

X kadencja



KANCELARIA SEJMU

Biuro Komisji Sejmowych

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

**Komisja
Gospodarki
i Rozwoju**

■ **PODKOMISJI STAŁEJ DO SPRAW
INNOWACYJNOŚCI I KONKURENCYJNOŚCI
GOSPODARKI
(NR 9)
z dnia 22 listopada 2024 r.**

Pełny zapis przebiegu posiedzenia Komisji Gospodarki i Rozwoju

– podkomisji stałej do spraw innowacyjności i konkurencyjności gospodarki (nr 9)

22 listopada 2024 r.

Podkomisja stała do spraw innowacyjności i konkurencyjności gospodarki, obradująca pod przewodnictwem posła **Weroniki Smarduch (KO)**, przewodniczącej podkomisji, rozpatrzyła:

– informację o najważniejszych wyzwaniach stojących przed rynkiem e-commerce w Polsce i strategii pełnego wykorzystania potencjału handlu elektronicznego dla wzrostu konkurencyjności polskiej gospodarki z uwzględnieniem ochrony praw konsumentów na platformach sprzedażowych.

W posiedzeniu udział wzięli: **Dariusz Standerski** sekretarz stanu w Ministerstwie Cyfryzacji wraz ze współpracownikami, **Marianna Sidoroff** dyrektor Departamentu Gospodarki Cyfrowej Ministerstwa Rozwoju i Technologii, **Cezary Łuniewski** zastępca dyrektora Departamentu Analiz Krajowej Administracji Skarbowej i **Robert Michalski** zastępca dyrektora Departamentu Zwalczania Przestępczości Ekonomicznej Ministerstwa Finansów, **Marta Kruszk**a zastępca dyrektora Departamentu Ochrony Konkurencji i **Sylwia Żyrek** zastępca dyrektora Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów Konsumentów Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, **Grzegorz Gontarz** radca prawny w Biurze Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców, **Michał Kanownik** prezes zarządu Związku Cyfrowa Polska, **Patrycja Sass-Stanisze**wska prezes zarządu Izby Gospodarki Elektronicznej wraz ze współpracownikami, **Monika Kosińska-Pyter** prezeska Federacji Konsumentów, **Robert Lisicki** dyrektor Departamentu Pracy Konfederacji Lewiatan, **Kacper Krawczyński** przedstawiciel Federacji Przedsiębiorców Polskich, **Katarzyna Kosela** i **Grzegorz Miś** członkowie Forum Organizacji Konsumentów Forkon, **Maciej Nakonieczny** pełnomocnik zarządu Stowarzyszenia Euro-Concret, **Michał Jaworski** dyrektor ds. strategii technologicznej Microsoft sp. z o. o., **Bartosz Szyl**er koordynator ds. prawnych i polityk publicznych American Chamber of Commerce in Poland oraz **Tomasz Walczak** członek zarządu Stowarzyszenia Przyjazna Gospodarka.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Katarzyna Gadecka** i **Ziemowit Uździcki** – z sekretariatu Komisji w Biurze Komisji Sejmowych.

Przewodnicząca poseł **Weronika Smarduch (KO)**:

Myślę, że wszyscy są. Niestety część posłów ze względu na to, że nie ma dzisiaj głosowań, musiała udać się już do swoich okręgów.

Otwieram posiedzenie podkomisji stałej do spraw innowacyjności i konkurencyjności. Witam serdecznie zgromadzonych gości. Przede wszystkim witam pana Dariusza Standerskiego, sekretarza stanu w Ministerstwie Cyfryzacji – witamy bardzo serdecznie. Witamy panią Mariannę Sidoroff, dyrektor Departamentu Gospodarki Cyfrowej w Ministerstwie Rozwoju i Technologii, ze współpracownikami. Witamy panią Martę Kruszkę, zastępcę dyrektora Departamentu Ochrony Konkurencji w Urzędzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Witamy panią Sylwię Żyrek, zastępcę dyrektora Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów Konsumentów w Urzędzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Witamy pana Cezarego Łuniewskiego, zastępcę dyrektora Departamentu Analiz KAS w Ministerstwie Finansów. Witamy pana Roberta Michalskiego, zastępcę dyrektora Departamentu Zwalczania Przestępczości Ekonomicznej w Ministerstwie Finansów. Witamy pana Grzegorza Gontarza, radcę prawnego w Biurze Rzecznika

Małych i Średnich Przedsiębiorców. Oczywiście witam przedstawicieli organizacji gospodarczych, izb branżowych oraz organizacji reprezentujących pracodawców i konsumentów – witam państwa bardzo serdecznie.

Porządek dzisiejszego posiedzenia podkomisji brzmi: informacja o najważniejszych wyzwaniach stojących przed rynkiem e-commerce w Polsce i strategii pełnego wykorzystania potencjału handlu elektronicznego dla wzrostu konkurencyjności polskiej gospodarki z uwzględnieniem ochrony praw konsumentów na platformach sprzedażowych. Przedstawiają to minister cyfryzacji, minister finansów, minister rozwoju i technologii oraz prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów lub przedstawiciele ministerstw. Czy są jakieś uwagi do porządku dziennego posiedzenia? Nie słyszę.

Z mojej strony, zanim przejdziemy do realizacji programu, chcę powiedzieć, że ten temat był już omawiany na posiedzeniu Komisji Cyfryzacji, Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii. Pokazało to, że są bardzo duże wyzwania i bardzo duże potrzeby branży e-commerce w Polsce, stąd też dzisiaj to spotkanie w trochę bardziej poszerzonym składzie. Niestety pan minister rozwoju i technologii Michał Jaros nie był w stanie dotrzeć, bo wypadło mu coś w ostatniej chwili, ale oczywiście są przedstawiciele ministerstwa. Przekażemy mu informacje, bo wiemy, że część kompetencji jest również w Ministerstwie Rozwoju i Technologii, stąd też ta podkomisja, która jest właśnie podkomisją Komisji Gospodarki i Rozwoju.

Zatem przystępujemy do realizacji porządku dziennego. Zaczniemy oczywiście od pana ministra, później poprosimy o informację przedstawicieli ministerstw, a na koniec chcielibyśmy też wysłuchać strony społecznej i państwa, żeby państwo też opowiedzieli o tych wyzwaniach, jak to wygląda z państwa strony.

Tak że proszę o zabranie głosu pana ministra Dariusza Standerskiego.

Sekretarz stanu w Ministerstwie Cyfryzacji Dariusz Standerski:

Bardzo serdecznie dziękuję.

Szanowna pani przewodnicząca, szanowni państwo, przede wszystkim chciałbym podziękować za zwołanie tego posiedzenia podkomisji z tego względu, że już od wielu miesięcy apelujemy, ale także współpracujemy z innymi ministerstwami w zakresie identyfikowania wyzwań, zagrożeń, jakie stoją przed polską branżą e-commerce. Jest to bardzo korzystne i bardzo ważne, żeby właśnie – mam nadzieję, regularnie – ministerstwa i urzędy, w ramach których znajduje się ten ważny, ale wielowątkowy obszar, mogły zdać informacje, bo tylko działania skoordynowane przyniosą spodziewane efekty.

Dlatego jak tylko dostaliśmy powiadomienie o posiedzeniu podkomisji, w ministerstwie potraktowaliśmy tę sprawę priorytetowo ze względu na wagę sprawy oraz działania, jakie należy podjąć wobec obecnego stanu rozwoju rynku handlu elektronicznego w Polsce. Z wielu badań czy też ostatnich raportów, na przykład Izby Gospodarki Elektronicznej, wynika jasno, że po wzroście tego sektora w ostatnich latach w tej chwili zauważamy poważne wyzwania, które będą decydowały o przyszłości dalszego rozwoju gospodarki elektronicznej w zakresie handlu w Polsce.

Z punktu widzenia naszego ministerstwa widzimy co najmniej dwa ważne obszary tych wyzwań. Pierwszy element to budowanie konkurencyjności przez działania w ramach Unii Europejskiej, czy to na podstawie też odmienianego już przez wszystkie przypadki raportu prof. Draghiego, czy to *mission letters* poszczególnych komisarzy Unii Europejskiej. Więc do nas w następnych latach, zwłaszcza gdy będziemy korzystać z prezydencji Polski w Unii Europejskiej, powinno należeć nawoływanie, inicjowanie oraz przeprowadzanie zmian, nie tylko w zakresie regulacji, ale również strategii unijnych, w zakresie regulacji przez uspołnianie implementacji przepisów unijnych w naszym obszarze cyfrowym, a także przez zmniejszanie liczby czy też uciążliwości obowiązków sprawozdawczych i obowiązków formalnych, które w tej chwili ciążą nad przedsiębiorcami, z zakresu handlu elektronicznego.

Drugi element, który z punktu widzenia Ministerstwa Cyfryzacji jest kluczowy w następnych miesiącach, to budowanie spójnej strategii inwestycyjnej w ramach Unii Europejskiej, w szczególności w zakresie infrastruktury cyfrowej oraz inwestycji w nowe rozwiązania techniczne, które stworzą kolejne obszary, kolejne nisze,

też dla handlu elektronicznego. To ma być infrastruktura, która ma służyć nam wszystkim, więc z jednej strony jest wyzwanie zwiększenia konkurencyjności, które jest po naszej stronie w zakresie regulacyjnym oraz inwestycyjnym. Ponadto, drugim obszarem zauważamy też konieczność przeciwdziałania nieuczciwym praktykom oraz przeciwdziałania nieuczciwej konkurencji, nadużywaniu pewnych luk prawnych czy pozycji dominującym w tym zakresie. I dlatego też już na poziomie krajowym Ministerstwo Cyfryzacji pracuje nad wdrożeniem rozporządzenia – „Aktu o usługach cyfrowych”.

