

Ponaredki blagovnih znamk višjega cenovnega razreda

Sara Trstenjak, Bojan Dobovšek

Namen prispevka:

Namen prispevka je opredelitev problematike ponarejanja na eni strani in odnos ljudi do nakupa blagovnih znamk višjega cenovnega razreda na drugi. Prispevek naj bi v bralcu vzbudil zanimanje za izvor izdelkov, ki jih ponujajo na trgu, prav tako naj bi ga tema pritegnila k razmišljanju in razumevanju problematike ponarejanja.

Metode:

Avtorja v delu uporabita deskriptivno metodo. V tem okviru na podlagi izbrane domače in tuje literature uporabita še metodo analize in interpretacije vsebine pisnih in internetnih virov. Drugi del prispevka je namenjen empirični metodi. Z uporabo kvantitativne tehnike analizirata stanje in odnos ljudi do ponaredkov v Sloveniji. V ta namen uporabita spletno anketo, sestavljeno iz vprašanj zaprtega tipa. Nadaljujeta z nestandardiziranim intervjujem predstavnika vodilne slovenske oblačilne verige. Pridobljene podatke obdelata kvantitativno in kvalitativno.

Ugotovitve:

Večina ponarejenih izdelkov prihaja iz Kitajske (Shanghai – Science and Technology Museum oziroma Underground Market, Tao Bao City, Qipo Road Market; Guangzhou), Italije (Neapelj), Turčije (Carigrad) in območja bivše Jugoslavije (Novi Pazar). Dokazovanje, da gre za ponaredek na trgu, je najpogosteje prepuščeno kar imetniku zaščitene blagovne znamke. Ker tržni inšpektorat ni ustrezno usposobljen za dokazovanje, da gre za ponaredek, mora dokaze o tem predložiti imetnik zaščitene blagovne znamke. Kršitve intelektualne lastnine so opredeljene kot kaznivo dejanje, kadar gre za naklepno dejanje, storjeno v komercialno korist.

Omejitve/uporabnost raziskave:

Zaradi načina zbiranja podatkov in vzorca raziskava odraža značilnosti potrošnikov in njihov odnos do te problematike.

Praktična uporabnost:

Izsledki članka nam dajejo osnovo za nadaljnje raziskovanje problematike ponarejanja, hkrati pa nakazujejo na možne rešitve obravnavanega problema na regionalni, nacionalni in globalni ravni.

Izvirnost/pomembnost prispevka:

Prispevek analizira mnenje o odnosu do nakupa ponaredkov blagovnih znamk višjega cenovnega razreda in pogled pooblaščenih ponudnikov izdelkov blagovnih znamk na problematiko ponarejanja v Sloveniji. Avtorja ugotovitve aplicirata na slovenski trg ter predlagata rešitve na represivnem in preventivnem področju.

UDK: 343.533

Ključne besede: organizirana kriminaliteta, ponaredki, blagovne znamke, intelektualna lastnina, kršitve zakona o intelektualni lastnini

Counterfeit Luxury Brands

Purpose:

The purpose of this paper is to define the problem of counterfeiting on the one hand and the standpoint of people to buy the higher price bracket brands on the other. The paper should make the reader interested in the origin of the products offered in the market, and also to make him thinking and understanding the problem of counterfeiting.

Design/Methods/Approach:

The authors used the descriptive method. In this context, on the basis of domestic and foreign literature selected, they also used the method of analyze and interpretation of the written and internet sources. The second part of the paper used the empirical method. Using quantitative techniques, they analyze the situation and attitude of people towards counterfeits in Slovenia. For this purpose, they used online poll with the closed-ended questions. They continued with the unstandardized interview of the leading Slovenian clothing chain representative. Resulting data are processed quantitatively and qualitatively.

Findings:

Most of the counterfeit products come from China (Shanghai – Science and Technology Museum resp. Underground Market, Tao Bao City, Qipo Road Market; Guangzhou), Italy (Naples), Turkey (Istanbul), territory of the former Yugoslavia (Novi Pazar). Proving that it is counterfeit product on the market is usually left to the holder of the trademark. Since the market inspectorate is not adequately trained to demonstrate that a product is a counterfeit, the evidence should be submitted by the holder of the trademark. Violations of intellectual property are defined as a crime in the case of intentional act, committed for the commercial benefit.

Research limitations/implications:

Due to the mode of data and sample collection, the survey reflects the characteristics of consumers and their attitude towards this issue.

Practical implications:

The article results provide us with a basis for further counterfeiting problem research, and also suggest possible solutions for the presented problem on a regional, national and global level.

Originality/Value:

The paper analyzes the opinion of the standpoint on purchasing higher price bracket brand counterfeits and the view of authorized providers of branded products on the counterfeiting problem in Slovenia. The authors apply their findings to the Slovenian market, and propose solutions on the repressive and preventive field.

UDC: 343.533

Keywords: organized crime, counterfeit, brands, intellectual property, breaches of intellectual property law

1 UVOD

Ponarejanje izdelkov je kompleksen pojav, ki predstavlja eno izmed devetih najpogostejših oblik¹ organizirane kriminalitete (United Nations Office on Drugs and Crime [UNODC], 2010). Gre za posel mafijskih združb, ki se vedno bolj širi in postaja danes celo privlačnejši od trgovanja z drogo, saj je v času recesije donosnejši in ob odkritju milejše kaznovan. Iz poročila Evropske komisije je razvidno, da se število zaseženih pošiljk s ponarejenimi izdelki na območju EU iz leta v leto povečuje. Po ocenah Komisije naj bi vrednost blaga, za katero obstaja sum kršenja intelektualne lastnine, v letu 2010 znašala okoli 1 milijardo evrov. Zadnji podatki kažejo, da so cariniki EU v letu 2011 zasegli 91.000 pošiljk, kar predstavlja 15 % več kakor leto prej. Večina ponarejenih izdelkov, ki jih zasežejo na zunanjih mejah EU, izvira iz Kitajske (85 %), sledijo Indija, Turčija, Tajska in Hongkong (European Commission, Taxation and Customs Union, 2011).

Europol v svojih poročilih opredeljuje največja pristanišča EU kot glavne vstopne in distribucijske točke ponaredkov na območje EU. Količinsko največ ponaredkov vstopi skozi Rotterdam, Hamburg in Bremen (UNODC, 2010). Sloveniji najbližja obmorska država Italija beleži največji vnos ponarejenega blaga (predvsem tekstila) skozi neapeljsko pristanišče. Nemoten ilegalni vnos blaga prek italijanskih pristanišč pripisujejo vzajemnemu sodelovanju kitajskih in italijanskih mafijskih združb (Saviano, 2009).

Slovenska zakonodaja je za urejanje te problematike iz pravnega reda Evropske unije prevzela direktive in uredbe, ki so neposredno obvezujoče. Poleg mednarodnih (www.wipo.int) in evropskih (Inventa International, 2012) predpisov urejajo pravice intelektualne lastnine v Sloveniji še trije zakoni: Zakon o industrijski lastnini (2006), Zakon o avtorski in sorodnih pravicah (2007, 2008, 2010) ter Zakon o varstvu topografije polprevodniških vezij (1995, 2002, 2003, 2006). V Sloveniji so po podatkih Carinske uprave RS v letu 2011 zasegli 18.905.522 izdelkov različnega ponarejenega blaga, leta 2008 pa le 128.701, torej gre za močno rast števila ponaredkov na trgu (Carinska uprava RS, 2012). V preteklih letih so prevladovali ponareški športne obutve znamke Adidas in Nike, v zadnjem času pa je v trendu različno ponarejeno blago, kot so cigarete, prazni CD-ji in DVD-ji, zdravila, igrače, modni dodatki in oblačila višjega cenovnega razreda (www.carina.gov.si). Kadar se na slovenskem trgu pojavijo ponareški, ukrepata tržni inšpektorat in policija. Ponarejanje se šteje kot prekršek, za katerega Zakon o avtorski in sorodnih pravicah (2007, 2008, 2010) določa denarne kazni, ali kot kaznivo dejanje zoper človekove

1 UNODC - *Transnational Organized Crime Threat Assessment (2010)* izpostavlja devet najpogostejših pojavnih oblik organizirane kriminalitete za leto 2010: trgovino z ljudmi, tihotapljenje migrantov, trgovino s kokainom, trgovino s heroinom, trgovino s strelnim orožjem, trgovino z naravnimi viri (divje živali in les), ponarejanje izdelkov, pomorsko piratstvo in kibernetško kriminaliteto.

pravice in svoboščine, za katero se kršitelj po veljavnem slovenskem Kazenskem zakoniku RS (2012) kaznuje z zaporom do treh let ali več (največ osem).

