećina (31 %) ispitanika i dalje se suočava s teškoćama u tom pogledu. Te su teškoće bile najzastupljenije među ženama, tinejdžerima (u dobi od 15 do 17 godina) i osobama s najnižim stupnjem obrazovanja.

---

Tijekom posljednjih 12 mjeseci malo više od polovice ispitanika (52 %) kupilo je barem jedan krivotvoreni proizvod putem interneta.

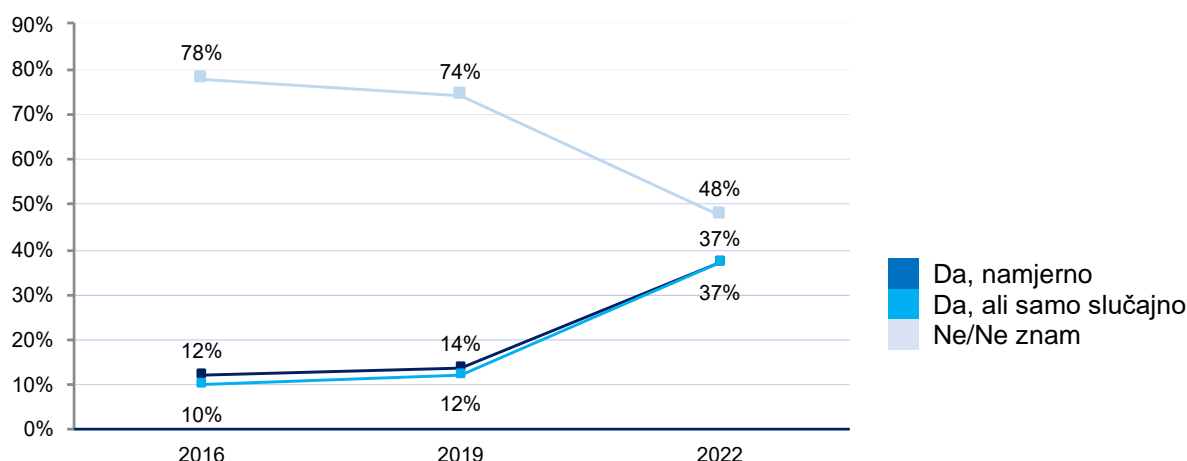
---



Tijekom posljednjih 12 mjeseci malo više od polovice ispitanika (52 %) kupilo je barem jedan krivotvoreni proizvod putem interneta. Ukupno 37 % ispitanika kupilo je krivotvoreni proizvod namjerno, dok je jednaki udio to učinio nenamjerno, a 48 % njih nije kupilo takav proizvod ili nisu bili sigurni jesu li to učinili (zbroj ovih brojki ne iznosi 100 % jer su ispitanici tijekom posljednjih 12 mjeseci možda kupili krivotvorene proizvode i namjerno i nenamjerno) (slika 1.2.). Iako rezultati u pogledu ovog pitanja nisu izravno usporedivi s prethodnim krugovima ankete, oni upućuju na snažan porast kupnje krivotvorenih proizvoda u usporedbi s 2019., kada je 14 % ispitanika izjavilo da je takve proizvode kupilo namjerno, dok je njih 12 % izjavilo da je to učinilo nenamjerno. Ova promjena vjerojatno odražava dobro dokumentirano povećanje raširenosti kupnje putem interneta tijekom pandemije bolesti COVID-19 (a možda i nestašicu proizvoda u nekim fizičkim trgovinama), kao i činjenicu da je pitanje za Tablicu pokazatelja za 2022. bilo preciznije postavljeno.

Dok se u prethodnim izdanjima ispitanike samo pitalo jesu li kupili krivotvorene proizvode ili ne, u izdanju iz 2022. ponuđen im je popis s 12 kategorija proizvoda i od njih se tražilo da odgovore jesu li kupili svaki od tih proizvoda. Zahvaljujući tom popisu ispitanici su se vjerojatno mogli bolje prisjetiti prethodnih kupnji, što je omogućilo preciznije mjerenje ponašanja.

Slika 1.2.: Namjerna i nenamjerna kupnja krivotvorenih proizvoda



U pogledu krivotvorenih proizvoda, tijekom posljednjih 12 mjeseci najviše su se namjerno kupovali odjeća i modni dodatci (17 %), nakon čega slijede obuća (14 %), elektronički uređaji (13 %) te higijenski proizvodi, kozmetika, proizvodi za osobnu njegu i parfemi (12 %). Najveći udio nenamjerne kupnje krivotvorenih proizvoda zabilježen je uglavnom za iste kategorije proizvoda.