W tym zakresie akt o usługach cyfrowych jest w pełni stosowany od 17 lutego 2024 r. Jednak brak wdrożenia uniemożliwia stosowanie tych przepisów przez polskich przedsiębiorców w pełni, dlatego Ministerstwo Cyfryzacji podejmuje wszelkie działania, żeby te przepisy zostały jak najszybciej wdrożone do polskiego porządku prawnego. Dzisiaj było m.in. posiedzenie Komitetu do Spraw Europejskich poświęcone temu zagadnieniu. Podczas posiedzenia komitetu, po uwagach Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, postanowiono o dalszych pracach nad tym projektem, więc mam gorącą nadzieję na współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Wszystkim nam zależy na tym, żeby prawa konsumentów były w tym przypadku realizowane w pełnym zakresie.

Ale musimy również pamiętać o Komisji Europejskiej i pochwalić ją za stosowanie już teraz narzędzi, które KE posiada dzięki wejściu w życie „Aktu o usługach cyfrowych”, w szczególności w zakresie bardzo dużych platform internetowych. Widzimy, że te procesy się rozpoczęły, natomiast należy również zdecydowanie naciskać na Komisję Europejską, żeby te procedury były jak najbardziej sprawne, o co też była pytana kandydatka na wiceprzewodniczącą Komisji Europejskiej do spraw suwerenności technologicznej, bezpieczeństwa i demokracji Henna Virkkunen podczas swojego przesłuchania.

Uważamy, że należy również wzmocnić stosowanie „Aktu o usługach cyfrowych” przez stałe prowadzenie przeglądów przepisów istniejących w Unii Europejskiej z tego względu, że zauważamy... Na przykład dzisiaj to wyszło przy dyskusji nad wdrożeniem „Aktu o usługach cyfrowych”, że przepisy rozporządzenia CPC w obszarze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w zakresie blokowania, ograniczania dostępu do treści nielegalnych w obszarze, którym zajmuje się Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, nie zostały wdrożone do polskiego porządku prawnego od 2017 r. Należy dostosować polskie przepisy do tego narzędzia, a napotkaliśmy takie wyzwanie, że wdrożenie DSA musi być zgodne z rozporządzeniem CPC, które nie zostało w tym zakresie wdrożone do polskiego porządku prawnego.

Widzimy więc, że Unia Europejska już lata temu dała nam narzędzia, z których należy korzystać w sposób rozsądny, ale też zdecydowany. Dlatego kontynuując te prace, będziemy starali się również w dialogu z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów wdrożyć takie przepisy, które z jednej strony będą odpowiadały na potrzeby tych dwóch europejskich regulacji, ale z drugiej strony umożliwią konsumentom, ale także mniejszym przedsiębiorcom wykonywanie swoich praw, zarówno jeżeli chodzi o prawa konsumentów, jak i w kontekście ustawy – Prawo przedsiębiorców.

W związku z tym w obszarze, za który odpowiada Ministerstwo Cyfryzacji, identyfikujemy dwa obszary wyzwań na polu europejskim, które zamierzamy podnosić, szczególnie podczas polskiej prezydencji w Radzie Unii Europejskiej, oraz na obszarze krajowym, nad którym pracujemy. I tak samo również dzisiaj pan minister do spraw Unii Europejskiej Adam Szłapka potwierdził, że wdrożenie „Aktu o usługach cyfrowych” jest priorytetem, który trzeba zamknąć w następnych tygodniach.

Szanowna pani przewodnicząca, szanowni państwo, bardzo serdecznie dziękuję.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Dziękuję bardzo.

Może poprosimy, żeby najpierw wypowiedziały się ministerstwa, a dopiero potem rozpoczniemy dyskusję.

Bardzo proszę o zabranie głosu przedstawiciela Ministerstwa Finansów, bo chyba państwo nie zgłaszali konkretnej osoby, tak że bardzo proszę o przedstawienie się i informację w tym zakresie.

Zastępca dyrektora Departamentu Analiz Krajowej Administracji Skarbowej Ministerstwa Finansów Cezary Łuniewski:

Dzień dobry, witam serdecznie, Cezary Łuniewski.

W pierwszej kolejności może chcielibyśmy bardzo podziękować za zaproszenie i możliwość przedstawienia w tak zacnym gronie, oczywiście pokrótce, pewnych elementów realizowanych przez Krajową Administrację Skarbową w zakresie e-commerce.

Szanowni państwo, w pierwszej kolejności może powiem o takim aspekcie legislacyjnym – pierwszym aspekcie legislacyjnym. Chciałbym wymienić, że w przeciągu ostatnich kilku lat wdrożono dyrektywę e-commerce, to był lipiec 2021 r. Chciałbym też zwrócić na drugi akt prawny, też już na naszym krajowym podwórku, mianowicie ustawę o automatyzacji niektórych zadań realizowanych przez Krajową Administrację Skarbową. Ten akt prawny wprowadził obowiązek przekazywania przez agentów rozliczeniowych do szefa KAS informacji o transakcjach – podkreślę – realizowanych przez merchantów, również przez bramkę online, co w przypadku e-commerce jest generalnie niezwykle istotne. Dodatkowo chodzi też o ustawę, która jest z 2018 r., ustawę, która zmieniła Ordynację podatkową i wdrożyła system teleinformatyczny STIR.

Na kanwie tych danych, proszę państwa, chciałbym płynnie przejść do aspektu drugiego. Krajowa Administracja Skarbowa wykorzystuje te dane i diagnozuje podmioty działające za pośrednictwem różnego rodzaju portali czy za pośrednictwem, można powiedzieć, stałych placówek, diagnozując podmioty, które nieprawidłowo wywiązują się z obowiązków podatkowych. Jesteśmy bardzo otwarci, bo dobro budżetu jest wspólne zarówno dla państwa, jak i dla nas.

Te działania prowadzimy w sposób dosyć zmasowany. Dodam w tej sprawie, że działalność Krajowej Administracji Skarbowej w zakresie e-commerce była przedmiotem kontroli NIK. Ta kontrola wypadła... Działalność KAS została przez Najwyższą Izbę Kontroli oceniona pozytywnie. Nie znaczy to, proszę państwa, że nie notujemy pewnych elementów, które można byłoby spróbować jeszcze wzmocnić i próbować eliminować pewne kwestie. Ale proszę zwrócić uwagę, że jak najbardziej jest zapewne potrzeba współpracy między państwem, nami czy też – może powiem szerzej – całą administracją publiczną.

Myślę, że to tyle tytułem ogólnego wstępu i przedstawienia działań, które podejmuje minister finansów i Krajowa Administracja Skarbowa. Dziękuję.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Czy pan Robert Michalski też chciałby zabrać głos w tej sprawie?

Zastępca dyrektora Departamentu Zwalczenia Przestępczości Ekonomicznej Ministerstwa Finansów Robert Michalski:

Chciałem tylko powiedzieć, że jako Ministerstwu Finansów też bardzo zależy nam na szybkim wdrożeniu zmiany ustawy, która wspiera rozporządzenie DSA, czyli ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Jest to dla nas bardzo ważny element – właśnie wyrównywanie szans naszych przedsiębiorców.

Z uwagi na to, że reprezentuję Departament Zwalczenia Przestępczości Ekonomicznej, a niestety w tym obszarze e-commerce mamy także bardzo duże... Mamy wiedzę pozwalającą nam na to, żeby móc zwalczać, natomiast potrzebujemy jeszcze narzędzi natury prawnej z punktu widzenia właśnie tego, że rozporządzenie DSA odsyła do przepisów krajowych. Stąd wspieramy mocno Ministerstwo Cyfryzacji i współpracujemy z ministerstwem w tym obszarze.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Super. Dziękuję bardzo.

Proszę o zabranie głosu panią dyrektor Martę Kruszkę.

Zastępca dyrektora Departamentu Ochrony Konkurencji Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Marta Kruszka:

Dziękuję bardzo.

Powiem może pokrótce o działaniach i kompetencjach prezesa UOKiK w zakresie prawa antymonopolowego.

Prawo antymonopolowe ma na celu zapewnienie sprawiedliwych warunków funkcjonowania rynku, w tym rynku cyfrowego, które to warunki przekładają się na innowacyjność, konkurencyjność przedsiębiorców i oczywiście dobrobyt konsumentów. W zakresie prawa ochrony konkurencji prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może podjąć działania w dwóch przypadkach.

Pierwszym przypadkiem są porozumienia ograniczające konkurencję. Chodzi tu o porozumienia zarówno horyzontalne, czyli zawierane między przedsiębiorstwami działającymi na tym samym szczeblu obrotów, jak i porozumienia wertykalne, czyli zawierane między przedsiębiorcami działającymi na różnych szczeblach obrotów.

W obszarze porozumień horyzontalnych na rynku cyfrowym i na rynku e-commerce szczególną uwagę należy zwrócić na antykonkurencyjną wymianę informacji. Występuje ona wtedy, kiedy przedsiębiorcy zamiast ze sobą konkurować, zaczynają współdziałać, dzieląc się poufnymi informacjami, m.in. takimi jak plany cenowe, strategie cenowe czy strategie rabatowe. W gospodarce cyfrowej problem wymiany informacji zyskał nowy wymiar za sprawą wykorzystywania takich technologii jak oprogramowanie do monitorowania cen czy algorytmy cenowe. Przedsiębiorcy mogą stosować narzędzia, na bieżąco śledząc ceny konkurentów i choć samo monitorowanie rynku nie jest zabronione, to jednak w połączeniu z wymianą danych lub porozumieniem co do strategii cenowych może prowadzić do nielegalnej zmywy.