2 PONAREJANJE BLAGOVNIH ZNAMK

Izdelki, za katere je značilno veliko povpraševanje, se lahko proizvajajo na podlagi enakih ali podobnih modelov, ki so pogosto pakirani in označeni tako, da jih ni mogoče razlikovati od originalov. Gre za organizirano dejavnost skupine ljudi, katerih cilj je vedno dobiček. Ponarejevalski posel je v razcvetu, njegova letna vrednost se giblje okoli 9,8 milijarde dolarjev (UNODC, 2010).

Kadar govorimo o ponarejanju², imamo v mislih resen svetovni izziv, ki ga omogočata globalizacija in poceni delovna sila. Hkrati pa so posledice svetovne gospodarske krize pripeljale do zmanjšanja kupne moči, kar močno vpliva na socialno toleranco do nakupa ponaredkov. Kjer postane razlikovanje med originalom in ponaredkom nemogoče, ponaredki uničujejo ugled kopirane blagovne znamke, kar neizogibno pripelje do prevlade cenejšega blaga.

Rast ponarejanja spodbuja dejstvo, da živijo oblikovalci in proizvajalci na različnih celinah. Ponarejanje je privlačna alternativa zakonitemu trgovanju, saj zmanjšuje stroške proizvodnje, prevoza in distribucije, hkrati pa ni stroškov, povezanih z raziskavami, oblikovanjem in trženjem. Ponarejevalci nimajo odgovornosti in interesa za ustvarjanje ugleda blagovnih znamk, zato stroške zmanjšajo že v proizvodni fazi z zaposlovanjem slabo plačane delovne sile, delovanjem v okolju nevarnih proizvodnih procesov in uporabo materialov slabše kakovosti. Dobiček pa ob tem dodatno povečujejo z izogibanjem plačilu davkov, ker uvoznih dajatev ne plačajo zaradi carinskih goljufij ali tihotapljenja. Davkov od prodaje ne plačajo zaradi neformalne prodaje na drobno, ki pogosto vključuje slabo plačano delo nezakonitih priseljencev. Čeprav je cena ponaredka zelo nizka v primerjavi s ceno originala, kljub temu ustvarja velik dobiček (UNODC, 2010).

2.1 Kitajska kot vir ponarejenih izdelkov

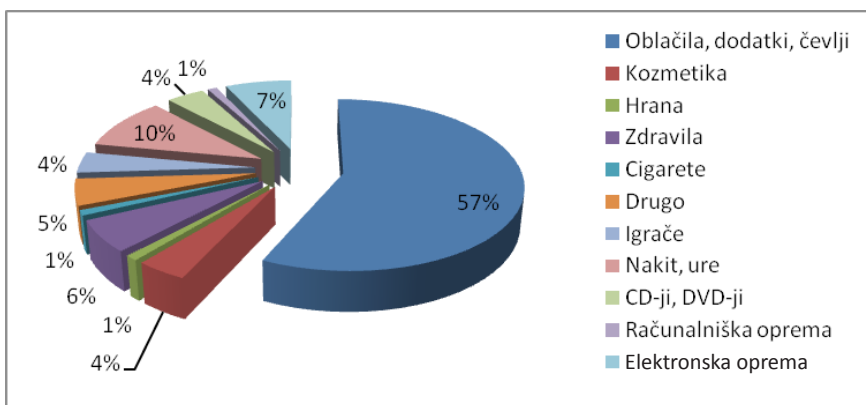
Čeprav problem ponarejanja ni omejen zgolj na Kitajsko, je kitajska vlada sprejela obsežne ukrepe za odpravo te problematike. Leta 2009 je kitajska generalna uprava za kakovost nadzora, inšpekcijo in karanteno obravnavala 200.000 primerov ponarejenih ali podstandardnih izdelkov. Nadzor kakovosti je izvajalo dva milijona inšpektorjev, ki so zasegli blago v vrednosti 490 milijonov ameriških dolarjev. Znano je, da kitajska carina vsako leto zaseže za več kakor 10 milijonov ameriških dolarjev ponaredkov, namenjenih izvozu. Obsojenim kršiteljem grozijo stroge kazni: leta 2009 je bil vodja operacije programskega piratstva obsojen na sedem

² Ponarejanje se pojavlja v vseh sektorjih, ki vključujejo naslednje proizvode (Europol, 2011b): tobak, alkohol in živilske izdelke, oblačila priznanih blagovnih znamk, ure in vse druge modne dodatke, zdravila, kemikalije in pesticide, parfume in druge kozmetične izdelke, CD-je, DVD-je, programsko opremo in igre, vozila in njihove rezervne dele, izdelke visoke tehnologije in belo tehniko (gospodinjiski aparati).

let zapora. Tudi kitajski javnosti se zdi problem ponarejanja zaskrbljujoč, kar je pokazala nedavna javnomnenjska raziskava. Kitajci menijo, da poleg korupcije ponarejanje in podstandardno blago najbolj škodujejo kitajskemu nacionalnemu ugledu (UNODC, 2010).

Po statističnih podatkih Svetovne carinske organizacije, ameriške vlade in Evropske komisije je mogoče večino ponarejenih izdelkov na svetu izslediti tja do Kitajske. V poslovnem letu 2009 so v Združenih državah Amerike zasegli za kar 205 milijonov ameriških dolarjev ponarejenega blaga, katerega izvor je celinska Kitajska. Omenjeni znesek predstavlja kar 79 % vrednosti vseh zaseženih ponaredkov v omenjenem letu. Če upoštevamo še izvor ponaredkov iz Hongkonga (10 %) in Tajvana (1 %), lahko ugotovimo, da je kar 90 % ponaredkov, ki so jih zasegli v ZDA, prišlo iz Kitajske. Ob tem je zaskrbljujoč podatek, da predstavlja število zasegov v ZDA (okoli 15.000 v letu 2008) manj kakor eno tretjino registriranih primerov na mejah EU.

Graf 1:
Vrste
ponaredkov,
zaseženih na
meji EU v letu
2008 (glede
na število
incidentov)
(Vir: UNODC,
2010)



Število zaseženih ponaredkov se je v zadnjih desetih letih povečalo za desetkrat bodisi zaradi večje razsežnosti ali povečanega nadzora. V letu 2008 je bilo odkritih skoraj 200 milijonov ponarejenih izdelkov. Iz grafa 1 je razvidno, da gre večinoma za oblačila in dodatke (57 %), sledijo nakit in ure (10 %) ter električna oprema (7 %). Leta 2008 so kar dve tretjini vseh zaseženih ponaredkov na svetu zasegli na mejah EU. Večina teh izdelkov je bila v celoti izdelana na Kitajskem, prevladovala pa so oblačila, CD-ji in DVD-ji, električna in tehnološka oprema ter igrače. Poudariti je treba, da je Kitajska tudi vodilni ponudnik zakonitih dobaviteljev teh proizvodov. Tako dejansko v vsakem posameznem sektorju število zaseženih ponaredkov občasno zasenči zakoniti uvoz (UNODC, 2010).

2.1.1 Proizvodnja in transport

Model kitajske decentralizirane proizvodnje pomeni, da se lahko skoraj vsak izdelek proizvaja v neskončnih kombinacijah pri sicer nepovezanih dobaviteljih.

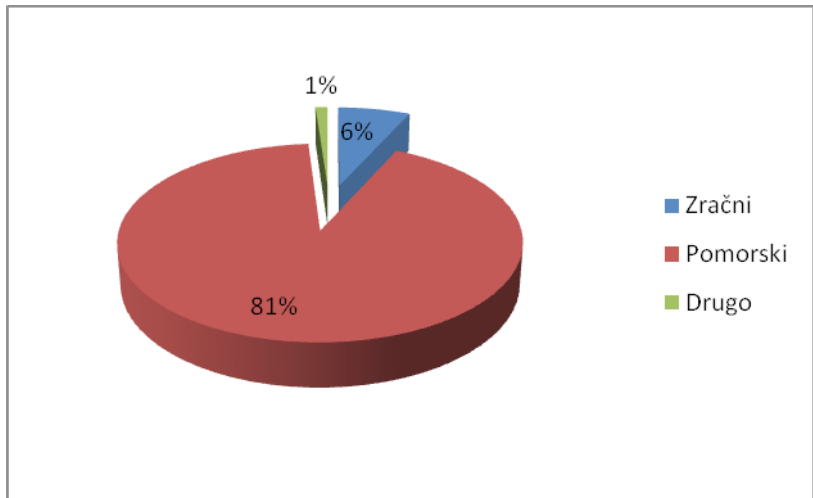
Iskanje izvora ponarejenega izdelka je v takšnem labirintu delnih dobaviteljev in izdelovalcev zahtevna naloga, saj spodbude za izdelavo prihajajo iz številnih virov. Na kitajskih trgih na debelo je ponarejeno blago vrednoteno na podlagi stopnje podobnosti z originalnim izdelkom. Blagovni razred A se lahko proizvaja v tovarnah, ki imajo licenco za proizvodnjo avtentičnega blaga, in to se skoraj ne razlikuje od originalnega. Ti proizvodi štejejo za luksuzne in imajo temu primerne cene. Pri nižjih blagovnih razredih gre preprosto lahko za tovarniške napake ali za izdelke, ki se proizvajajo v delavnicah, kjer uporabljajo materiale slabše kakovosti. Za vse priljubljene izdelke navadno obstaja več različnih razredov posnemanja (UNODC, 2010).

