

Taki sam start - e-Izba na rzecz równych ram konkurencyjnych dla europejskich i azjatyckich e-przedsiębiorców

W październiku Izba Gospodarki Elektronicznej rozpoczęła nową kampanię na rzecz równych ram prawnych i konkurencyjnych dla europejskich i azjatyckich e-przedsiębiorców, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorców działających w polskiej branży e-commerce. Kampania skierowana jest zarówno do biznesu, jak i konsumentów oraz organów administracji rządowej.

Z informacji zebranych przez e-Izbę wynika, że od przesyłek pochodzących z Chin cło pobierane jest w przypadku około połowy z nich, a podatek od towarów i usług jedynie od około jednej trzeciej. Rynek sprzedaży internetowej sam w sobie jest bardzo konkurencyjny i marże w niektórych branżach są na bardzo niskim poziomie. W momencie, gdy towar sprzedawany przez przedsiębiorcę z Chin nie będzie faktycznie objęty podatkiem od towarów i usług, daje to możliwość zaoferowania towaru o nawet 23 % taniej, niż może to zrobić polski przedsiębiorca, przy zachowaniu tego samego poziomu marży.

„W ocenie e-Izby główny problem związany z towarami nabywanymi przez polskich i europejskich konsumentów od sprzedawców internetowych spoza UE, głównie z Azji, sprowadza się do faktycznego braku równych ram prawnych i skutecznych mechanizmów poboru cła i podatku VAT od pozaunijnej sprzedaży internetowej.

Zgodnie z obecnie obowiązującymi przepisami, przesyłki towarów wysyłanych spoza UE nie podlegają opłatom celnym, jeśli ich wartość nie przekracza 150 EUR. Dodatkowo, jeśli łączna wartość towarów umieszczonych w tych przesyłkach nie przekracza 22 EUR, ich odbiorcy są zwolnieni z obowiązku zapłaty podatku VAT od importu. Wprowadzie to zwolnienie z podatku VAT nie dotyczy towarów importowanych w drodze zamówienia wysyłkowego, jednak są często one deklarowane przez azjatyckich nadawców jako prezenty o wartości mniejszej niż 45 EUR. Powszechnie jest również zaniżanie wartości przesyłek.

Równocześnie aktualny mechanizm kontroli i poboru cła oraz podatku VAT jest nieszczelny i nieskuteczny, a kontrolowany jest nieznaczny odsetek przesyłek z Azji – w roku 2019, na 10 mln. skontrolowanych przesyłek z Chin, cła i podatki nałożono na 8,5 tys. (mniej niż 0,1%). W praktyce zarówno sprzedawcy, jak i nabywcy towarów z popularnych chińskich portali sprzedażowych i sklepów internetowych np. z serwisu AliExpress, Gearbest, Banggood, nie ponoszą żadnych z opłat celnych i podatkowych.

W sytuacji, gdy towary sprzedawane przez przedsiębiorców z Chin nie będą faktycznie objęte cłem i podatkiem VAT, mają oni możliwość obniżenia ich ceny o ponad 23% w porównaniu do polskich przedsiębiorców, którzy muszą opłacić 23% podatek VAT. Polscy przedsiębiorcy nie są więc w stanie konkurować z ceną oferowaną przez sprzedawców spoza UE. Niska cena bywa często dla polskich konsumentów jedynym

kryterium nabycia towarów od azjatyckich sprzedawców” - **mec. Marta Kasztelan, koordynator legislacyjny e-Izby ds. prawa podatkowego.**

Stosowanie przez przedsiębiorców spoza UE, a zwłaszcza z Chin, mechanizmów, które utrudniają identyfikację zawartości przesyłki, umożliwia im omińnięcie konieczności odprowadzania cła. Polscy e-przedsiębiorcy, aby móc z nimi konkurować ceną, musieliby sprzedawać towary po cenach dumpingowych. Co więcej, sprzedawcy spoza Unii nie muszą uwzględniać rygorystycznych wymogów dotyczących bezpieczeństwa, jakości czy wymogów sanitarnych produktów. Przekłada się to na możliwość zaoferowania konsumentom towaru w jeszcze niższej cenie.

