

6 grudnia 2007

## Komunikat z konferencji 'Uważaj na podróbki'

**Prawie połowa Polaków nie jest w stanie odróżnić oryginału od podróbki – zaskakujące dane zostały ujawnione podczas konferencji prasowej 'Uważaj na podróbki' przygotowanej przez Stowarzyszenie ProMarka 6 grudnia 2007 roku. Wśród prelegentów konferencji wystąpili: Iwona Mońko – naczelnik Wydziału ds. Ochrony Własności Intelektualnej Ministerstwa Finansów, Marcin Peterlik - ekspert z Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową, Rafał Parczewski – dyrektor generalny Stowarzyszenia ProMarka.**

Podczas konferencji zostały przedstawione wyniki raportu **'Podróbki i produkty podobne – świadomość społeczna'**, sporządzonego na zlecenie Stowarzyszenia ProMarka przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. Prezentowany raport został przygotowany w oparciu o badania ankietowe przeprowadzone przez Centrum Badań Opinii Społecznej w połowie listopada 2007 roku. Celem badania była ocena poziomu świadomości społecznej na temat podróbek i produktów podobnych oraz ocena postaw konsumenckich względem tego zjawiska.

Z przeprowadzonych badań wynika, że aż 39% ankietowanych twierdzi, że nie jest w stanie odróżnić oryginału od podróbki, a 13% respondentów nie wie czy potrafi rozpoznać produkt podrobiony. Oznacza to, że być może niemal 60% konsumentów (Ci którzy nie potrafią i którzy nie wiedzą czy potrafią) nie jest w stanie odróżnić produktu oryginalnego od podróbki. Ponad połowa Polaków przyznaje się do kupna podróbki, przy czym 12% respondentów twierdzi, że dokonało zakupu nieświadomie, a 39% wiedziało, że kupiło podróbkę. Co czwarty Polak deklaruje, że nigdy nie kupił podróbki i co czwarty nie wie czy kiedykolwiek kupił podróbkę.

Zdaniem respondentów najczęstszym miejscem zakupu produktów podrobionych jest bazar – takiej odpowiedzi udzieliło 43% ankietowanych. Na drugim miejscu wskazano hipermarkety (ponad 16% odpowiedzi), a na trzecim miejscu internet, który wskazało 5% ankietowanych. O ile fakt, że podróbki najczęściej można kupić na bazarach nie jest zdumiewający, zaskoczenie budzi natomiast informacja, że na drugim miejscu respondenci wskazali hipermarkety. Duże sieci handlowe nie powinny bowiem pozwolić sobie na łamanie prawa i nielegalny obrót towarami podrobionymi.

Z przeprowadzonych badań wynika, że najczęściej Polacy kupują podrobioną odzież i dodatki (prawie 40% respondentów), prawie 18% kupuje podróbki kosmetyków i ponad 14% płyty CD i DVD. Ponad 9% Polaków kupuje podrobione artykuły spożywcze i produkty chemii gospodarczej, a ponad 5 % podrobione zabawki i używki (alkohol i papierosy). Zdecydowanie najrzadziej konsumenci kupują podróbki lekarstw, przyznaje się do tego zaledwie 0,4% respondentów. Ten przykład dowodzi, że konsumenci nie mają zaufania do bezpieczeństwa i jakości produktów podrobionych. W momencie gdy stawką staje się zdrowie konsumenta i jego najbliższych, konsument nie podejmuje ryzyka.



*Polskie Stowarzyszenie Wytwórców Produktów Markowych  
Polish Association of Branded Goods Manufacturers*

Wśród najczęściej wymienianych przyczyn skłaniających konsumentów do zakupu podróbek pojawiają się odpowiedzi: nie stać mnie na produkty oryginalne lub nie widzę różnicy między produktami podrobionymi a oryginalnymi. Dla blisko 90% Polaków sprzedaż podróbek jest nieetyczna, tymczasem blisko 50% z nich uważa, że sprzedaż podróbek nie powinna być karalna.

Co skłoniłoby Polaków do zrezygnowania z zakupu podróbek? Prawie 90% respondentów deklaruje, że obniżenie ceny produktów oryginalnych. Dla 44% argumentem przeciwko kupowaniu podróbek byłaby wiedza, że mogą okazać się szkodliwe dla zdrowia. Ponad jedna trzecia badanych zrezygnowałaby natomiast z zakupu podróbek gdyby posiadała wiedzę, że podróbki są znacznie gorszej jakości niż produkty oryginalne. Jedną czwartą respondentów przekonałby natomiast argument, że szkodzi interesom legalnych firm oraz ich pracownikom.

Z ostatnich danych Komisji Europejskiej wynika, że skala ilości zatrzymanych podróbek na terenie UE rośnie. Wśród 27 krajów UE Polska zajmuje 7 miejsce w zakresie ilości zatrzymanych podróbek. W porównaniu z poprzednimi latami w krajach UE obserwujemy tendencję wzrostu zatrzymań podróbek produktów codziennego użytku takich jak: żywność i alkohole, leki, zabawki oraz urządzenia elektroniczne. Ze statystyk służb celnych Ministerstwa Finansów wynika, że w pierwszych trzech kwartałach 2007 roku w Polsce zatrzymano w sumie 5 mln 139 tys sztuk towarów podrobionych, dla porównania w całym 2006 roku – 2 mln 487 tys sztuk. Zgodnie z przedstawionymi statystykami najwięcej zatrzymano podróbek sprzętu elektronicznego i komputerowego (832 tys sztuk), odzieży (434 tys sztuk) oraz papierosów (332 tys sztuk).

Konferencja prasowa rozpoczęła kampanię informacyjną Stowarzyszenia ProMarka – Uważaj na podróbki. Celem akcji jest zwrócenie uwagi konsumentów na problem podrabiania produktów markowych, przedstawienie zagrożeń wynikających ze stosowania podróbek i ostrzeżenie handlujących o karach, jakie im grożą za sprzedaż podróbek. Od 6 do 9 grudnia Stowarzyszenie ProMarka prowadzi akcję ulotkową w miejscach, gdzie najczęściej sprzedawane są podróbki m.in. na stadionie X – lecia. Kampania informacyjna będzie prowadzona również na portalu aukcyjnym [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl), gdzie przez okres 2 miesięcy będą umieszczone banery ze sloganem akcji odsyłające do specjalnej strony internetowej dedykowanej akcji [www.uwazajnapodrobki.pl](http://www.uwazajnapodrobki.pl).