Videti je, da večina ponaredkov, namenjenih na evropske trge, potuje po morju. Ladijski promet zabojnikov se navadno uporablja za prevažanje na dolge razdalje. Kakor velja za številne druge oblike na videz zakonitega prevažanja blaga, se tudi za ponarejeno blago na poti iz vzhodne Azije v Evropo pogosto uporabljajo tranzitne poti po brezcarinskih območjih, npr. prek pristanišča Jebel Ali pri Dubaju ali prek drugih brezcarinskih območij v Združenih arabskih emiratih. Tako prikrijejo izvor blaga, izdelke, na katerih pa še ni oznak blagovnih znamk, pa opremijo z ustreznimi logotipi šele takrat, ko so v bližini ciljnega trga. Združeni arabski emirati so drugi največji vir ponaredkov blaga, zaseženih na mejah EU. Mnogo teh izdelkov temelji na »surovem« blagu oziroma blagu brez blagovne znamke iz vzhodne Azije. Opaziti je, da se za razpečevanje ponarejenega blaga povečujeta poštni in cestni promet (European Commission, Taxation and Customs Union, 2008).

Po poročilu UNODC iz leta 2010 vstopijo ponaredki v Evropo na vseh večjih pristaniščih. Morski promet predstavlja večinsko obliko transporta ponarejenih izdelkov v Evropi, tako ni presenetljivo, da je Nizozemska z največjim pristaniščem v Evropi (Rotterdam) odkrila največ ponaredkov, sledi ji Nemčija s pristaniščema Hamburg in Bremen. V Španiji je Valencia vstopna točka za ponarejeni tekstil, Allgeciras in Barcelona pa sta vstopni točki za večino vseh drugih ponaredkov. V Franciji so odkrili, da največ ponarejenih izdelkov vstopi v državo prek zračnega transporta. Potem ko blago preide carinski nadzor, ga običajno odpeljejo v območna skladišča, kjer ga shranijo, pakirajo in od koder ga distribuirajo. V Španiji je znan primer takega območja Cobo Calleja³ v bližini Madrida. Pred kratkim ga je razkrila policija in zasegla več kakor 1,5 milijona ponarejenih kosov. Nekatera območja na Zahodnem Balkanu so uporabljali za skladiščenje ponarejenega blaga, namenjenega v EU. Predvsem gre za izdelke blagovnih znamk, katerih proizvodnja poteka na Kitajskem in v Turčiji, na trg EU pa pridejo prek Črnega in Jonskega morja ter jadranskih pristanišč. V Italiji ima izredno pomembno vlogo neapeljsko pristanišče, kjer sta Comorra in Ndrangheta prevzeli nadzor nad uvozom in distribucijo ponaredkov (Europol, 2011a).

3 Na območju, ki obsega dva milijona kvadratnih metrov in je lokalno znano pod imenom »mercachina«, je več kakor tristo kitajskih distribucijskih podjetij.

Graf 2:
Najpogosteje uporabljene transportne poti zaseženega ponarejenega blaga ob vstopu v EU za leto 2008 (Vir: UNODC, 2010).



Blago, ki med prevozom ni opremljeno z blagovno znamko, se obdeluje v ciljnih državah ali drugje v EU. Danes se za trženje nekaterih izdelkov, kot so ure, parfumi in druge, t. i. »lifestyle« droge, vse pogosteje uporablja internet. Slovenija je ena tistih držav, ki predstavlja pomembno prometno povezavo za prenos ponarejenega (nedovoljenega) blaga med Romunijo, Moldavijo, Ukrajino in drugimi državami na vzhodu ter Italijo na zahodu (Cvjetović, 2011). Zaradi pomembnosti neapeljskega pristanišča pri vstopu ponarejenih izdelkov v EU, smo v nadaljevanju to problematiko izpostavili.

2.2 Neapeljsko pristanišče

Neapeljsko pristanišče, ki je eno največjih v južni Evropi oziroma Sredozemlju, predstavlja središče sveta, od koder pride vse, kar je proizvedeno na Daljnem vzhodu. V Evropi skoraj ni tekstila, igrač, čevljev, ur in izdelkov kitajskega porekla, ki ne bi prišli na trg prek tega pristanišča. Vsak dan gre skozi to pristanišče na tone blaga oziroma okoli 150.000 zabojnikov⁴. Premišljen prevoz blaga in razvrščanje v slabe blagovne kategorije občutno znižata stroške in prometni davek ter omogočata hitro skladiščenje brez pravega nadzora. Blago skladiščijo kar v stanovanjskih blokih nasproti pristanišča, v katerih so nekatera stanovanja polna škatel s ponarejenim blagom. Skoraj lahko rečemo, da se v Neaplju iztovarja samo še blago kitajskega izvora, kar 1.600.000 ton letno. Vsaj milijon ton blaga se izogne carini in za seboj ne pusti nobene sledi. Cariniki ocenjujejo, da se 60 % blaga, ki prispe v skladišče, izmuzne njihovem nadzoru, od tega 20 % odpravnic ni dosledno preverjenih in med njimi je kar petdeset tisoč ponarejenih. Od teh je 99 % kitajskega porekla

⁴ Po navedbah Saviana (2009), predstavlja neapeljsko pristanišče okoli 20 % vrednosti uvoza tekstila iz Kitajske, a vendar več kakor 70 % količine blaga. Razlog za to se skriva v proizvodih, ki so dragi za stranke in imajo majhno vrednost za davkarje.

in izračuni kažejo, da je blaga, ki se vsako leto izogne carinskemu nadzoru, za 400 milijonov evrov davčnih dajatev. V prve vrste postavljajo zabojnike, ki naj bi izginili, še preden so pregledani. Zabojniki so navadno pravilno označeni, vendar jih je veliko z isto številko. Iztovorjeno blago potrebuje le tri do štiri dni, preden se pojavi v izložbah v Bonnu, Münchnu ali Genovi (Saviano, 2009).

Zanimivo je, da se velike italijanske modne hiše niso nikoli pred razkritjem protimafijskih enot uprle mafijskemu klanu. Vzrokov za to je gotovo več. Če bi razkrile njihovo delovanje, bi zanje stroški distribucije silovito narasli, saj izvirajo zastopniki, distribucija in prevozniki iz camorrinih družin. Prav tako bi jim zaprli dostop do tekstilnih tovarn na območju Neaplja in otežili stike s podjetji na Kitajskem. Za vedno pa bi se morale odpovedati poceni delovni sili v Kampanji in Apuliji. Klani s svojim poslom niso kvarili ugleda priznanih blagovnih znamk, temveč so zgolj izkoriščali njihovo simbolično karizmo. Nekako so promovirali določene blagovne znamke in z donosnejšimi cenami celo razširjali izdelke. Poslanstvo klanov je nakup trgovskih središč, kjer svoje ponaredke pomešajo med izvirnike tako, da ni videti razlik.

2.3 Trgovci s ponaredki

Združbe ponarejanja se v vzhodni Aziji zelo razlikujejo po velikosti in prefinjenosti. Tiste, katerih glavna naloga je oskrba s presežki ali izdelki s tovarniškimi napakami, uporabljajo enako infrastrukturo kakor licenčni proizvajalci. Na splošno je proizvodnja ponarejanja decentralizirana v enaki meri, kot so decentralizirani drugi vidiki proizvodnje.

Skupine organizirane kriminalitete, ki danes proizvajajo ponaredke na Kitajskem, so ustanovili ali vsaj financirali poslovneži iz Hongkonga, Kitajske in Tajvana. Pobude za proizvodnjo ponaredkov se pojavijo vedno, kadar povpraševanje po novem izdelku zahteva nove dobavne verige. V verigo ponarejanja izdelkov so lahko vključeni tudi posamezniki, ki sploh ne vedo, da so vpleteni v kakršne koli nezakonite posle. Odzivajo se zgolj na nova naročila izdelkov in opravljanja storitev na zelo zapletenem odprtem trgu. Ker se za prevoz ponarejenega blaga uporabljajo splošno razširjene prevozne poti, se lahko zgodi, da mednarodni prevozniki ne vedo, da prek njih poteka nezakonita narava pošiljk. Kadar gre za izdelke, ki dobijo lažne blagovne oznake na preusmerjenih območjih ali na samem cilju, so ti med prevozom dejansko povsem zakoniti. Tisti, ki zavestno izvajajo kazniva dejanja, so kaznovani v državah, ki so ciljni kraj ponaredkov. Vse kaže, da imajo kitajski priseljenci s stalnim prebivališčem v Evropi pomembno vlogo pri sprejemanju in predelavi blaga (UNODC, 2010).