„W sektorze e-commerce konkurencja jest bardzo silna. Z niepokojem obserwujemy, że niektóre znaczące platformy pochodzące spoza Europy wykorzystują luki w systemie kontroli przesyłek i nie wnoszą należnych podatków i cła od przesyłanych towarów. Liczymy, że planowane zmiany w przepisach podatkowych ukrócą nadużycia ze strony platform pochodzących spoza Europy. Jednocześnie wraz ze zmianą przepisów musi iść skuteczniejsze egzekwowanie przepisów przez administrację skarbową.

*Nieskuteczna egzekucja przepisów uderza głównie w polskich małych i średnich przedsiębiorców, którzy uczciwie płacą podatki (w tym VAT). Wielu ich konkurentów spoza Europy, nie płacąc podatku, może zaoferować atrakcyjniejszą cenę za swoje produkty. Dodatkowo, dzięki międzynarodowym przepisom pocztowym, szczególnie dostawcy wschodnioazjatyccy mogą doręczać przesyłki pocztowe na wyjątkowo korzystnych warunkach niedostępnych dla ich europejskich konkurentów”- **Damian Zapłata, Członek Zarządu Allegro.pl.***

*„W nawiązaniu do wcześniej wspomnianego problemu konkurencyjności z chińskimi podmiotami mamy do czynienia również z jednym bardzo ważnym aspektem, który wiąże się z wprowadzaniem na rynek polski i europejski produktów podrabianych. Jeden ze znanych portali, który coraz to bardziej uruchamia swoją ekspansję w naszym kraju, od samego początku oferował takie produkty i wprowadzał je na nasz rynek. Oczywiście po części, wspomniany portal starał się z tym walczyć i usuwać sprzedawców, którzy oferowali podrabiane produkty, stosując to coraz większe ograniczenia, ale i tak, nawet dziś, możemy nabyć na nim produkty znanych, światowych marek, które pochodzą z nielegalnego źródła. Może dziś już nie znajdziemy takich ofert, jak jeszcze kilka lat temu, np. z zamazanym logotypem, ale poprzez specjalne fora na mediach społecznościowych znajdziemy wiele grup, które specjalizują się wyłącznie w takich perleńkach i opisują krok po kroku w jaki sposób dokonać zakupu takiego produktu. Widząc, jak prężnie działają te grupy możemy się tylko domyślać, jak duża część ich dochodzi do odbiorcy i tylko może promil jest wyłapywany przez organy celne” - **Daniel Zalewski, CEO Visciola Fashion***

Strona internetowa kampanii: <https://eizba.pl/taki-sam-start-rowne-ramy-konkurencyjne/>

Kontakt dla mediów:

Aleksandra Bocian
Specjalista ds. PR
Tel: +48 662 108 008
E-mail: pr@eizba.pl

O Izbie Gospodarki Elektronicznej:

Izba Gospodarki Elektronicznej reprezentuje i wspiera interesy firm związanych z rynkiem gospodarki elektronicznej w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem firm zrzeszonych w e-Izbie. Misją e-Izby jest rozwój polskiej branży gospodarki cyfrowej poprzez współpracę, wymianę know-how, działania legislacyjne oraz silną i efektywną reprezentację wspólnych interesów w dialogu z instytucjami polskiej administracji rządowej, Unii Europejskiej oraz organizacjami pozarządowymi w kraju i na świecie. Główne cele Izby Gospodarki Elektronicznej to:

- reprezentowanie i wspieranie interesów gospodarczych firm związanych z rynkiem gospodarki elektronicznej w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem firm zrzeszonych w Izbie,
- rozwój gospodarki w różnych jej branżach w kraju i Europie dzięki wykorzystaniu innowacji technologicznych, informacyjnych i komunikacyjnych (ICT), w tym sieci Internet oraz sprzętu i oprogramowania oraz ich praktycznych zastosowań w prowadzeniu działalności gospodarczej,
- wspieranie przedsiębiorców poprzez dostarczanie wiedzy (know-how) oraz rozwiązań technologicznych,
- wspieranie społeczeństwa w korzystaniu z rozwiązań cyfrowych.