Jeżeli chodzi o algorytmy cenowe, mogą być stosowane przez przedsiębiorstwa w taki sposób, aby automatycznie dopasować ceny do ofert konkurencji. Jeżeli konkurenci wspólnie wykorzystują podobne algorytmy, ryzyko antykonkurencyjnej koordynacji wzrasta. Na pewno w zakresie wykrywania porozumień ograniczających konkurencję kolejnym wyzwaniem dla organu antymonopolowego jest sztuczna inteligencja. Sztuczna inteligencja, jak większość technologii, przynosi wiele korzyści, ale może również przyczynić się do powstania lub umocnienia trwałej siły rynkowej na rynkach zdigitalizowanych i spowodować nowe problemy w zakresie ochrony konkurencji, bowiem może właśnie prowadzić m.in. do ułatwiania zawierania zmów rynkowych.

Jeżeli chodzi o porozumienia wertykalne, czyli zawierane między przedsiębiorstwami działającymi na różnych szczeblach obrotu, identyfikujemy na rynkach zdigitalizowanych takie nielegalne praktyki jak ustalanie cen odsprzedaży, ograniczanie sprzedaży online czy klauzule najwyższego uprzywilejowania.

Kolejnym przypadkiem, kiedy prezes UOKiK może podjąć interwencję, jest nadużycie pozycji dominującej. Analizujemy, czy przedsiębiorstwa dominujące, w tym duże platformy cyfrowe, nie stosują praktyk ograniczających konkurencję, takich jak wykluczanie konkurentów czy faworyzowanie własnych produktów. Przykładem może być sytuacja, gdy platforma faworyzuje własne towary lub usługi kosztem tych oferowanych przez niezależnych sprzedawców. Praktyka ta polega na preferowaniu własnych ofert w wynikach wyszukiwania na platformie, lepszym pozycjonowaniu lub przyznawaniu korzystniejszych warunków widoczności. W decyzji, którą wydaliśmy w grudniu 2020 r., stwierdziliśmy, że platforma Allegro, która jest dominującą platformą na polskim rynku e-commerce, stosowała właśnie praktyki wykluczające, polegające na faworyzowaniu własnej sprzedaży detalicznej na platformie.

UOKiK działa też aktywnie na polu międzynarodowym, w szczególności w zakresie Europejskiej Sieci Konkurencji, w ramach której wspieramy harmonijną ochronę konkurencji w Unii Europejskiej. Ponadto prezes UOKiK jest członkiem grupy wysokiego szczebla w ramach „Aktu o rynkach cyfrowych”, czyli rozporządzenia DMA. Wspieramy działania Komisji Europejskiej w egzekwowaniu tego aktu prawnego, który, jak pewnie państwo wiedzą, jest dobrym uzupełnieniem prawa ochrony konkurencji i w odróżnieniu od prawa konkurencji, które działa *ex post*, jest stosowany *ex ante*.

Aby UOKiK mógł skutecznie wspierać Komisję Europejską w egzekwowaniu DMA, konieczne jest dostosowanie polskiego prawa oraz odpowiednie wzmocnienie urzędu. W wyniku implementacji DMA prezes uzyska nowe kompetencje, w tym prowadzenia postępowań wyjaśniających, w szczególności w sprawie ustalenia, czy strażnicy dostępu, czyli te największe platformy cyfrowe, naruszyły kluczowe artykuły DMA. Otrzymamy także nowe kompetencje w zakresie wspierania Komisji Europejskiej przy nadaniach rynku, dostarczaniu informacji, odbieraniu wyjaśnień i prowadzeniu kontroli. Dziękuję bardzo.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Super. Dziękujemy bardzo.

Zastępca dyrektora Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów Konsumentów Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Sylwia Żyrek:

Pani przewodnicząca...

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Na koniec myślę, że najważniejsze – informacja, ze strony Ministerstwa Rozwoju i Technologii.

Zastępca dyrektora departamentu UOKiK Marta Kruszk:

Może jeszcze... Przepraszam, bo pani dyrektor Żyrek z zakresu ochrony konsumentów, dobrze?

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Aha, dobrze, przepraszam, bo myślałam, że państwo...

Dobrze, proszę bardzo, i zakończymy zarazem.

Zastępca dyrektora departamentu UOKiK Sylwia Żyrek:

Dziękuję bardzo, przepraszam.

Pani dyrektor przedstawiała kwestie konkurencyjne. Jak z kolei z elementem, który jest komplementarny, czyli prawami konsumentów.

Dla rozwoju e-commerce i pełnego wykorzystania potencjału handlu elektronicznego zdecydowanie kluczowe jest zaufanie konsumentów, bo bez zaufania... Zaufania do przedsiębiorców, do nowych kanałów sprzedaży, do wszystkiego, co wykorzystuje nowe technologie. Bez tego zaufania konsumenci nie będą korzystać z oferowanych im nowych możliwości, a przynajmniej będzie to dużo mniej intensywne.

W UOKiK dostrzegamy szereg nowych typów zagrożeń w handlu elektronicznym. Aby im zapobiegać i je eliminować, prezes prowadzi przede wszystkim postępowania dotyczące naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, które obejmują praktyki rozwijające się w handlu elektronicznym. Urząd jest też zaangażowany w proces legislacyjny na poziomie unijnym i krajowym. Obecnie tematem, który szczególnie rezonuje, jest tzw. sprawiedliwość cyfrowa.

Angażujemy się ponadto w działania edukacyjne i miękkie. Krótко opowiem o nich na przykładzie czterech najpoważniejszych zagrożeń, jakie widzimy.

Pierwsze – one właśnie rezonują – są to ciemne wzorce, czyli praktyki handlowe stosowane za pośrednictwem interfejsów cyfrowych, które mogą wpływać na konsumentów, żeby podejmowali takie decyzje, jakich nie podejmowaliby w innym przypadku. Prezes UOKiK na początku tego roku wziął udział w globalnym przeglądzie internetu organizowanym przez Międzynarodową Sieć Ochrony Konsumentów.

Przegląd ten wykazał, że 75,4% przebadanych stron stosowało co najmniej jeden *dark pattern*, a dwa lub więcej – 66,8%. Najczęstszą praktyką, jaką identyfikujemy, jest preselekcja, czyli wybieranie i zaznaczanie za konsumenta jednej z możliwych opcji, czyli zwykle najdroższej. Wiele takich praktyk dotyczy informowania konsumentów o opłatach na dalszym etapie zamówienia, gdy konsument poświęci już trochę czasu, skompletuje zamówienie, spersonalizuje je i dowiaduje się, że jednak potrzeba dopłacić jakąś opłatę serwisową albo że dostawa będzie trwała jednak dłużej, niż myślał, kiedy zaczynał składać zamówienie. Często ukrywane są też informacje o subskrypcyjnym charakterze usługi i w przypadku takich praktyk, wykorzystujących ciemne wzorce, podejmowaliśmy i podejmujemy działania wobec platform handlowych, platform do zakupów biletów na wydarzenia czy koncerty, ale też aplikacji do zamawiania jedzenia czy sklepów internetowych.

Ostatnio głośno było o praktykach firmy Duka, która automatycznie dodawała do koszyków klientów produkty takie jak filizanki czy parasolki. Konsument nie zdawał sobie z tego sprawy, więc najczęściej zamawiał te towary, nie wiedząc o tym. Duka stosowała tę praktykę przez cały 2023 r., w związku z czym została ukarana karą 1,5 mln zł z tytułu nieuczciwych praktyk.

Wreszcie, ponieważ powiedziałam, że mamy nie tylko *enforcement*, ale też staramy się edukować i działać w inny sposób, realizujemy teraz projekt na temat wykrywania

i zwalczania *dark patterns* z użyciem sztucznej inteligencji. On ma pomóc w przygotowaniu narzędzia, które wykorzystując właśnie rozwiązania sztucznej inteligencji, będzie automatycznie wykrywać niedozwolone praktyki stosowane na stronach internetowych z branży e-commerce. Zaczęłam od interfejsów, czyli takiej fazy, która poprzedza zawarcie umowy.

Druga kategoria problemów, jakie widzimy, to są już problemy stricte z umowami cyfrowymi, które zawierają konsumenci. W tym zakresie podejmowane są działania dotyczące właśnie nieprzedstawienia konsumentowi wszystkich informacji bądź niewłaściwego ich przedstawienia. Jako przykład dam postępowanie wobec Amazon, któremu zarzucono stosowanie praktyk wprowadzających w błąd co do momentu zawarcia umowy sprzedaży w serwisie amazon.pl w modelu sprzedaży detalicznej, niezgodnego z prawdą określania dostępności produktów prezentowanych w tym serwisie i terminów ich dostawy, a także nieprzekazywania w sposób jasny i jednoznaczny oraz we właściwym czasie warunków świadczenia gwarancji dostawy. Prezes UOKiK wydał w tej sprawie w tym roku decyzję, na mocy której nałożył karę w wysokości ponad 31 mln zł.

W kontekście zawierania umów za pośrednictwem platform dostrzegamy też, że zdarzają się przypadki, gdzie brak jest na stronie internetowej jasnej informacji, czy oferentem jest przedsiębiorca czy konsument, oraz jak podzielone są obowiązki związane z realizacją umowy między platformą a wystawiającym ofertę. Te informacje mają oczywiście kluczowe znaczenie dla konsumentów, a wymóg ich wskazania wprowadza dyrektywa Omnibus. Przykładem może być postępowanie wobec platformy Travelist – wydano decyzję zobowiązującą i teraz skutek tej decyzji spółka już bezpośrednio wskazuje, że prezentowane oferty pochodzą od przedsiębiorców, którzy są stroną umowy z konsumentem i są odpowiedzialni za jej wykonanie, a platforma odpowiada za funkcjonalność serwisu, w tym rezerwacje, płatności i wystawianie opinii w serwisie.