Nekateri ponarejeni proizvodi gredo v zakonite maloprodajne *outlet* trgovine. Čeprav trgovci niso povsem seznanjeni z naravo izdelkov, se zdi, da deloma poznajo poreklo najugodnejšega blaga. Ne glede na vlogo zakonitih trgovcev na drobno je videti, da večji del trgovine teče prek neformalnih trgov in ulične prodaje. Na to kaže nekoč razvpiti Stadium Market v Varšavi in desetina občinskih boljših trgov v Veliki Britaniji, kjer na tisoče mladih podjetnikov oglašuje ponarejeno trgovsko blago. Ulične prodajalce, ki so večinoma ilegalni migranti iz Afrike in Azije, silijo

k prodaji ponaredkov ilegalni tihotapci. Problematika je podobna tisti s trgovino z ljudmi iz zahodne Afrike v Evropo za namen spolnega izkoriščanja (UNODC, 2010).

Kadar dolg priseljencev postane tako velik, da se ne morejo upreti pokrovitelju, so prisiljeni sodelovati v nezakonitem poslu. Vpletene so tudi tradicionalno organizirane kriminalne združbe, kakršna je na primer neapeljska mafajska organizacija comorra, ki je vrsto let preprodajala ponaredke izdelkov zelo znanih oblikovalcev, ki so jih izdelovali isti obrtniki, ki so izdelovali tudi originale. Comorra še danes prek legalnih tržnih poti prodaja izdelke azijskega porekla.

2.4 Problematika ponarejanja

Problematika ponarejanja ni le ustvarjanje neobdavčenega dobička, kar negativno vpliva na državo in družbo, ampak lahko nevarni ponarejeni izdelki resno ogrozijo okolje in zdravje ljudi. Ponarejeno blago je zaradi cenovne ugodnosti pogosto skušnjava. Mnogi potrošniki se ne zavedajo, da so ponarejeni izdelki zelo slabe kakovosti in ne zadostujejo evropskim in drugim standardom kakovosti, to pomeni, da niso laboratorijsko pregledani in ustrezno preskušeni glede varnosti uporabe in kakovosti, kar zagotavlja varno in zdravju neškodljivo uporabo. V najslabšem primeru so lahko posledice uporabe takšnih izdelkov tudi smrtne. Ob nakupu ponaredka nismo upravičeni do garancije, pa tudi rezervnih delov navadno ni (Europol, 2011b).

Proizvajalcev ponarejenih igrač ne skrbi nevarnost zadušitve z deli igrač ali strupen učinek barve na njej, ponarejeni avtomobilski deli niso podvrženi strogim varnostnim testom, ki jih sicer po zakonu zagotavljajo pooblaščen proizvajalci. Zaradi cenejših materialov in nepravilnega načina izdelave obstaja pri ponarejenih baterijah in cigaretih vžigalnikih velika nevarnost za nastanek eksplozije. Izredno zaskrbljujoče je ponarejanje zdravil, pri tem gre problematika celo tako daleč, da ti ponaredki vsebujejo nezadostno količino zdravilne učinkovine, njihov dejanski zdravilni učinek pa je sploh vprašljiv. Širjenje tovrstnih ponaredkov po svetu ima lahko resne in škodljive posledice na zdravje ljudi po vsem svetu⁵.

Ponarejenih izdelkov je vse več in predstavljajo vedno večji problem. Najpogosteje se ponarejajo elektronski izdelki, povečuje pa se tudi ponarejanje farmacevtskih izdelkov (Ritbagroup, 2012). Kot ponaredki blagovnih znamk se najpogosteje pojavljajo oblačila, dodatki in obutev. Nevarnost tveganja pri ponarejenih dizajnerskih torbicah je manj očitna, kakor je na primer razredčeni penicilin, vendar vsi ponaredki ogrožajo nacionalna in globalna prizadevanja, da bi bila trgovina usmerjena v skupno dobro. Značilnost ponarejenih izdelkov je, da so pretihotapljeni, s čimer se izognejo inšpekcijskim pregledom ter uvoznim

⁵ *Strup v otroških oblačilih je najnovejše tveganje pri nakupu takih izdelkov neznanega izvora. Nedavna preiskava je namreč pokazala formaldehid v volnenih in bombažnih oblačilih, vsebnost je bila kar 500-krat večja od dovoljene. Formaldehid je vodotopen brezbarveni plin ostrega vonja, ki je za človeka alergen, strupen in rakotvoren. Pri otrocih, ki so pogosto izpostavljeni tej kemikaliji, je mogoče zaznati draženje oči, spremembe na koži, nahod, težave z dihanjem in tudi astmo (Europol, 2011b).*

davkom in dajatvam. Ker gre za neredno prodajo na drobno in neplačevanje davkov od prodaje, govorimo o sivi ekonomiji. Davčne utaje omogočajo, da so cene ponarejenega blaga na trgu zelo konkurenčne in za trgovce zelo dobičkonosne. Ponarejeni izdelki, ki izpodrivajo zakonito prodajo drugih izdelkov, ne predstavljajo škode samo za države prejemnice ponaredekov na trgu, temveč posledice občutijo tudi države proizvajalke. Povsod, kjer mednarodna skupnost poskuša vzpostaviti standarde dobre industrijske prakse, jim ponarejevalci to onemogočajo.

Negativne vplive ponarejanja je zelo težko meriti. Najbolj objektivne ocene temeljijo na izgubi prihodkov in prav zato je ponarejanje pogosto omejeno na vprašanje prihodkov, čeprav gre za veliko več. Ker je velik del zunanjih pogodbenih proizvajalcev ponaredekov v Aziji, izhaja velik delež zaseženih ponarejenih izdelkov na svetu prav od tam.

2.5 Kršitve zakona o intelektualni lastnini

Nakup ponareodka priznane blagovne znamke ni nedolžno dejanje, saj z njim spodbujamo in pospešujemo razvoj organizirane kriminalitete. Vsi ponarejevalci imajo nekaj skupnega, tj. kršitev zakonov o intelektualni lastnini⁶. Gre za zelo dobičkonosen posel, ki ne zahteva dragih in zapletenih postopkov izdelave in preverjanja, ob odkritju pa so kazni mile in večinoma sploh niso izrečene. Ponareddki, ki so stalnica modne industrije, lastnikom blagovnih znamk zmanjšujejo vrednost njihovih izdelkov in omejujejo razsežnost prodaje. Po drugi strani trgovina s ponareddki znatno zmanjšuje davčne prihodke, kar znižuje prilive v državni proračun in posledično vodi do raznih drugih negativnih gospodarskih in socialnih stanj v družbi, tudi do izgube delovnih mest.

2.5.1 Ukrepi ob kršitvah

Urad RS za intelektualno lastnino [UIL] (2013) opredeljuje, da je kršitev pravic podana, ko nekdo uporablja predmet varstva pravice intelektualne lastnine brez soglasja imetnika te pravice, razen kadar zakonodaja izrecno dovoljuje takšno uporabo. Zadnja leta so najbolj pereče oblike nelegalne reprodukcije ponarejanje blagovnih znamk, računalniško piratstvo, avdio in avdiovizualno piratstvo ter televizijsko in radijsko piratstvo.

Ker UIL nima pristojnosti za izvajanje ukrepov v zvezi z uveljavljanjem pravic intelektualne lastnine, sodeluje z drugimi pristojnimi organi. Od vsakega primera posebej oziroma načina kršitve je odvisno, kateri organ bo v okviru svojih pristojnosti pomagal imetniku pravic. Imetniki pravic intelektualne lastnine se

⁶ 42. člen Zakona o industrijski lastnini (2006) opredeljuje blagovno ali storitveno znamko kot pravno zavarovan znak ali kakršno koli kombinacijo znakov, ki omogočajo razlikovanje blaga ali storitev enega podjetja od blaga in storitev drugega podjetja. Gre za znake, ki jih je mogoče grafično prikazati in jih sestavljajo besede, tudi osebna imena, črke, številke, figurativni elementi, tridimenzionalne podobe, vključno z obliko blaga ali njihove embalaže in kombinacije barv kakor tudi kakršna koli kombinacija takšnih znakov.

lahko ob kršitvah obrnejo po pomoč in informacije o možnih ukrepih na naslednje državne organe:

- Tržni inšpektorat RS,
- Carinsko upravo RS (Generalni carinski urad, Sektor za carinske in davčne postopke – Oddelek za prepovedi in omejitve),
- Generalno policijsko upravo (Uprava kriminalistične policije – Sektor za gospodarsko kriminaliteto),
- Urad RS za intelektualno lastnino.

