

Lehdistötiedote

julkaisuvapaa 3.9.2018

Suomalaiset design-yritykset kampanjoivat yhdessä aitojen tuotteiden puolesta

Suomalaiset design-yritykset haluavat tuoda esiin alkuperäisten tuotteiden taustalla olevaa työtä ja kampanjoivat siksi aitojen tuotteiden puolesta. Kampanja sai alkunsa, kun design alan pk-yritykset huomasivat, että yhteiset keskustelut ajautuivat yhä useammin kopiointiin liittyviin ongelmiin. Pienissä yrityksissä luovan työn osuus on todella merkittävä ja eikä yrityksillä ole voimavaroja taistella kopiointia vastaan.

Alkuperäisten tuotteiden kopiointi on kasvava ongelma: useat suomalaiset tuotteet ovat joutuneet kopiointiin kohteeksi sekä kansainvälisesti, että kotimaassa.

- Mm. Lundian tuotteista löytyy kopioita Suomesta ja ulkomailta. Tuotteiden lisäksi on kopioitu markkinoinnissa käytettäviä kuvia. Tällöin kuluttajan on lähes mahdoton tietää, että tuote onkin kopio. Yritysten taas on erittäin hankala vahtia kopiointia. Kopiointiin vastainen työ vie yrityksiltä paljon resursseja ja juristikulut ovat kalliit, Lundian toimitusjohtaja Michaela von Wendt kuvaa ongelmaa.
- Kopiointi on yrityksille suuri ongelma, johon toivoisimme enemmän tukea virallisilta tahoilta. Kopiointiteollisuutta pyörittää järjestäytynyt rikollisuus ja on selvää, että pienet yksittäiset firmat eivät pysty taistelemaan sitä vastaan. Tästä seuraa myös mittavia kansantaloudellisia menetyksiä, jatkaa Secto Designin toimitusjohtaja Emma Frenzel.

Kopiointi on rikos ja eettisesti väärin

Useat yritykset ovat suojanneet tuotteidensa tuotemerkin ja muotoilun, jolloin tuotteen kopiointi on Tekijänoikeuslain nojalla rikos. Useita tuotteita ja monia mallistoja julkaisevat yritykset eivät kuitenkaan pysty suojaamaan jokaista tuotettaan. Ja vaikka tuotetta ei olisikaan mallisuojuattu, voi sen kopioiminen silti rikkoa Tekijänoikeuslakia.

Lisäksi kopiotuotteen ostoon liittyy myös useita eettisiä kysymyksiä. Tuotteen suunnittelu ja muotoilu ovat parhaimmillaan usean vuoden luomistyön tulos. Yksityiskohtia on mietitty tarkoin ja materiaaleihin on kiinnitetty erityistä huomiota.

- Pienissä yrityksissä uuden luominen vie runsaasti taloudellisia ja henkisiä resursseja. Silloin tuntuu äärimmäisen pahalta huomata, että joku toinen on kopioinut kaikkien niiden unettomien öiden lopputuloksen häikäilemättömästi omaksi tuotteekseen, toteaa LumoKidsin perustaja Tuomo Puhakainen.

LumoKidsin sängyt ja yrityksen arvot on kopioitu Venäjälle. Saman yrityksen mallistosta löytyy kopioita myös muilta eurooppalaisilta lastenkalustevalmistajilta. Kopiointityö on ollut äärimmäisen järjestelmällistä ja ammattimaista.

Kopiointi ulottuu tuotteiden lisäksi myös kuoseihin ja innovaatioihin.

- Lapuan Kankureiden kuoseista ja tuotteista on tehty suoria kopioita sekä muunnelmia niin idässä kuin lännessä. Lapuan Kankurit ovat tehneet vuosien varrella myös paljon tuotekehitystyötä, jota toiset yritykset ovat hyödyntäneet omissa mallistoissaan.

Valitettavan yleistä design alalla on, että pienet yritykset kehittelevät ja tekevät innovaatioita, joita isot yritykset sitten hyödyntävät, kertoo Lapuan Kankureiden markkinointijohtaja Jaana Hjelt.

Alkuperäinen on turvallista

Tuotteiden käyttäjien kannalta erityisen tärkeää on alkuperäisiin tuotteisiin liittyvä turvallisuus. Alkuperäiset tuotteet on usein testattu EU:n turvallisuussäädösten mukaisesti tai vähintäänkin niiden turvallisuus on testattu valmistajan toimesta. Lisäksi tuotteet valmistetaan valvotuissa olosuhteissa, tarkoin valituista raaka-aineista ja hyvissä työoloissa. Alkuperäisten tuotteiden kohdalla taustalta löytyy aina yritys, johon voi ottaa yhteyttä vuosienkin päästä.

Jälleenmyyjät eivät aina tiedä tuotteen olevan kopio

Jälleenmyyjillä ei aina ole tietoa, että tuote on kopio. Toisinaan yhteydenotto kopioita myyvään yritykseen voi johtaa halvan kopion poisvetämiseen markkinoilta, koska kaikki eivät myy tarkoituksella kopioita. Osa jälleenmyyjistä taas tuntee aidot tuotteet ja välittää tietoa valmistajille, mikäli ovat tavanneet markkinoilla kopioita.

Lisätietoa kampanjasta

Kampanjan taustalla on 24 kotimaisen design-yrityksen joukko. Tavoitteena on korostaa alkuperäisiä tuotteita Habitaren aikaan, kun sisustaminen on muutenkin pinnalla.

Myös kuluttajat ja muut brändit kutsutaan kampanjoimaan tärkeän asian puolesta. Kampanjaan mukaan haluavia kannustetaan jakamaan kuvia alkuperäisistä tuotteista hashtagilla #loveoriginal.

Lisätietoa kampanjasta antavat:

Larissa Immonen, Finarte, puhelin: 040 701 0913, sähköposti: larissa.immonen@finarte.fi

Emma Frenzel, Secto Design, puhelin: 040 565 4543, sähköposti: emma@sectodesign.fi

Tuomo Puhakainen, LumoKids, puhelin 044 070 3248, sähköposti tuomo@lumokids.com

Kampanjan allekirjoittajat:

BEdesign, Bette Eklund ja Cilla Eklund

Eero Aarnio Originals, Stefan Mahlberg

Finarte, Larissa Immonen

Fleimio, Jussi Leimio

GRANdesign, Meiju Granholm

Hakola, Annaleena Hämäläinen ja Jari Hakola

Hile Design, Hilja Nikkanen

Himmee, Timo Niskanen

Inno Niklas Korhonen

Interface, Tuukka Leppänen

Kutomo Rasinmäki, Eija Rasinmäki

Langø, Susanna Osala

Lapuan Kankurit, Jaana Hjelt

Lovi, Anne Paso ja Mikko Paso

LumoKids, Tuomo Puhakainen

Lundia, Michaela von Wendt

Magisso, Juhani Sirén ja Anssi Hurme

Mattotalo Helma, Aino Herlevi

Muoto2, Kirsi Pasanen ja Mikko Kentta

Nikari, Johanna Vuorio

Parolan Rottinki, Anitta Herranen

Secto Design, Tuula Jusélius ja Emma Frenzel

Teemu Järvi Illustrations, Teemu Järvi

Woodnotes, Mikko Puotila