Trzecia kwestia – jest listopad, więc to akurat dobry moment na poruszenie jej – czyli kwestia informowania o obniżkach cen. Cały czas widzimy, że przedsiębiorcy mają problem z informowaniem o obniżkach cen. Od 1 stycznia zeszłego roku przedsiębiorcy, którzy organizują obniżki, muszą informować o najniższej cenie z 30 dni poprzedzających promocję. Przepis oczywiście ma zapobiegać podwyższaniu ceny przed wyprzedaniem, żeby wywołać wrażenie, że rabat jest atrakcyjniejszy. W zeszłym roku wydaliśmy wyjaśnienia, w których pokazujemy na przykładach dobre i złe praktyki w tym zakresie. W zeszłym miesiącu Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej wydał wyrok, w którym potwierdził, że sposób, w jaki wykonujemy te przepisy, jest zgodny z dyrektywą Omnibus.

I skoro mówię już o przykładach, urząd monitoruje kwestię obniżek. W ostatnim czasie wszczął postępowanie wobec właściciela sklepów internetowych Renee i Born2be. To są sklepy sprzedające w internecie odzież. Wątpliwości dotyczą prezentowania w tych sklepach promocji, dlatego że tam w ogóle brakuje informacji o najniższej cenie sprzed 30 dni, atrakcyjne ceny widniejące w reklamach dotyczą tylko członków programów lojalnościowych. Trwa postępowanie.

Już zupełnie na koniec tej informacji chciałabym powiedzieć o nowych zagrożeniach, które widzimy, do których obowiązujące przepisy może nie odnoszą się w pełni. W październiku Komisja Europejska opublikowała Digital Fairness Fitness Check. Przeanalizowała, jak obowiązujące przepisy odpowiadają na problemy konsumentów. Jednym z takich spostrzeżeń jest to, że ponad 30% konsumentów w Unii Europejskiej spędza więcej czasu i wydaje więcej pieniędzy, niż zamierza, z powodu określonych funkcji, które uzależniają nas od aplikacji cyfrowych. Chodzi i o automatyczne odtwarzanie filmów i o niekończące się feedy, o wprowadzone elementy grywalizacji, czyli zamienianie w grę czegoś, co grą nie jest, jak właśnie zakupy. Zdarza się, że technika zakłada uzyskiwanie nagród za korzystanie z aplikacji albo kary za jego brak.

W tym samym raporcie Komisja Europejska zwraca też uwagę na kwestię niekontrolowanej personalizacji, wskazując, że ponad 37% konsumentów w Unii Europejskiej zgłasza, że mają takie wrażenie, że firmy mają wiedzę na temat ich słabych punktów i korzystają z niej w celach komercyjnych. I konkludując, Komisja... Mówię o tym, bo to są spostrzeżenia. To nie są na ten moment jakieś działania, które należałoby ocenić w jeden czy w inny sposób.

Komisja Europejska zauważyła w Digital Fairness Fitness Check, że obowiązujące ramy prawne nie są wystarczające, żeby chronić w sposób właściwy, wyważając interesy wszystkich stron, bo też nie chodzi o to, żeby zakazać wszystkiego, ale właśnie, że to są kwestie, które będą analizowane. Komisja Europejska zapowiedziała publikację Digital Fairness Act, który będzie odnosił się również do nowych zagrożeń i na pewno, jeżeli to zostanie opublikowane, nasz urząd będzie aktywnie włączony w to, żeby w trakcie prac Rady Unii Europejskiej nasze doświadczenia jak najlepiej przełożyły się na treść obowiązujących przepisów. Dziękuję.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Super. Dziękujemy bardzo.

Szalenie istotna jest szczególnie ta opinia z punktu widzenia konsumenta.

A teraz proszę o zabranie głosu panią dyrektor Mariannę Sidoroff.

Dyrektor Departamentu Gospodarki Cyfrowej Ministerstwa Rozwoju i Technologii Marianna Sidoroff:

Dzień dobry, dziękuję bardzo za zaproszenie.

Pani przewodnicząca, szanowni państwo, bardzo dużo zostało już powiedziane. Postaram się tylko dopowiedzieć ewentualne kwestie, ewentualnie dodać to, nad czym pracuje Ministerstwo Rozwoju i Technologii.

Branża e-commerce jest kluczowa, krytycznie ważna. Spotkaliśmy się też po to, żeby to podkreślić. Patrząc na to, jak zmienia się, jak rosną obroty na rynku e-commerce, jest kluczowa dla polskiej gospodarki. Widzimy, że w latach 2023–2024 całkowita wartość europejskiego rynku cross-border e-commerce osiągnęła już 326 mld euro i co ciekawe, 69% tych obrotów to *marketplace*. To też podkreśla jak znacznie, jak spojrzymy na liczby, rośnie rola handlu internetowego w Polsce i jakie ma znaczenie dla polskich przedsiębiorców.

Wraz z tym ogromnym wzrostem, oczywiście też popandemicznym, jest coraz więcej wyzwań. Mówiliśmy o wyzwaniach dotyczących nieuczciwej konkurencji i o tym, co zostało jasno określone w dokumentach, o których wspominał pan minister, pokazujących konkurencyjność rynku europejskiego. Bardzo ważne, żeby podkreślić, że to również będzie jeden z priorytetów polskiej prezydencji – żeby wzmocnić konkurencyjność wspólnego rynku.

Główne problemy, które są zgłaszane przez polski e-commerce, to właśnie unikanie regulacji przez platformy spoza państw Unii Europejskiej, wykorzystywanie luk w unijnych ramach regulacyjnych, które naruszają prawo Unii Europejskiej. To dotyczy bezpieczeństwa produktów, dotyczy ochrony konsumentów – jak mówiliśmy, ochrony danych. Widzę, że nie ma przedstawiciela UODO, a to też jest instytucja, której dotyczy ten temat.

Oczywiście pojawiają się kwestie standardów ekologicznych, nieuczciwych praktyk pracy – to jest ten cały zbiór dotyczący unikania regulacji. Później mamy zaniżanie cen – tam pojawiają się kwestie dotyczące cen oferowanych przez azjatyckie platformy, gdzie ceny towarów są znacznie niższe niż oferowanych lokalnie przez europejskie firmy. Tu oczywiście jest cała kwestia wsparcia przez subsydia, przez wsparcie państwowe w różnych momentach tego eksportu, który się odbywa przez platformy. Są to subsydia dotyczące magazynów, subsydia transportowe, zachęty pocztowe czy innego rodzaju zachęty, które pozwalają, żeby oferty pojawiały się taniej niż oferty przedsiębiorców europejskich. Też złe warunki pracy, na które trzeba bardzo mocno zwrócić uwagę, czy zaniżanie kosztów pracy. Kolejnym elementem jest sfera unikania opodatkowania – o tym mówili koledzy z Ministerstwa Finansów. To jest znajdowanie cały czas tych luk, czyli słynna granica 150 euro czy w ogóle wspólna polityka celna i to, nad czym pracuje Ministerstwo Finansów.

Przechodząc do działań Ministerstwa Rozwoju i Technologii – z jednej strony legislacja i tak jak wspominały panie dyrektor z UOKiK, kwestia DMA. To jest ten akt uzupełniający DSA. Oba te akty znacząco zmieniają rynek europejskich platform. DMA jest w tym momencie już po rozpatrzeniu przez Komitet do Spraw Europejskich i zmierza, mam nadzieję szybko, do rozpatrzenia przez Stały Komitet Rady Ministrów. Jest to ustawa, w której łączymy wdrożenie DMA, wdrożenie elementów P2B, właśnie formularzy i subsydiów, więc to jest taka łącząca ustawa, w której pojawiają się w ogóle

wątki wspólnego rynku. Jest już po konsultacjach, jak mówię, po uzgodnieniach w Komitecie do Spraw Europejskich.

Z drugiej strony są działania koordynacyjne. Ministerstwo Rozwoju i Technologii zaprasza instytucje i przedsiębiorców do współpracy nad tym, żeby jak najszybciej wypracowywać rozwiązania, które są możliwe na poziomie krajowym, i wspólnie pilnować rozwiązań na poziomie unijnym. Oczywiście do Ministerstwa Rozwoju i Technologii wpływają sygnały i staramy się po pierwsze kierować je bezpośrednio tam, dokąd one powinny być kierowane, czyli widząc niewywiązywanie się platform takich jak Shein czy Temu z obowiązków europejskiego czy polskiego prawa, zwróciliśmy się do tych platform sprzedażowych z prośbą o udzielenie wyjaśnień. W związku z brakiem odpowiedzi od platformy Temu skierowaliśmy też pismo z prośbą o interwencję do irlandzkiego ministra promocji handlu, cyfryzacji i regulacji spółek. Skierowaliśmy również pismo do przewodniczącej Komisji Europejskiej Ursuli von der Leyen, w którym szczegółowo wskazaliśmy negatywne praktyki azjatyckich platform sprzedażowych, polegające właśnie na uchylaniu się od przepisów, zaniżaniu cen czy uchylaniu się od płacenia podatków.