Kadar so imetniku pravic intelektualne lastnine kršene pravice, lahko izbira med uporabo ukrepov civilne, kazenske in upravne narave (UIL, 2013).

2.5.2 Zasegi carinske uprave v Republiki Sloveniji

Carinska uprava RS deluje v sestavi Ministrstva za finance in predstavlja sodobno evropsko carinsko upravo, ki na območju Evropske unije preprečuje in zatira ilegalen uvoz izdelkov in snovi ter s tem ščiti zakonite gospodarske tokove. S celovitim pregledom mednarodne dobavne verige ter uvozom in izvozom v slovenski prostor povečuje konkurenčnost gospodarstva in ohranja ravnovesje finančnih interesov, zaščite in varnosti Slovenije ter Evropske unije (<http://www.carina.gov.si>).

Po poročilu Carinske uprave RS pride večina ponarejenih izdelkov na območje Slovenije v zabojnikih z ladjami (izpostava Luka Koper) ali s poštnim prometom (izpostava Pošta Ljubljana). Največji pretok beležijo v koprskem pristanišču, vendar pa v zadnjem času ponaredek odkrivajo tudi na drugih lokacijah, kar kaže, da se tihotapske poti nenehno prilagajajo in spreminjajo. V Sloveniji zaseženo blago je lahko namenjeno slovenskemu trgu ali pa le potuje prek našega ozemlja v Srbijo, Bosno in Hercegovino ali v druge države EU (Avstrija, Madžarska, Češka, Slovaška).

Poleg CD-jev, DVD-jev, parfumov, modnih dodatkov in igrač je v trendu ponarejanje zdravil. V Sloveniji se pojavljajo predvsem zdravila indijskega porekla za zdravljenje erektilnih motenj, kot so Viagra, Cialis, Levitra.

Carinski oddelek za analizo in kontrolo železniškega prometa je avgusta 2011 na postaji Kontejnerskega terminala Ljubljana zasegel tri zabojnike, v katerih je bilo 24.478 kilogramov neprijavljenega ponarejenega blaga znanih blagovnih znamk turškega porekla, namenjenega v Francijo in na Nizozemsko. Prevladovala so oblačila, obutev in parfumi, tržna vrednost vseh izdelkov bi na trgu EU znašala okoli pet milijonov evrov (Carinska uprava RS, 2011).

Iz tabele 1 je razvidno, da obseg zaseženih ponarejenih izdelkov v Sloveniji narašča, prav tako se zasegi vsako leto povečujejo drugod po Evropi. Razlog za to je v poostrenem carinskem nadzoru in svetovni gospodarski krizi, ki sili ponarejevalce v vedno večjo produkcijo, s čimer se povečuje tudi število ponaredkov. Poročilo Evropske komisije iz leta 2010 izpostavlja Nemčijo kot državo z največ primeri zaseženih ponarejenih izdelkov ter Grčijo kot količinsko najuspešnejšo. Slovenija naj bi bila nekje v zlati sredini tako po odstotkih odkritih kršitev intelektualne lastnine kot po količini zaseženih ponarejenih izdelkov (Huš, 2010).

	2008	2009	2010	2011
Ponarejeni izdelki	128.701	1.120.178	1.589.227	18.905.522

Tabela 1:
Začasno
ponarejeni
izdelki na
slovenski meji
v obdobju
2008 do 2011 (v
kosih)
(Vir: Carinska
uprava RS, 2011)

2.5.3 Mednarodno sodelovanje

Evropski urad za usklajevanje na notranjem trgu (*Office of Harmonization in the Internal Market – OHIM*) (<http://oami.europa.eu>)

Urad je specializirana ustanova Evropske skupnosti, pristojna za registracijo znamk in modelov, ki od leta 2006 izvaja postopke za blagovne znamke Evropske skupnosti in od leta 2003 za registrirane modele Evropske skupnosti (www.oami.europa.eu). Ker te pravice intelektualne lastnine veljajo v vseh državah EU, sta blagovna znamka Evropske skupnosti in registriran model Evropske skupnosti vrata do notranjega trga. Rezultat harmonizacije na notranjem trgu EU so zagotovo nižji stroški v primerjavi s celotnimi stroški nacionalnih registracij v vseh državah EU (Evropska unija, n. d.).

Sporazum o sodelovanju Urada RS za intelektualno lastnino in OHIM je bil sklenjen leta 2000.

Svetovna organizacija za intelektualno lastnino (*World Intellectual Property Organisation – WIPO*)

WIPO je specializirana agencija, ki deluje v okviru Organizacije združenih narodov. Ustanovljena je bila leta 1967 in ima sedež v Ženevi. Njen glavni cilj je zagotavljanje in učinkovito uveljavljanje varstva pravic intelektualne lastnine na podlagi sodelovanja med državami (www.wipo.int).

Svetovna organizacija za intelektualno lastnino skrbi za izvajanje 23 mednarodnih pogodb⁷ s področja zaščite intelektualne lastnine.

Republika Slovenija je leta 1992 notificirala večino pogodb, ki jih upravlja WIPO in katerih pogodbenica je bila nekdanja Jugoslavija.

Evropska patentna organizacija (*European Patent Organisation – EPO*)

EPO je bila ustanovljena leta 1977 in ima sedež v Münchnu. Je osrednja evropska ustanova, katere glavna naloga je podeljevanje evropskih patentov (www.epo.org). Z EPO je Slovenija leta 1993 sklenila dva sporazuma: sporazum o sodelovanju na področju patentov in »razširitveni sporazum«, ki je omogočil razširitev veljavnosti evropskih patentov tudi v Republiki Sloveniji. Leta 2002 je Slovenija postala polnopravna članica EPO in s tem dobila možnost sodelovanja pri oblikovanju evropskega patentnega sistema.

⁷ Najbolj znane so (*Stalno predstavništvo RS pri Uradu združenih narodov, 2012*): Pariška konvencija o varstvu intelektualne storitve, Pogodba o pravu blagovnih znamk, Pogodba WIPO o izvedbah in fonogramih, Pogodba WIPO o avtorskem pravu, Washingtonska pogodba o intelektualni lastnini glede integriranih vezij, Pogodba o patentnem pravu, Bernska konvencija za varstvo književnih in umetniških del, Madridski sporazum o preprečevanju lažnih in varljivih označb izvora blaga.

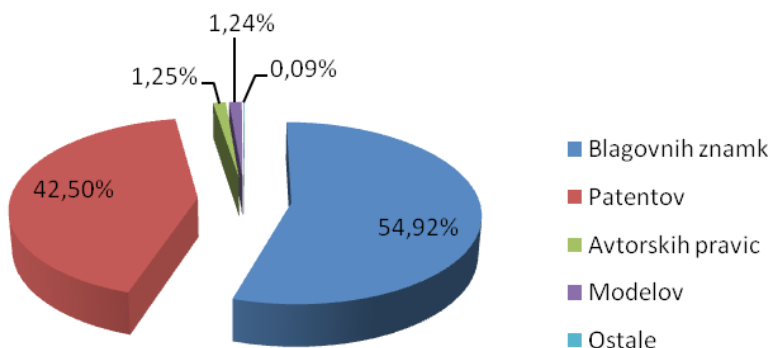
2.5.4 Vrednost zaseženega ponarejenega blaga na svetovni ravni

EU ne beleži finančne vrednosti zaseženega ponarejenega blaga, v ZDA pa se številke za leto 2009 ob 14.841 zasegih gibljejo okoli 261 milijonov ameriških dolarjev. Vrsta zaseženega blaga je v EU in ZDA podobna, prevladujejo (okoli 60 %) oblačila, obutev in modni dodatki.

Glede na raziskave v Španiji in Veliki Britaniji naj bi prebivalci EU porabili letno med 6–66 evrov za nakup ponaredkov. Povedano drugače, če vseh 500 milijonov državljanov EU letno porabi med 6–60 evrov za ponaredke in če je vir teh ponaredkov enak kakor vir zaseženih ponaredkov na meji, bi državljanji EU za uvožene kitajske ponaredke letno porabili med 2 in 20 milijardami evrov. To kaže, da je stopnja prestrezanja ponarejenih izdelkov med 3 % in 30 %, čeprav je težko verjeti, da bi stopnja prestrezanja znašala do 30 %. Te številke kažejo verjetni obseg, zanesljive pa se le toliko, kolikor so zanesljive predpostavke, na katerih temeljijo (UNODC, 2010).

