



## Nierówne warunki prawne dla konkurencji polskich e-sprzedawców z konkurentami z Azji

Izba Gospodarki Elektronicznej, zwana dalej „e-Izba”, zwraca uwagę na **brak możliwości prowadzenia** przez polskich e-sprzedawców **równej konkurencji** z przedsiębiorcami prowadzącymi sprzedaż do Polski za pomocą azjatyckich, a zwłaszcza chińskich platform sprzedażowych. Wynika to z obowiązujących przepisów prawa, które stawiają **polskich przedsiębiorców na przegranej pozycji**.

### Jest tak z powodów:

1. braku skutecznych mechanizmów poboru podatku VAT i cła od sprzedaży internetowej dokonywanej przez polskich konsumentów na azjatyckich, a zwłaszcza chińskich platformach;

#### Konsekwencje tego braku:

**a. straty dla budżetu państwa** i pogłębianie luki vatowskiej sięgają już miliardów złotych. Dla całej Unii Europejskiej straty te są szacowane w raporcie Europejskiego Trybunału Obrachunkowego<sup>1</sup> na kwotę od 2,6 do 3,8 miliarda euro rocznie; w raporcie wskazano, że **jedynie od 35 % towarów** nabywanych na platformach azjatyckich **pobierany jest podatek VAT**;

**b. przedsiębiorcy azjatyccy** mają przy większości towarów o co najmniej 23 % większą przestrzeń do konkurencji cenowej; **polscy e-sprzedawcy nie mają więc szans** w tej konkurencji;

2. braku analogicznych, do unijnych, wymogów dotyczących bezpieczeństwa i jakości produktów względem towarów trafiających na rynek polski z azjatyckich, a zwłaszcza chińskich platform;

#### Konsekwencje tego braku:

**a. zagrożenie dla życia i zdrowia konsumentów** np. wykorzystanie w produkcji ubrań barwników, które są zakazane w Unii Europejskiej z uwagi na ich szkodliwość;

**b. niższe koszty produkcji towarów w Azji**, które nie spełniają unijnych wymogów bezpieczeństwa i jakości produktów; pogłębia to **brak możliwości konkurencji polskich e-sprzedawców z azjatyckimi**;

1

[https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR19\\_12/SR\\_E-COMMERCE\\_VULNERABILITY\\_TO\\_TAX\\_FRAUD\\_PL.pdf](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR19_12/SR_E-COMMERCE_VULNERABILITY_TO_TAX_FRAUD_PL.pdf) (dostęp 14.10.2020 r.).





3. brak respektowania unijnych wymogów dotyczących ochrony konsumentów przez azjatyckich e-sprzedawców; nie ma możliwości wyegzekwowania od nich podstawowych praw konsumenckich tj. prawa do tzw. zwrotu towaru w ciągu 14 dni (prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość) oraz rękojmi w związku z wadami towaru (m.in. naprawa czy wymiana niesprawnego towaru);

Konsekwencja tego braku:

**narażenie konsumenta na straty finansowe;**

4. Regulaminy platform sprzedażowych z Azji, a zwłaszcza Chin przewidują rozpatrywanie sporów z konsumentami przez sądy w różnych państwach azjatyckich;

Konsekwencja tego braku:

**ryzyko wydania wobec polskich konsumentów orzeczeń sądowych bez ich wiedzy;**

5. Brak odpowiedniej ochrony danych osobowych konsumentów w Chinach i w niektórych państwach azjatyckich;

Konsekwencja tego braku:

narażenie polskich konsumentów na wykorzystywanie ich danych osobowych w niewiadomych celach i utrata kontroli nad własnymi danymi.

**e-Izba apeluje o:**

1. **wprowadzenie równych ram prawnych dla konkurencji z azjatyckimi e-przedsiębiorcami**, a zwłaszcza:
  - a. skutecznych mechanizmów poboru podatku VAT i cła;
  - b. objęcia konsumentów odpowiednim poziomem ochrony;
2. **egzekwowanie istniejących przepisów unijnych** w zakresie ochrony konsumentów i ochrony danych osobowych względem platform z Azji, a zwłaszcza Chin oraz sprzedających na nich e-przedsiębiorców.