Dodatkowo rozmawiamy ze wszystkimi instytucjami, tak żeby wiedzieć, w którym jesteśmy miejscu i w którym jesteśmy momencie właśnie z DSA, z postępowaniami UOKiK. Rozmawiamy z PUODO, który... Co jest ciekawe, do PUODO wpływa stosunkowo mało zgłoszeń dotyczących łamania przepisów RODO. Ale zachęcamy PUODO, żeby podnosił tę kwestię na forum europejskim, że to też jest bardzo istotne i ważne.

Co do UOKiK – zachęcaliśmy też ostatnio, żeby dokonać analizy raportów dokonanych przez branżę dotyczących właśnie bezpieczeństwa produktów. Rozmawiamy z MF odnośnie do prac analitycznych na wszystkich danych, jakie posiada MF, żeby jeszcze efektywniej wykorzystywać te informacje, które, jak było przedstawione... I ze STIR, i z CESOP, z wszystkich możliwych systemów dochodzą do Ministerstwa Finansów informacje, żeby jeszcze skuteczniej wykorzystywać narzędzia krajowe, oprócz brania oczywiście aktywnego udziału w polityce europejskiej.

Co dalej? W związku z tym, że ten temat jest bardzo istotny i bardzo ważny, został skierowany na posiedzenie Komitetu do Spraw Europejskich. Został omówiony 22 października. Resort cyfryzacji, resort klimatu, odpowiedzialny za fast fashion, i resort finansów zostały poproszone o ocenę aktualnej sytuacji wraz z propozycją możliwych rozwiązań, zarówno tych krajowych, jak i europejskich. Na poziomie europejskim widać już, że nowi komisarze też będą traktować ten temat jako bardzo istotny – widzieliśmy to podczas przesłuchań komisarzy.

Pan Stéphane Séjourné powiedział, że potrzeba ochrony rynku m.in. przed produktami z Chin niespełniającymi norm europejskich i stworzenia lepszego nadzoru rynku przez harmonizację kontroli. To będą jedne z jego celów. Maroš Šefčovič powiedział o tym, że ochrona biznesu unijnego przed nieuczciwymi praktykami państw trzecich jest również ogromnie istotna. To jest ten cały konglomerat działań, które się teraz dzieją, takich koordynacyjno-legislacyjnych, bo minister rozwoju i technologii oprócz DMA nie posiada więcej takich bezpośrednich możliwości legislacyjnych.

Odnosnie do samego wsparcia sektora e-commerce, bo też była o tym mowa, wspieramy i... To znaczy najpierw słuchamy sektora, więc mamy bardzo szeroką współpracę z trzecim sektorem, za co bardzo serdecznie dziękuję, w różnych tematach cyfryzacyjnych – chyba tak nazwałabym je szeroko. Ale odnośnie e-commerce jest cały potężny program finansowany z programu „Fundusze europejskie dla nowoczesnej gospodarki”. Jest tam wyznaczonych 15 sektorowych programów promocji, w których ogromną rolę ma e-commerce. To jest wspieranie przewagi konkurencyjnej kraju, prezentacja potencjału eksportowego, na przykład zachęcanie firm do tego, żeby wychodziły poza kraj, chodzi o wszystkie relacje międzynarodowe czy transgraniczne; rozbudowa portalu Trade.gov.pl, który jest narzędziem wsparcia rozwoju eksportu cyfrowego.

To jest to, co dzieje się w tym momencie. Przede wszystkim mają one pomagać rozwijać się gospodarce, rozbudowywać pozycję sektora MŚP i zwiększać szanse rozszerzające działalność i zmieniające model biznesowy w kierunku wykorzystania narzędzi cyfrowych. Ministerstwo rozpoczęło już teraz – pierwsze pilotażowe działania już się dzieją – kampanię mającą na celu podniesienie świadomości różnorodnych przedsiębiorców w Polsce, mającą

na celu ich rozwój z wykorzystaniem nowych technologii, z wykorzystaniem e-usług, wykorzystaniem dostępnych narzędzi i technologii jak e-commerce. Chodzi również o wzrost poziomu cyberbezpieczeństwa.

Jesteśmy w trakcie przygotowywania dokumentu spójnego ze „Strategią cyfryzacji Polski do 2035 r.”, który nazywa się „Program transformacji cyfrowej przedsiębiorstw”. On jest dokumentem jak gdyby wynikowym, zbierającym wszystkie dostępne środki w funduszach zewnętrznych, czyli unijnych, ale też w funduszach krajowych. Chodzi o to, żeby wszystkie formy pomocy skanalizować i skoordynować w jednym miejscu.

To tak w skrócie.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Ja z mojej strony dziękuję bardzo za wszystkie informacje, które państwo przedstawili.

Dodam tu może, nie wiem, jakieś refleksje, może pytania, ewentualnie państwo się do tego odniosą.

W zakresie e-handlu i rywalizowania z azjatyckimi firmami zawsze mamy dwie strony medalu. Przede wszystkim podstawą jest konsument i to, jakie ma potrzeby i w jaki sposób... To znaczy cena odgrywa bardzo dużą rolę. Dla konsumenta nie zawsze wszystko jest zrozumiałe i w tym przypadku ewidentnie widać, że konsumenci nie mają tej świadomości, jeżeli wybierają na przykład tańsze azjatyckie produkty, natomiast zdecydowanie widać z ich strony, że chcą też mieć do tego prawo.

Druga rzecz to wzmacnianie konkurencyjności polskich przedsiębiorstw ze względu na to, że ogólnie rynek europejski – co pokazały raport Draghiego czy po prostu to, co na ten moment widzimy od momentu rozpoczęcia wojny w Ukrainie – pewnych przewag konkurencyjnych nigdy mieć nie będzie, bo sama produkcja w Europie, nawet po obniżeniu cen energii, w pewnym momencie... Podejrzewam, że przynajmniej przez dłuższy okres będzie mniej konkurencyjna od azjatyckich firm. Jeżeli w Unii Europejskiej narzucamy pewne ramy dla przedsiębiorców, to musimy też pamiętać o tym, że musimy je skutecznie egzekwować dla wszystkich firm, również spoza Unii Europejskiej. Tylko wtedy nie będziemy osłabiać swojej własnej konkurencyjności. Myślę, że podstawą jest egzekwowanie prawa, przede wszystkim od firm, które są spoza Unii Europejskiej.

Chciałabym dowiedzieć się, jak to na ten moment wygląda. Jak rozumiem, pewne akty prawne są w tym momencie przygotowywane. Można o nich powiedzieć, że nie tyle nie rozumieją problemu, co zrozumiały problem trochę za późno, więc podejrzewam, że pewne rozwiązania już niebawem do nas trafią. Na ile jesteśmy w stanie egzekwować prawo od tych firm spoza Unii Europejskiej? A na ile jesteśmy w stanie tylko karać konsumentów, na przykład narzucając na ich przesyłki cło i wymagając od nich, żeby to oni ponieśli odpowiedzialność za to, że spółki spoza Unii Europejskiej czy firmy spoza Unii Europejskiej nie chcą się dostosowywać do prawa, próbują w jakiś sposób ominąć podatki?

To jest takie pytanie, refleksja. Jakby państwo chcieli się do niego odnieść, to byłabym wdzięczna.

Sekretarz stanu w MC Dariusz Standerski:

Bardzo serdecznie dziękuję.

Pani przewodnicząca, w pełni się zgadzam, także z uwagą dotyczącą przepisów unijnych, które być może bardziej i szybciej powinny odpowiadać na praktyki niezgodne z prawem czy z zasadami konkurencji. Mam wrażenie, że wybrzmiało to też przynajmniej podczas części przesłuchań kandydatów i kandydatek na komisarzy unijnych.

Pani Virkkunen kilkakrotnie wskazywała, że firmy, które chcą działać na europejskim rynku, powinny podążać za europejskimi zasadami. Myślę, że w tym jest duże wyzwanie, także w zakresie regulacji, żeby skierować ciężar prac właśnie na nieuczciwe praktyki, na nielegalne działania, z jednej strony obniżając poziom obowiązków sprawozdawczych dla przedsiębiorstw w Unii Europejskiej, a z drugiej strony właśnie zapewnić, że w momencie, w którym działanie może zostać uznane za nielegalne lub niezgodne z zasadami konkurencji, wtedy Unia Europejska wkracza z pełną mocą.

Reprezentujemy podejście, zgodnie z którym powinniśmy dużo więcej czasu i regulacji poświęcać na to, żeby dawać naszym regulatorom, ale także sądom realne narzędzia do wkraczania, kiedy konkurencja jest zagrożona, oraz w sposób bardziej systemowy

skupiać się na obowiązkach sprawozdawczych czy procedurach, które muszą być wykonywane przez każdego, kto wchodzi na rynek. Mam nadzieję, że w tej kadencji Komisji Europejskiej nacisk zostanie położony właśnie na to, żeby dawać silne narzędzia wtedy, kiedy coś się dzieje, a w normalnych warunkach usprawniać działalność. Dziękuję bardzo.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Dziękuję bardzo.

Mam jeszcze jedno pytanie, bo bardzo istotna jest ta świadomość konsumentów. Bardzo istotne jest to, żeby nasi obywatele, nasi konsumenci potrafili podejmować świadome decyzje. Nie wiem, czy to pytanie bardziej do UOKiK, czy do Ministerstwa Cyfryzacji – czy są jakieś formy edukacji społeczeństwa albo planujemy jakąś edukację właśnie konsumentów, aby mogli podejmować świadome decyzje? Chodzi o to, żeby kiedy na przykład chcą jakoś odpuścić, wolą wybrać coś tańszego, mieli świadomość, że jakość może być inna. Tak może się bowiem stać, kiedy wybiera się coś, czego koszt wytworzenia jest znacznie wyższy niż cena sprzedaży. To pytanie o edukację społeczeństwa w tym zakresie.