Graf 3 ponazarja raziskavo Evropske komisije iz leta 2008 (European Commission, Taxation and Customs Union, 2008) o stanju kršitev pravic intelektualne lastnine. Raziskava je pokazala, da se države članice EU najpogosteje srečujejo s problematiko kršitve zlorabe blagovnih znamk (54,92 %), sledijo kršitve patentov (42,5 %), kršitve avtorskih pravic (1,25 %), kršitve modelov (1,24 %), preostalih 0,09 % pa pripada kršitvam drugih pravic intelektualne lastnine.

Graf 3:
Najpogostejše kršitve pravic intelektualne lastnine (Vir: European Commission, Taxation and Customs Union, 2008)



Industrija ponarejanja ni zločin brez žrtev, saj se za na videz neškodljivo dejavnostjo skriva organizirana kriminaliteta. Z dobičkom od prodaje ponarejene dizajnerske torbice ali sončnih očal se napajajo kriminalne združbe, ki se ukvarjajo z izsiljevanjem, tihotapljenjem imigrantov, prostitucijo, trgovino z drogo in celo terorizmom. Njihova glavna naloga je čim hitrejša in čim cenejša proizvodnja najbolj zaželenih izdelkov, pri čemer slaba kakovost in potencialno nevarne sestavine niso pomembni. Cilj je dobiček, posledice niso pomembne (Europol, 2011b).

3 RAZISKAVA

3.1 Odnos kupcev do nakupa ponaredkov blagovne znamke višjega cenovnega razreda

3.1.1 Opredelitev problema

Kupovanje ponaredkov je v obdobju krize vse pogostejši problem. Menimo, da problematika ponarejanja ne pozna meja, saj gre za ilegalne posle brez pravih pravnih posledic. Vsekakor pa je treba potrošnike ozaveščati o škodi, ki jo povzročajo z majhnimi in na videz nedolžnimi nakupi. Le malo ljudi se zaveda, da se veliko kriminalnih združb napaja s prihodki, pridobljenimi prav s tem poslom, in da z nakupom tudi sami postanejo del verige organizirane kriminalitete.

3.1.2 Namen in cilji

Z raziskavo želimo prikazati večinski odnos družbe do ponaredkov, vpliv mesečnega dohodka kot največjega dejavnika spodbujanja nakupov ponaredkov ter primerjati ženski in moški pogled na obravnavano problematiko.

3.1.3 Raziskovalne metode

Za namene raziskave uporabljamo metodo anketiranja s spletnim anketnim vprašalnikom. Spletno anketiranje smo izvajali novembra in decembra 2011, ciljna skupina so bile osebe, starejše od 20 let s stalnim prebivališčem v Sloveniji. Dobljene podatke smo analizirali z uporabo statističnega programa za analizo podatkov – SPSS.

Opis vprašalnika in vzorca

Vzorčenje je potekalo na podlagi naključno izbranih populacijskih enot ($n = 95$). Natančneje vzorec zajema vse tiste posameznike, ki jim je bila spletna anketa posredovana posredno ali neposredno in so želeli v njej sodelovati. Na vprašalnik je odgovarjalo 95 anketirancev, od tega 60 % žensk in 40 % moških. Večji del anketirancev (82 %) je starih od 20 do 50 let, visoko izobraženih je 55 %, njihov mesečni dohodek pa znaša manj kakor 1000 evrov (47 %).

Anketni vprašalnik je obsegal 15 vprašanj; od tega je prvih deset vprašanj temeljilo na splošni problematiki ponarejanja, drugi del vprašalnika pa je bil namenjen pridobitvi osnovnih demografskih podatkov. Zasnovali smo ga po področjih, ki so se nam zdela zanimiva za nadaljnjo obravnavo. Na začetku smo izpostavili pogostost nakupa določenih izdelkov blagovnih znamk višjega cenovnega razreda (modni dodatki, oblačila, tehnični pripomočki ...), sledijo vprašanja, pri katerih anketirani določijo stopnjo strinjanja s trditvami v zvezi s problematiko ponarejanja, odnosom do cene, kakovosti in nakupa prek spleta, proti koncu prvega dela pa smo se osredotočili na konkretna vprašanja o pogostosti

nakupa ponaredkov in možnostih soočenja s to problematiko. Vprašalnik zaključujejo demografski podatki o anketirancih.

S statistično obdelavo podatkov v računalniškem programu SPSS smo dobili rezultate, ki jih predstavljamo v nadaljevanju.

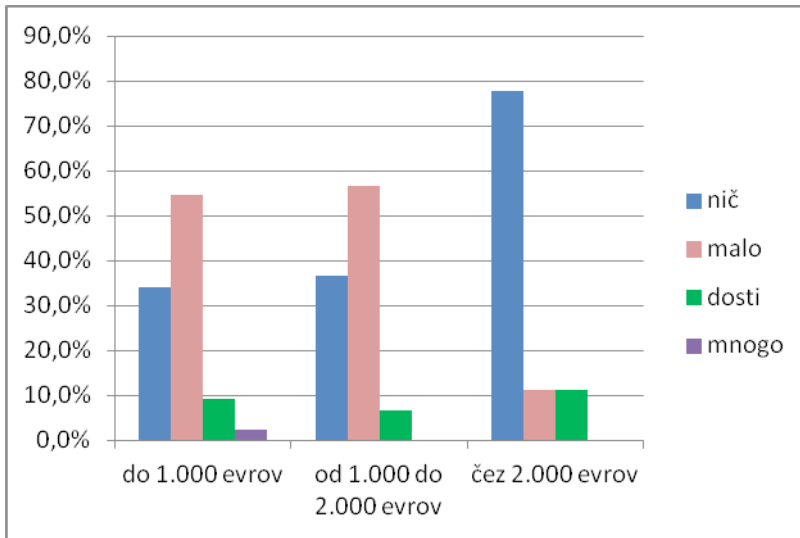
3.2 Ugotovitve

Na podlagi raziskave na temo Zakaj kupujemo ponaredke oziroma zakaj jih ne kupujemo in interpretacije rezultatov⁸ ugotavljamo, da je moškim v primerjavi z ženskami pomembnejša kakovost, cena in blagovna znamka ter da je povpraševanje po blagovnih znamkah cenovno neelastično za potrošnike z visokim mesečnim dohodkom. Rezultati kažejo, da so moški dovzetnejši za nakup bolj kakovostnih izdelkov priznanih blagovnih znamk. Če ugotovitev primerjamo z vsakdanjim življenjem povprečnega potrošnika, lahko rečemo, da dajo ženske veliko več na pestrost izbire v naših omarah, zato večina žensk posega po cenovno dostopnejših izdelkih, da si omogoči količinsko obsežnejše nakupe. Moški pa se večinoma zadovoljijo z nakupom enega ali dveh kosov višje kakovosti. Vsekakor pa je treba poudariti, da na odločanje pri nakupovanju bistveno vpliva finančna zmožnost potrošnika, ki razpolaga s povprečnim mesečnim dohodkom. Prav tako ugotavljamo, da je pri ljudeh z visokim mesečnim prihodkom povpraševanje po blagovnih znamkah cenovno neelastično kar pomeni, da se obseg povpraševanja po originalnih izdelkih v pooblaščenih trgovinah glede na potrošnike, katerih mesečni dohodek je nadpovprečno visok, ne spremeni, če se cena izdelka zviša. Do enake ugotovitve pridemo tudi na podlagi analize pisnih virov in drugih informacij, iz katerih je razvidno, da modne hiše in lastniki blagovnih znamk višjega cenovnega razreda namerno ne ukrepajo proti kršiteljem intelektualne lastnine. S takim ravnanjem si zagotavljajo globalno prepoznavnost njihovih imen in povpraševanje na trgu, saj vedo, da njihovi zvesti kupci ne posegajo po ponarejenih izdelkih, ker je zanje cena nepomembna, kakovost pa jim lahko zagotovijo le oni.

Z analizo anketnih vprašalnikov smo prišli do naslednjih ugotovitev:

- Veliko ljudi meni, da si z nakupom blagovnih znamk višjega cenovnega razreda zvišujejo ugled v družbi.
- Najpogosteje se s ponaredki srečamo na potovanjih. Tam postanemo v tujem okolju, kjer nas nihče ne pozna, del verige ilegalne reprodukcije, počitnikovanje in sproščeno preživljanje prostega časa pa spodbuja naše nepremišljene nakupe.
- Po ponarejenih izdelkih zavestno največkrat posežejo ljudje z nizkim mesečnim prihodkom. Graf 4 prikazuje, da število ponaredkov pri anketirancih doma korelira z njihovim dohodkom.

⁸ Več o rezultatih raziskave (opisni statistiki, faktorski analizi, diskriminantni analizi glede na spol in mesečni dohodek) najdete v Hudarin (2012).



Graf 4:
Korelacija
števila
ponaredkov in
dohodka

Stolpci se po višini močno razlikujejo, kar že na prvi pogled potrjuje obstoj znatnih razlik.