U 2022. cijena je i dalje bila glavni razlog za namjernu kupnju krivotvorenih fizičkih proizvoda, što je u skladu sa zaključcima tablica pokazatelja za 2016. i 2019. Tek nešto manje od polovice (48 %) ispitanika koji su tijekom posljednjih 12 mjeseci *namjerno* kupili krivotvorene proizvode to je učinilo zbog cjenovne pristupačnosti ili niže cijene krivotvorenog proizvoda. Ostali čimbenici koje je navela barem petina ispitanika koji su *namjerno* kupili krivotvoreni proizvod bili su činjenica da im jednostavno nije bitno je li proizvod krivotvoren (27 %), uvjerenje da ne postoji razlika između originalnog i krivotvorenog proizvoda (24 %) te dojam da je lako pronaći i naručiti krivotvorene proizvode putem interneta (18 %). Od 2019. udio ispitanika koji su naveli drugi razlog, odnosno utjecaj svojih poznanika, porastao je za šest postotnih bodova.



Gotovo trećina ispitanika koji su tijekom posljednjih 12 mjeseci namjerno kupili krivotvorene proizvode izjavila je da bi to prestali činiti kad bi bili dostupni cjenovno pristupačniji originalni proizvodi (31 %). Jednaki udio ispitanika izjavio je da bi prestali kada bi se susreli s krivotvorenim proizvodom loše kvalitete (31 %), dok je otprilike četvrtina ispitanika izjavila da bi prestali to činiti kada bi doživjeli kibernetičku prijevare (23 %) ili kibernetičku prijetnju (21 %), kada bi članovi njihove obitelji/njihovi prijatelji (22 %) ili duge osobe (22 %) doživjeli loše iskustvo s krivotvorenim proizvodom ili kada bi se susreli s nesigurnim ili opasnim proizvodom (22 %). Sličan udio ispitanika izjavio je da bi prestali kada bi bolje razumjeli negativne učinke na okoliš (19 %) ili društvo (17 %).

---

Što se tiče ispitanika koji *nisu bili sigurni* jesu li tijekom posljednjih 12 mjeseci kupili krivotvorene proizvode, tri od pet ispitanika (60 %) izjavili su da ne mogu razlikovati originalne i krivotvorene proizvode, dok je njih 39 % izjavilo da im nije bitno je li proizvod originalan ili krivotvoren.

---

Otprilike četvrtina (26 %) svih ispitanika izjavila je da ne zna jesu li tijekom posljednjih 12 mjeseci kupili krivotvoreni proizvod. Većina tih ispitanika (njih 60 %) također je izjavila da ne mogu razlikovati originalne i krivotvorene proizvode, dok je njih 39 % izjavilo da im nije bitno je li proizvod originalan ili krivotvoren. Potonja je brojka za osam postotnih bodova veća od brojke za 2019., što također može upućivati na sve veću društvenu prihvatljivost kupnje krivotvorenih proizvoda.

## PRIOPĆENJA

---

Poruke o osobnoj sigurnosti (primjerice u pogledu izbjegavanja računalnih virusa, zlonamjernog softvera i kartičnih prijevara) i dalje su najčešći razlozi koji će odvratiti mlade od pristupanja sadržaju iz nezakonitih izvora i kupnje krivotvorenih proizvoda. Što se tiče krivotvorenih proizvoda, čini se da i poruke o negativnim društvenim ili okolišnim učincima djeluju na neke segmente mladih.

---

Poruke zbog kojih bi ispitanici najvjerojatnije dvaput razmislili prije korištenja, igranja, preuzimanja ili prijenosa uživo sadržaja iz nezakonitog izvora odnose se na rizik od zaraze njihova računala ili uređaja virusom ili zlonamjernim softverom (53 %), rizik od krađe podataka na kreditnoj kartici (49 %) ili rizik od kažnjavanja (36 %). Isto tako, poruke za koje je najvjerojatnije da će odvratiti mlade od kupnje krivotvorenih proizvoda odnosile su se na rizik od krađe podataka na kreditnoj kartici (43 %), nakon čega slijede nepostojanje jamstva za krivotvorene proizvode (34 %) rizik od računalnih virusa/zlonamjernog softvera (34 %) i rizik od štetnih utjecaja na zdravlje (31 %). Čini se da kod nekih segmenata ispitanika koji su kupovali krivotvorene proizvode, osobito onih najobrazovanijih, i poruke o negativnom društvenom ili okolišnom učinku imaju određen učinak (te su poruke isto tako bile među čimbenicima koje su drugi ispitanici naveli kao razlog zbog kojeg *nisu* kupili krivotvoreni proizvod).