Sekretarz stanu w MC Dariusz Standerski:

Szanowna pani przewodnicząca, szanowni państwo, uważam, że problem jest dużo poważniejszy niż zadania edukacyjne Ministerstwa Cyfryzacji.

W zakresie obszaru Ministerstwa Cyfryzacji z jednej strony prowadzimy, ale też planujemy na przyszły rok kampanie edukacyjne z zakresu higieny cyfrowej. Panie dyrektor z Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów mówiły o tym w zakresie algorytmów uzależniających czy takiego zaplanowania architektonicznego strony internetowej przedsiębiorcy – chodzi o to, żeby konsument spędził tam więcej czasu i kupił więcej.

To jest bardzo ważny obszar, ale wszystko musi wychodzić z edukacji nawet nie w zakresie higieny cyfrowej, ale z edukacji ekonomicznej. Bo konsument, zanim wejdzie na stronę internetową sprzedawcy... Należy już tak naprawdę od szkoły podstawowej uczyć o prostych zasadach dotyczących m.in. tego, co pani przewodnicząca wskazała jako przykład – że trudno, aby cena była znacząco niższa niż koszty wytworzenia; że nie zawsze opis produktu, który odpowiada ledwie ułamkowi ceny, oznacza dobrą okazję. To są działania w zakresie Ministerstwa Edukacji Narodowej.

Uczestniczyliśmy w konsultacjach nowej podstawy programowej, strategii cyfrowej transformacji w tym zakresie. To wiąże się też z edukacją w zakresie cyberbezpieczeństwa. Będziemy rozszerzać zadania edukacyjne w zakresie funkcji „Bezpiecznie w sieci” i w aplikacji mObywatel. Już ponad 100 tys. użytkowników i użytkowników włączyło powiadomienia. Dzisiaj na przykład przyszło powiadomienie, żeby nikomu nie podawać swojego numeru PESEL lub klikać w zakresie weryfikacji w BIG czy w innych narzędziach. Tak samo będziemy szczególnie edukować w zakresie zwiększonego poziomu konsumpcji przed świętami Bożego Narodzenia, bo uważamy, że to też jest czas ważny, w którym jesteśmy szczególnie narażeni na dezinformację oraz oszustwa. Dziękuję.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Super. Dziękuję.

Dobrze, proszę.

Zastępca dyrektora departamentu UOKiK Sylwia Żyrek:

Dziękuję.

Jeżeli mogę z ramienia UOKiK uzupełnić tę informację, bo ona w dużej mierze jest skierowana do nas... Trzeba powiedzieć, że edukowanie konsumentów dotyczące zagrożeń w internecie to jest cały ocean pracy i my się do niej ustosunkowujemy kawałek po kawałku, bo wydaje mi się, że nie jesteśmy tak naprawdę wręcz w stanie nadażyć za tym wszystkim, co się pojawia.

Za czym jesteśmy w stanie nadażyć? Dość dużo pracowaliśmy nad kwestiami *influencer marketing*. Wydaliśmy wytyczne dotyczące tego, żeby ludzie korzystając z internetu, wiedzieli, czy coś jest polecane z dobrej woli, czy może jest jakaś inna motywacja. Stworzyliśmy filtry AR na strony, tak żeby osoba, która korzysta ze strony internetowej, mogła właśnie zobaczyć, czy to może być nieoznaczony materiał sponsorowany.

Chodzi o to, o czym mówiłam w wystąpieniu wstępnym – staramy się teraz wytworzyć to narzędzie dotyczące oddzielania czy namierzania *dark patterns*. Przekażę tę koncepcję dotyczącą zwiększania świadomości przy robieniu zakupów z państw trzecich odpowiedniej komórce u nas, w UOKiK, bo naprawdę podzielamy potrzebę pracy nad tym.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Super. Dziękuję bardzo.

I bardzo proszę, aby państwo się zgłaszali i przed zabraniem głosu bardzo prosiłabym o przedstawienie się i poinformowanie, jakie organizacje państwo reprezentują.

Najpierw pan, a potem pani.

Prezes zarządu Związku Cyfrowa Polska Michał Kanownik:

Dziękuję bardzo, pani przewodnicząca.

Michał Kanownik, Związek Cyfrowa Polska.

Oczywiście dziękujemy za to posiedzenie podkomisji, szczególnie z tak szeroką reprezentacją organów publicznych, bo to jest kluczowe, żeby mieć tak szeroki pogląd.

Chciałem zwrócić uwagę na trzy elementy. Ale najpierw zacząłbym od takiej trochę smutnej konstatacji, że mam takie wrażenie, że od dłuższego czasu wszyscy na takich spotkaniach zgadzamy się co do miejsca, w którym jesteśmy, jaki mamy problem, czego on dotyczy, mniej więcej wiemy, co trzeba zrobić, żeby ten problem niwelować, ale cały czas tylko zgadzamy się ze sobą. Cały czas brakuje bardzo konkretnych działań, żeby egzekwować przepisy, które już mamy, nie mówiąc o kolejnych, przygotowywanych. Mam nadzieję, że w końcu doczekamy do momentu, kiedy będziemy podsumowywać już konkretne działania, a nie tylko zastanawiać się, jakie możliwości regulacyjne mamy dzisiaj w ręku.

Pamiętajmy, że temat, o którym dzisiaj mówimy, jest bardzo przekrojowy. Dotyczy on trzech fundamentalnych zakresów. Pierwszy, patrząc od góry – mówimy o realnych stratach dla budżetu państwa. Mówimy o ubytkach w dochodach dla budżetu państwa z tytułu VAT i cel. Budżet państwa polskiego traci na tej nieuczciwej konkurencji z platformami krajów trzecich, co choćby pokazuje zestawienie, jak przełożył się wzrost dochodów z tytułu VAT od przesyłek w całej Europie, a w jak niewielkim stopniu w Polsce po uszczelnieniu systemu przez Unię Europejską. To jest już pierwszy dowód, że coś nie działa w systemie.

Pytanie do KAS, do resortu finansów – czy KAS ma na dzisiaj zdolności analityczne, żeby te dane na tyle sprawnie przetwarzać? Bo to są ogromne liczby przesyłek. Żeby efektywnie typować przesyłki do kontroli? Bo nie oszukujmy się, nie ma służby w Europie, która jest w stanie sprawdzić każdą przesyłkę, która wchodzi na europejski rynek z krajów trzecich, więc musimy mieć odpowiednie systemy analityki danych, które będą odpowiednio celnie wskazywały, jakie przesyłki, jakie kontenery, jakie transporty powinny podlegać szczegółowej kontroli w tym zakresie.

Jeżeli nie ma takich możliwości w tym zakresie, sugeruję i rekomendujemy gorąco ze strony biznesu, żeby takie środki w budżecie państwa znalazły się, bo to jest inwestycja w to, żeby uszczelnić system, który zapewni dochody państwu polskiemu. Oczywiście możemy rozkładać na czynniki pierwsze, w jaki sposób można usprawnić kontrolę poszczególnych sprzedawców, ale zacząłbym od generalistów, czyli bardzo sprawnego, dobrze skonstruowanego, dobrze doinwestowanego systemu analityki danych, żeby usprawnić tę kontrolę.

Drugi pion, o którym dzisiaj mówimy, to jest pion polskich przedsiębiorców, którzy wykorzystują platformy e-commerce do sprzedaży produktów na rynku globalnym. Nieuczciwość konkurencji z platformami krajów trzecich też jest oczywistością dla wszystkich. To, co pani dyrektor Sidoroff wspominała, to jest absolutnie tak w pigułce, gdzie leży problem z tą nieuczciwą konkurencją. I choćbyśmy nie wiem, jak bardzo starali się, budowali edukację konsumentów itd., to w tej konkurencji polscy przedsiębiorcy i europejscy przedsiębiorcy nie mają szans. Tego nie wyrównamy edukacją konsumentów, bo finalnie niestety konsument w większości będzie kierował się kieszenią.

Niwelowanie aspektów, które wpływają na uczciwość konkurencji, jest więc kluczowe do tego, żebyśmy mówili o wyrównaniu szans. I żeby była jasność, nie mówimy o tym, żeby wprowadzać w Unii Europejskiej preferencje dla europejskich sprzedawców,

mówimy tylko o równej konkurencji – żeby likwidować albo przynajmniej ograniczać te subsydia, które powodują, że firmy chińskie czy azjatyckie mają na starcie kompletnie inną pozycję wobec polskiego rynku.

Trzeci element, który jest chyba najbardziej problematyczny, ale kluczowy, to jest konsument. Oczywiście wszyscy mówimy o kwestiach cen, edukacji konsumenta odnośnie do ceny – to jest pewnie ważne, tylko obawiam się, to jest trochę walka z wiatrakami. Konsument i tak finalnie wybierze tańszy produkt i tłumaczenie mu, że powinien wybrać droższy produkt, bo będzie bardziej uczciwy wobec polskiego producenta... Możemy to robić, ale to nie przyniesie specjalnego efektu.

Kluczem moim zdaniem, bardzo istotnym elementem jest kwestia bezpieczeństwa konsumenta. To znaczy wszystkie badania pokazują, że produkty tych platform krajów trzecich w większości wypadków nie spełniają europejskich norm i standardów bezpieczeństwa. Już nie tylko chodzi o ekonomię i o to, ile zarobi europejski przedsiębiorca, sprzedawca – chodzi o bezpieczeństwo naszych konsumentów.