Ob koncu je treba poudariti, da težko priznamo dejanja, ki veljajo za neetična. V vprašalniku smo anketirancem, zato da bi primerjali njihovo istovetnost, postavili dve vprašanji: prvo se je nanašalo na zavesten nakup ponaredkov, drugo pa na zavesten nakup ponaredkov njihovih znancev. Ker je pri zadnjem očitno več pritrtilnih odgovorov, sklepamo, da so vprašani le tokrat odgovorili pošteno in se izrazili v vlogi svojih znancev.

3.3 Intervju o problematiki ponaredkov blagovnih znamk višjega cenovnega razreda

Kakor kažejo rezultati zgoraj predstavljene raziskave, ljudje neradi govorijo o problematiki ponarejanja, zlasti ne takrat, ko bi jim to lahko vzbudilo slabo vest, zato smo imeli pri iskanju intervjuvancev kar nekaj težav. Opraviti smo ga želeli z več ponudniki blagovnih znamk na domačem trgu, vendar smo bili kljub vztrajnosti in prijaznemu nagovarjanju pogosto zavrnjeni. Uspelo nam je opraviti intervju z enim ponudnikom, in sicer z lastnikom oziroma vodstvom maloprodajnih trgovin, katerih distribucija zajema čez osemdeset svetovno znanih blagovnih znamk vseh cenovnih razredov. Povabilo k sodelovanju so sprejeli naklonjeno, saj zagovarjajo spremembe na področju zakonodaje intelektualne lastnine, predvsem glede odzivnosti pristojnih organov v primeru kršitev, ter ozaveščanje potrošnikov o problematiki ponarejanja. Intervju, ki je bil opravljen prek elektronske pošte julija 2012, smo zastavili tako, da bi od vodilnega distributerja blagovnih znamk v jugovzhodni Evropi dobili splošno mnenje o problematiki ponarejanja. Z

intervjujem želimo, na podlagi domačih in tujih pisnih virov, izpostaviti ključno problematiko obravnavane teme⁹.

Na podlagi intervjuja ugotavljamo, da je zakonodaja na področju intelektualne lastnine v Sloveniji ustrezno urejena, vendar pa so postopki, ki bi v razumnem času privedli do kaznovanja storilcev, predolgi in na kršitelje nimajo pravega kaznovalnega učinka. Čeprav je Slovenija zaradi svojega geografskega položaja ena glavnih tranzitnih držav ilegalne reprodukcije na območju EU, vodilni distributer tekstila na slovenskem trgu ne zaznava večjih kršitev ponarejanja. Iz tega lahko sklepamo, da gre za dva vzporedna trga. Legalni poteka prek pooblaščenih trgovin s tekstilom, njihovi prodajalci so s problematiko ponarejanja dobro seznanjeni in ob kršitvah ustrezno ukrepajo. Drugi oziroma ilegalni trg pa je usmerjen v ulično prodajo in prodajo v nepooblaščenih trgovinah. Vsekakor lahko prihaja do mešanja teh dveh trgov, iz česar izhajajo tudi primeri kršitev, s katerimi se je srečal intervjuvanec na njegovem trgu delovanja.

Po mnenju vodstva specializiranih modnih trgovin naj bi bila nizka cena za prestižnost kupljene blagovne znamke glavni potrošnikov motiv za nakup ponaredek. Iz odgovorov lahko povzamemo, da vprašani štejejo ponarejanje kot eno od oblik organizirane kriminalitete, da se zavedajo njene razsežnosti in so seznanjeni z negativnimi posledicam. Če zaznajo kršitev, nemudoma ukrepajo. Vendar pa so potrošniki na tem področju šibki in o tem slabo obveščeni. Z izvorom kupljenega izdelka se ne obremenjujejo. Na podlagi analize uporabljenih virov, raziskave in intervjuja navajamo nekaj smernic ali predlogov, na kaj vse moramo biti pozorni pri nakupu izdelka višjega cenovnega razreda, zlasti kadar dvomimo o njegovem legalnem poreklu.

Najočitnejši znak, da gre verjetno za ponaredek, je zagotovo mamljivo nizka cena. Vsak izdelek, ki se prodaja tudi po več kakor polovični ceni od običajno pričakovane, je zelo verjetno ponaredek.

- Če nakupujemo v neznanem okolju, bodimo pozorni na lokacije, kjer prodajajo najcenejše izdelke. Prodajalci ponaredkov se namreč izogibajo prodaji na večjih ulicah, zanje so primernejše manjše, zakotnejše ulice ter tržnice in sejmi, kjer jih je težje opaziti in razkrinkati.
- Pred nakupom prek spleta preverimo ocene in povratne informacije predhodnih kupcev. Prav tako je smiselno, da na uradnih spletnih straneh ponudnikov nekega izdelka preverimo logotipe in oznake, značilne za neki izdelek.
- Večina ponaredkov je na otip drugačnih, tudi vonj teh izdelkov je drugačen, industrijski, moteč, logotipi so slabše kakovosti in oznake napačno zapisane. Zato vedno preverimo te elemente, kadar podvomimo o njihovem izvoru in kakovosti izdelka, in se izogibamo izdelkov slabše kakovosti.
- Kadar nismo prepričani o poreklu izdelka, postavimo prodajalcu več vprašanj. Prodajalci ponaredkov so pogosto nejasni glede izvora njihovih izdelkov in se na vso moč trudijo upravičiti razliko v ceni ali videzu z izgovorom, da gre za posebne pošiljke iz tujine.
- Bodimo pozorni na vrsto plačila, saj prodajalec pogosto zahteva gotovinsko plačilo ali ponudi možnost prodaje brez računa.

⁹ Več o intervjuju (vprašanja in odgovori) v Hudarin (2012).

4 ZAKLJUČEK

Modne hiše in lastniki blagovnih znamk se vse pogosteje srečujejo s problematiko ponarejanja njihovih izdelkov. Sodobne gospodarske družbe so stalno podvržene najrazličnejšim oblikam ogrožanja njihove dejavnosti, spremljajo pa jih tudi različna tveganja, ki pomembno vplivajo na uspešnost in kakovost poslovanja. Ponaredki njihovih izdelkov jim škodijo na več ravneh, saj znižujejo ceno njihovih izdelkov, ugled na trgu in med kupci, povzročajo jim gospodarsko škodo in negativne posledice, ki jo ta sproža. Danes modne hiše in lastniki znanih modnih znamk posvečajo področju varnosti veliko pozornosti. To še zdaleč ne obsega več le klasičnega fizičnega varovanja, pač pa tudi zaščito in varovanje industrijske ter intelektualne lastnine, prepoznavanje industrijskega in ekonomskega vohunjenja, varovanje poslovnih tajnosti, obvladovanje konkurence in podobno. Varnostni interes je eden od ključnih interesov podjetij, s katerim obvladujejo motnje pri doseganju njihovih ciljev. Kljub vsemu pa ponarejeni izdelki ne predstavljajo vedno motenj, celo nasprotno, do neke mere so te »potrebne« z vidika blagovnih znamk višjega cenovnega razreda. Cenovno dostopnejši ponaredki omogočajo obstanek na trgu in ohranjajo imena svetovno znanih blagovnih znamk. Ljudje, ki spoštujejo blagovne znamke, ne posegajo po ponaredkih in tega se vodilni modni oblikovalci dobro zavedajo.

Ugotavljamo, da večina ponarejenih izdelkov prihaja iz Kitajske (Shanghai – Science and Technology Museum oziroma Underground Market, Tao Bao City, Qipo Road Market; Guangzhou), Italije (Neapelj), Turčije (Carigrad), območja bivše Jugoslavije (Novi Pazar). Kriminalne združbe, bodisi mafija ali lobiji, ta območja izkoriščajo za ustvarjanje ilegalnega dobička. Izdelki, ki so bili kupljeni za 20 evrov na neapeljskih tržnicah, se na milanskih ulicah prodajajo po 100 evrov, v pooblaščenih trgovinah pa bi za original odšteli tudi do 1000 evrov.

Dokazovanje, da gre za ponaredek na trgu, je najpogosteje prepuščeno kar imetniku zaščitene blagovne znamke. Ker tržni inšpektorat ni ustrezno usposobljen za dokazovanje, da gre za ponaredek, mora dokazati o tem predložiti imetnik zaščitene blagovne znamke. Kršitve intelektualne lastnine so opredeljene kot kaznivo dejanje, kadar gre za naklepno dejanje, storjeno v komercialno korist. To izključuje piratstvo za osebne in nedobičkonosne namene. Najvišja kazen za kršitev naj bi znašala 300.000 evrov ali štiri leta zapora. Prav tako se kot kaznivo dejanje šteje vsakršna pomoč in spodbujanje h kršitvi intelektualne lastnine.