I to, o czym była mowa na posiedzeniu Komisji Cyfryzacji, o którym pani przewodnicząca wspomniała, to... Trudno wyobrazić sobie sprawny system sprawdzania bezpieczeństwa produktu, jeżeli w Polsce, w przypadku odzieży, mamy chyba jedno laboratorium, które sprawdza jakość i bezpieczeństwo produktu. Siłą rzeczy przy takiej liczbie przesylek nie sposób efektywnie dokonywać tejże kontroli. System kontroli bezpieczeństwa produktu musi być usprawniony, przyspieszony. Niezbędne jest bardzo sprawne egzekwowanie wycofywania tych produktów z rynku. Tylko i wyłącznie ten element może przekonać konsumenta do tego, żeby zrezygnował z zakupu podejrzanie taniego produktu, bo on może się okazać niebezpieczny dla jego życia czy zdrowia. Bez tych działań ze strony właśnie UOKiK, dofinansowania – i to bardzo szybkiego – systemu kontroli jakości i bezpieczeństwa produktów nie będziemy w stanie uszczelnić tego rynku bezpośrednio z punktu widzenia konsumenta w Polsce.

Kończąc, żeby nie przedłużać, ostatnia, generalna uwaga, bo wszystkie instytucje publiczne bardzo dużo mówiły o regulacjach – o projektowanych implementacjach aktów unijnych, o nowych propozycjach unijnych. Super, trzymam kciuki, żeby je sprawnie i szybko implementować, szybko i sprawnie tworzyć je w Europie, ale kluczem jest nie to, jaką regulację stworzymy, nawet najlepszą, tylko to, co z tego wynika w egzekucji. Co z tego, że mamy świetne regulacje dla przedsiębiorców, gdy platformy krajów trzecich nic sobie z tego nie robią? A my jako instytucje publiczne państwa polskiego nie jesteśmy w stanie skutecznie zweryfikować i wyeliminować z rynku produktów i sprzedawców, którzy omijają te regulacje i robią to w pełni świadomie.

To jest problem – egzekucja tych przepisów, a nie tworzenie nowych artykułów, nowych ustaw, nowych rozporządzeń. Bo stworzenie nawet tysiąca, jeżeli nie wyegzekwujemy... Owszem, europejscy przedsiębiorcy będą mieli jeszcze większy problem, bo muszą dopasowywać się i spełniać warunki, a chińscy sprzedawcy i tak mają, przepraszam, w głębokim poważaniu te przepisy i sprzedają jak leci ilości, które są zatrważające. To są miliardy przesylek w ciągu roku.

Liczę, że przy kolejnym posiedzeniu, pani przewodnicząca, spotkamy się i będziemy mogli powiedzieć, że odhaczamy – to zrobione, to zrobione, to zrobione, a nie tylko, że zgadzamy się ze sobą. Jednocześnie chylę czoła przed resortem rozwoju i technologii, bo naprawdę otwartość i partnerstwo w tym zakresie są godne podziwu, bardzo dziękujemy. Ale jednocześnie absolutnie prosimy o więcej.

Dziękuję.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Proszę, następna osoba.

Prezes zarządu Izby Gospodarki Elektronicznej Patrycja Sass-Staniszevska:

Patrycja Staniszevska, Izba Gospodarki Elektronicznej.

Pani przewodnicząca, szanowni państwo, mimo wszystko cieszę się z tego, że wreszcie jesteśmy wszyscy jednego zdania, ponieważ kampanię „Taki sam start”, dotyczącą równych praw konkurencyjnych przedsiębiorców azjatyckich i przedsiębiorców europejskich, prowadzimy od czterech lat i tak naprawdę wynik działań widać ewidentnie

w tym momencie. Zanim przejdę do tego tematu, chciałabym powiedzieć krótkie trzy zdania o rynku e-commerce.

Rynek handlu elektronicznego w Polsce... W najbliższych dwóch latach jego wartość będzie wynosić 190 mld zł, szanowni państwo. Z roku na rok rośnie ok. 20%, jednak w tym roku zauważyliśmy już spowolnienie rozwoju handlu elektronicznego. Branża e-commerce to 10% polskiego PKB i całości sprzedaży detalicznej. Te pieniądze wpływają od naszych przedsiębiorców do Skarbu Państwa. Co jest istotne w przypadku e-commerce? O e-commerce nie możemy myśleć jak o biznesie lokalnym, bo e-commerce nie zna granic. W związku z tym myśląc o e-commerce, trzeba myśleć o konkurencji globalnej, czyli o eksporcie internetowym.

Jeszcze cztery lata temu byliśmy na dalekim końcu, jeśli chodzi o eksport internetowy. W tym momencie 60% polskich przedsiębiorców eksportuje w internecie, a 20% myśli o dalszych działaniach. Natomiast jeżeli oni mają myśleć o tym poważnie, jeżeli mają osiągać sukces na rynkach międzynarodowych, to musimy doprowadzić do zdrowej konkurencji na rynku europejskim. To, co już wcześniej zostało powiedziane – konkurencja z Chin nie jest zdrowa i nie jest uczciwa pod względem podatków, pod względem celnym, pod względem kwestii implementacji dyrektywy Omnibus, pod względem respektowania praw konsumenckich i pod względem tego, co ty powiedziałeś, Michał, bezpieczeństwa konsumenta. Rodzice nie wiedzą, co kupują. Kupują namiętnie zabawki swoim dzieciom na platformach chińskich, nie wiedząc, że te produkty niejednokrotnie nie są certyfikowane. W związku z tym trzeba zwracać bardzo mocno uwagę na niebezpieczeństwo.

Jeszcze zanim przejdę do kwestii edukacyjnej, która, uważam, mimo wszystko jest ważna, to kwestia Chin. Pierwszy krok, jaki powinien zostać podjęty, to jest likwidacja progu 150 euro, ponieważ to naprawdę będzie fundamentalny krok dla równości konkurencyjnej przedsiębiorców unijnych. Ja już nawet nie mówię o przedsiębiorcach polskich, którzy oczywiście są częścią Unii Europejskiej, ale o przedsiębiorcach działających w Unii Europejskiej. Rozmowa na poziomie Parlamentu Europejskiego, bo to jest bardzo ważne, żebyśmy to podkreślili, że to może wejść dopiero w 2028 r. – szanowni państwo, nie wiem, czy polski e-commerce będzie jeszcze wówczas istniał. Naszą rolą jest przyspieszenie tego procesu, żeby jednak 2026 r. się zadział. To jest jedna rzecz.

Druga rzecz. Uważam, że edukacja jest ważna, jeżeli idzie spójnie z działaniami, o których mówimy. Nie jestem za tworzeniem nowej legislacji, ponieważ dobrze wiemy, z jakim szacunkiem podmioty z Azji traktują legislację unijną. W związku z tym potrzebna jest edukacja konsumenta, edukacja rodziców, edukacja w szkołach – to jest podstawa. I to jest to, co teraz m.in. ogłosił minister cyfryzacji, wicepremier Gawkowski. Jesteśmy zresztą w takiej grupie pracującej nad edukacją. Poza higieną korzystania z internetu ten element jest poruszany – bezpieczeństwo danych osobowych. Nikt nie wie, co się dzieje... Nie ma tu prezesa UODO, ale nikt nie wie.

Jeżeli zapytamy przeciętnego konsumenta – i to wynika z naszych raportów – co się dzieje z jego danymi osobowymi, gdy kupuje na platformach chińskich, to on jest przekonany, że to samo, co się dzieje, jak kupuje na platformach europejskich, więc tu jest ogromny proces edukacji. Ale to też jest rola zarówno państwa, jak i takich organizacji, jaką reprezentujemy. Dziękuję Federacji Konsumentów, bo prowadzimy fajną kampanię m.in. z PUODO, edukującą konsumentów również w tym zakresie.

Jeżeli chodzi jeszcze o kwestię nierównej konkurencji, w najbliższym czasie będziemy wydawali raport – w ciągu siedmiu dni – ile przedsiębiorcy polscy wydali na regulacje unijne, żeby dostosować się do wszystkich zmian. Będzie to z podziałem na małych, średnich i dużych przedsiębiorców. Z przyjemnością dostarczę ten raport. Obiecałam, że dostarczę go również posłom Parlamentu Europejskiego w wersji angielskiej, będzie dwujęzyczny, żeby pokazać tak naprawdę, co muszą zrobić przedsiębiorcy polscy, żeby dostosować się do zmian unijnych i ile ich to realnie kosztowało, na co oczywiście nie musiały wydatkować podmioty spoza Unii Europejskiej – mamy na myśli podmioty chińskie.

Proces jest złożony i przyznam szczerze, nie mamy czasu jako branża. Desperacko potrzebujemy wsparcia ze strony administracji rządowej w każdym możliwym aspekcie. Jako organizacje chętnie dokładamy się do wsparcia edukacyjnego konsumentów, bo wiemy, że handlu elektronicznego nie będzie bez konsumenta wyedukowanego i bez

konsumenta mającego zaufanie. Musimy jednak przede wszystkim zadbać o to, żeby ten handel elektroniczny nadal pozostał też handlem polskim czy europejskim, żeby nie został tak po prostu przekazany do Chin, bo wiemy, co się wydarzyło z innymi branżami, które niestety przegrały w potyczce z tym gigantem.

Na samym końcu trochę odbiegnę od tematu chińskiego, ponieważ Marianna wspomniała o wsparciu w cyfryzacji również małych i średnich przedsiębiorców. To jest fantastyczna inicjatywa. To jest też fantastyczny element „Strategii cyfryzacji Polski do 2035 r”. Wczoraj powołaliśmy grupę e-Izba Think Tank Cyfrowe MSP z udziałem przedstawicieli Ministerstwa Rozwoju i Technologii, a także Ministerstwa Cyfryzacji.