V Sloveniji so se v zadnjih petih letih najpogosteje pojavljali ponaredki tekstilnih izdelkov in obutve naslednjih tujih blagovnih znamk: Adidas, Big Star, Helly Hansen, Boss, Fishbone, Caterpillar, Lacoste, Replay, Versace, Tava, Dsquared, Louis Vuitton (Tržni inšpektorat RS, 2011).

Če se v Sloveniji odločite za nakup ponaredka, imate več možnosti. Trenutno najpopularnejšo, najcenejšo in najhitrejšo pot ponuja Facebook pod naslovom High-Fashion Slovenia in Prodaja Ljubljana. Na teh straneh ponujajo ponarejeno blago, cene izdelkov se gibljejo od 10 evrov naprej. Ponarejeni izdelki so tukaj tudi petnajstkrat cenejši od njihovih izvirmikov v pooblaščenih trgovinah. Po ponaredke se lahko odpravite tudi čez mejo. Slovenci se za nakup ponaredka največkrat odločijo na počitnicah, nam najbližji po ponaredkih znani počitniški destinaciji sta

Novigrad in Umag. Seveda so priljubljeni tudi nakupi v Bosni. Znani sta predvsem dve lokaciji, Pijaca Trnovi v Veliki Kladaši in Pijaca Arizona v Orašju. Slednja je namenjena grosistični prodaji, cena kavbojk ponarejenih znamk višjega cenovnega razreda turškega porekla je okoli 15 evrov, majice 13 evrov in torbice 25 evrov.

Ponaredke pa lahko kupite tudi prek številnih spletnih strani, kjer ponujajo blago vseh razredov iz raznih krajev na svetu, največkrat je po poreklu iz Kitajske ali Turčije. Nujno pa je treba ob teh navedbah poudariti, da potrošniki na teh straneh velikokrat niso seznanjeni z izvorom blaga in nevede kupujejo ponaredke pod pretvezo, da gre za nakup originalnega izdelka.

Ponaredke ponujajo tudi v več trgovinah po Sloveniji. Nekaj jih je v središču Ljubljane, v dveh trgovinah v trgovskem centru Murgle prodajajo ponaredke tekstila, parfumov in druge kozmetike, ponaredke lahko kupite tudi v trgovinah nakupovalnega središča BTC City v Ljubljani. Kljub temu, da v Sloveniji ne poznamo t. i. uličnih preprodajalcev, katerim smo priča v drugih evropskih državah, nas ponaredki spremljajo na vsakem koraku in so lahko dostopni. Zavedati se moramo, da lahko ponaredek takoj ali čez čas povzroči tudi resne zdravstvene težave, saj taki izdelki niso laboratorijsko preizkušeni in lahko vsebujejo zdravju škodljive snovi.

Za preprečevanje goljufij mora biti jasno določena meja med »pravimi« izdelki in izdelki nižje kakovosti. Ena od rešitev je industrijska embalaža in druge zaščitne oznake, ki jih je težko ponarediti ali posnemati. Ustrezna rešitev je tudi v ozaveščanju potrošnikov o tej problematiki in seznanjanju z vsemi posledicami, ekonomskimi, socialnimi in zdravstvenimi, povezanimi z nakupovanjem ponarejenega blaga. Prav tako je pomembno ozaveščanje in seznanjanje potrošnikov z zaščitnimi oznakami, po katerih lahko prepoznajo ponaredek. Boj proti trgovanju s ponaredki bi bil seveda najbolj učinkovit z izvajanjem zakonodaje in skrbnim inšpekcijskim nadzorom ne samo na regionalni in nacionalni ravni, pač pa tudi na svetovni, s čimer bi preprečevali distribucijo in prodajo ponaredkov, preden ti vstopijo v maloprodajno verigo.

V Sloveniji in drugje zakonodaja na tem področju predpisuje osnovne smernice glede zaščite in varnosti izdelkov. Gospodarske družbe pa morajo v številnih primerih same vzpostaviti sistem nadzora varnostno relevantnih pojavov za zagotavljanje nadstandardne varnosti in zaščite svojih izdelkov, ki sta potrebni za uspešno dejavnost in konkurenčnost na trgu. Vsekakor je koristno in potrebno ozaveščanje potrošnikov o škodi, ki jo povzročajo z majhnimi in na videz nedolžnimi nakupi. Le malo ljudi se zaveda, da se veliko kriminalnih združb napaja s prihodki, pridobljenimi prav s tem poslom, in da z nakupom tudi sami postanejo del verige organizirane kriminalitete. Nemogoče je preprečiti, da potrošniki ne bi kupovali poceni blaga, vendar pa bi se morali vsaj zavedati, da za malo denarja ne morejo kupiti izdelka vrhunske kvalitete. Kakovost še nikoli ni bila poceni.

LITERATURA

- Carinska uprava RS. (2012). *Slovenska carina v letu 2011*. Pridobljeno na http://www.carina.gov.si/fileadmin/curs.gov.si/internet/Publikacije/Letno_porocilo_2011_SLO.pdf
- Cvjetović, S. (24. 1. 2011). Ustvarjalnost tihotapcev je brezmejna. *Planet siol.net*. Pridobljeno na http://www.siol.net/novice/slovenija/2011/01/cvjetovic_ustvarjalnost_tihotapcev_je_brezmejna.aspx
- European Commission, Taxation and Customs Union. (2008). *Report on EU customs enforcement of intellectual property rights: Results at the European border – 2008*. Pridobljeno na http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/2009_statistics_for_2008_full_report_en.pdf
- European Commission, Taxation and Customs Union. (2011). *Counterfeit piracy: Facts and figures*. Pridobljeno na http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/index_en.htm
- Europol. (2011a). *OCTA 2011: EU organised crime threat assessment*. Hague: Europol.
- Europol. (2011b). *Counterfeit products: Why buying fakes can be bad for your health (and more)*. Pridobljeno na <https://www.europol.europa.eu/content/publication/counterfeit-products-why-buying-fakes-can-be-bad-your-health-and-more-1421>
- Evropska unija. (n. d.). *Urad za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli)*. Pridobljeno na http://europa.eu/agencies/regulatory_agencies_bodies/policy_agencies/ohim/index_sl.htm
- Hudarin, S. (2012). *Ponaredki blagovnih znamk višjega cenovnega razreda* (Magistrsko delo). Ljubljana: Univerza v Mariboru, Fakulteta za varnostne vede.
- Huš, M. (23. 7. 2010). Večina ponaredkov iz Kitajske, naročanje prek interneta cveti. *Slotech*. Pridobljeno na <https://slo-tech.com/novice/t424542>
- Inventa International. (2012). *OHIM - Community trademarks and industrial designs*. Pridobljeno na http://www.inventa-international.com/european_union
- Kazenski zakonik RS. (2012). *Uradni list RS*, (50/12).
- Ritbagroup. (5. 10. 2012). US agencies seize 686 websites accused of selling fake drugs. *Wordpress.com*. Pridobljeno na <http://ritbagroup.wordpress.com/2012/10/05/us-agencies-seize-686-websites-accused-of-selling-fake-drugs/>
- Saviano, R. (2009). *Gomora*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Stalno predstavništvo RS pri Uradu združenih narodov RS. (n. d.). *Svetovna organizacija za intelektualno lastnino*. Pridobljeno na <http://zeneva.predstavništvo.si/index.php?id=2488>
- Tržni inšpektorat RS. (2011). *Ponarejene blagovne znamke*. Pridobljeno na <http://www.ti.gov.si/fileadmin/ti.gov.si/pageuploads/dokumenti/PonarejeneBlagovneZnamke.pdf>
- United Nations Office on Drugs and Crime. (2010). *The globalization of crime: A transnational crime threat assessment*. Pridobljeno na http://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/tocta/TOCTA_Report_2010_low_res.pdf

Urad RS za intelektualno lastnino. (2013). *O intelektualni lastnini*. Pridobljeno na <http://www.uil-sipo.si/uil/urad/o-intelektualni-lastnini>

Zakon o avtorski in sorodnih pravicah. (2007, 2008, 2010). *Uradni list RS*, (16/07, 68/08, 85/10).

Zakon o industrijski lastnini. (2006). *Uradni list RS*, (51/06).

Zakon o varstvu topografije polprevodniških vezij. (1995, 2002, 2003, 2006). *Uradni list RS*, (21/95, 96/02, 7/03, 60/06, 81/06).

O avtorjih:

Sara Trstenjak, magistra varstvoslovja, Fakulteta za varnostne vede, Univerza v Mariboru, zaposlena na Šolskem centru Ljubljana.

Dr. Bojan Dobovšek, izredni profesor in prodekan na Fakulteti za varnostne vede Univerze v Mariboru. E-mail: bojan.dobovsek@fvv.uni-mb.si