Pana, panie ministrze nie było, ale był państwa udział i materiały. Bo to jest ważne, że to, co powstanie od strony biznesu, to będzie realny wkład, również dla administracji rządowej, dotyczący tego, czego potrzebują MŚP. Chodzi o to, żeby obie strony po prostu się rozumiały. Dla mnie konkretna współpraca jest wówczas, kiedy obie strony wzajemnie się rozumieją i dostarczają sobie materiały, takie, które faktycznie służą budowaniu i rozwojowi branży.

Z mojej strony to wszystko. Mam nadzieję, że wspólnie zadbamy o polski e-commerce. Dziękuję.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Dziękuję bardzo.

Bardzo proszę po dwie minuty i tak w skrócie, żeby państwo oczywiście mogli się odnieść. Zgłaszał się pan przed tą panią, pan i pan w okularach. Mamy ustaloną kolejność? To proszę. Pani teraz.

Prezeska Federacji Konsumentów Monika Kosińska-Pyter:

Monika Kosińska, Federacja Konsumentów, prezeska. Przepraszam, że tak tyłem, ale nie wiem, jak to zrobić inaczej.

Proszę państwa, przede wszystkim bardzo doceniam, bardzo dziękuję, zarówno podkomisji, jak i administracji, w szczególności Ministerstwu Cyfryzacji i Ministerstwu Rozwoju i Technologii, oraz izbom za wkład – bardzo, bardzo dziękuję za wspieranie organizacji konsumenckich w momencie, kiedy rozmawiamy o rynku e-commerce i o konsumentach.

A ponieważ tak to doceniam, to proszę państwa, dostaniecie ode mnie prezent, chociaż nie chcielibyście go wcale. Jak obiecaliśmy już miesiąc temu, przeprowadziliśmy badania przesiewowe tego, co się znajduje w produktach sprowadzanych z Chin przez platformy sprzedażowe. Skoncentrowaliśmy się na biżuterii. Pokazuję tu – biżuteria jest blisko ciała i stąd wyrok padł na biżuterię oraz ubrania. Żeby nie namotała, mamy pierwsze wyniki z laboratorium. Przy dzisiejszej okazji będę dziękować Polskiemu Centrum Badań i Certyfikacji. To również instytucja, która po prostu podpisała z nami porozumienie o współpracy i bardzo nas wspiera, bo nie jest łatwo znaleźć laboratorium w Polsce, które w ogóle podjęłoby się tego zadania.

Przechodząc do rzeczy, w biżuterii i metalowych elementach ubrania stwierdzono obecność niklu i chromu. Oba metale mogą powodować alergie kontaktowe. W materiałach wykorzystywanych do produkcji obuwia pojawia się ołów – długotrwałe narażenie powoduje działanie neurotoksyczne. Zbadaliśmy też tak naprawdę drobny sprzęt elektroniczny, dokładnie rzecz biorąc, ładowarkę do telefonu. Nie jest zaskoczeniem obecność ołowiu i kadmu. Pamiętajmy, że sprzęt elektroniczny, oprócz zagrożenia w kontakcie, jaki ma konsument z pierwiastkami, to również po prostu zagrożenie środowiskowe, które sobie stwarzamy, sprowadzając w tak dużych ilościach sprzęt do Polski.

Proszę państwa, pozwolę sobie jeszcze dodać do tego wszystkiego jedno zdanie. Wiem, to nie jest miły prezent, ale wykonany, jak obiecano. Jedno zdanie – to nie jest tak, że mówimy o wszystkich konsumentach w Polsce, którzy kupują tylko i wyłącznie na Temu, Shein i innych platformach sprzedażowych z Chin. Rozwój tych platform powoduje niestety w obszarze e-commerce taką dwuścieżkowość dla konsumenta. Bo pamiętajmy, że są też konsumenci rozczarowani właśnie tym, że do Europy przyjeżdża ładowarka, która jest problemem środowiskowym. Oczywiście to nie jest większość konsumentów w Polsce czy w Europie, ale są to ci wyedukowani konsumenci, którzy podążają również za zmianami klimatycznymi i za działaniami, które mają przeciwdziałać.

To ci konsumenci, których wyedukowaliśmy, a teraz mówimy im, że ich działania w zasadzie są nieważne, bo wpuszczamy do Europy na masową skalę produkty tak naprawdę przez nas niechciane.

Z dobrych praktyk Federacji Konsumentów – nasze działania w obszarze platform chińskich nie odbyłyby się bez codziennej współpracy wszystkich organizacji konsumenckich Unii Europejskiej. Jeśli mogę podpowiadać dobre praktyki również dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który również jest członkiem sieci europejskiej – jeśli mówimy o globalnych zjawiskach, o DMA, o DSA, to generalnie można pracować w tym obszarze, dzieląc się zadaniami między poszczególnymi instytucjami z poszczególnych państw. Na naszej stronie dostępny jest raport DSA. On nie powstał tylko i wyłącznie naszymi rękami. On powstał dzięki temu, że pracowało nad nim 20 organizacji konsumenckich z różnych państw europejskich. Dziękuję.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Dobrze.

Następna osoba, która się zgłosiła. To chyba był pan.

Radca prawny w Biurze Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców Grzegorz Gontarz:

Dzień dobry. Grzegorz Gontarz, Biuro Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców.

Pozwoliłbym sobie może na dwie uwagi i pytanie. Nie wiem, czy niechcący nie w przesadnej mierze wybrzmiewa tu nieco lekceważący stosunek do klienta, czyli tej jego edukacji. Wydaje mi się, że niejeden konsument mógłby właściwie nas tu nauczyć, jak robić najkorzystniejsze zakupy. Nie wiem, czy to jest takie pole, na którym można jeszcze wiele zdziałać. Wydaje się, że najwięcej uwag napływających do rzecznika małych i średnich przedsiębiorców dotyczy właśnie konkurencji z przedsiębiorstwami azjatyckimi.

Padnie to retoryczne pytanie, bo ta konkurencja w żadnym punkcie nie jest równa czy sprawiedliwa. Tu będzie to pytanie – o ile słyszy się o jakichś karach nakładanych na firmy amerykańskie, spoza Unii Europejskiej, to nie wiem, czy ktoś z państwa wymieni jakąś karę nałożoną na przedsiębiorstwo, niech będzie, chińskie. Wypadałoby zapytać o przyczyny tego, że czegoś takiego nie ma. A z tego, co słyszymy, to firmy wskazują rynki azjatyckie jako takie, które najbardziej potrzebowałyby jakiegoś uregulowania.

Dziękuję bardzo.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Dziękuję bardzo.

Członek Forum Organizacji Konsumenckich Forkon Grzegorz Miś:

Dziękuję. Grzegorz Miś, powiatowy rzecznik konsumentów we Wrocławiu, Forum Organizacji Konsumenckich Forkon.

Króciutko chciałem uzupełnić kwestię zagrożeń, o których mówili przedstawiciele ministerstw i UOKiK. Mówimy o platformach typu Shein, typu Temu. Mam wrażenie, że w bardzo podobnym składzie widzieliśmy się całkiem niedawno na posiedzeniu Komisji Cyfryzacji i rozmawialiśmy o tym bardzo szczegółowo. Natomiast ja z trochę oślim uporem, przepraszam za kolokwializm, co do tego, co wymyka się w zasadzie wszystkim z punktu widzenia takiego centralnego oglądu... Chodzi o to, co swego czasu e-Izba nazwała pozornym *dropshippingiem*, a co my proponujemy nazywać *fakeshippingiem*, bo to z *dropshippingiem* nie ma nic wspólnego. Według badań, które mniej więcej od roku prowadzimy w ramach organizacji konsumenckich przy użyciu narzędzi internetowych – nie chcę rzucać cyframi – to może być w Polsce nawet do 10% rynku e-commerce.

Droży państwo, to są wielkie liczby sklepów internetowych, które na głównej stronie twierdzą, że są sklepami, ale jak już wejdziemy do regulaminu, czyli na koniec internetu, gdzie już nikt nie zagląda, to znajdziemy w którymś z zapisów, że to wcale nie jest sklep, że to jest pośrednik. To jest pośrednik, który wykorzystując dane osobowe, zamyka w imieniu klienta, tworzy konto klienta na azjatyckiej platformie. Konsument nawet o tym nie wie. Dowiaduje się... Często w ogóle się nie dowiaduje, bo nie popatrzy na to, kto jest nadawcą. Zamówi, poczeka, zapomni, dostanie za dwa, trzy tygodnie, bo jak dużo kupuje w sieci, to może mu to umknąć. Orientuje się ewentualnie, kiedy chce odstąpić od umowy bądź kiedy chce reklamować towar. Wtedy jest odsyłany do azjatyckiego

sprzedawcy – oczywiście dostaje nawet namiar na niego, tylko odesłanie towaru często jest dużo droższe niż sam towar.

Towary te absolutnie nie są przebadane, bo tego już nikt nie bada. Bo o ile jeszcze na Shein Federacja Konsumentów to zbadała, UOKiK też, jak mówił jego przedstawiciel na posiedzeniu Komisji Cyfryzacji – jest laboratorium i bada to na miarę swoich możliwości – o tyle przy tym *fakeshippingu* nie mamy takiej możliwości. To bardzo, ale to bardzo często są sklepy, które sprzedają rzeczy dla dzieci. Z naszego doświadczenia wynika, że to jest duża część, sprzedający właśnie tego typu towary to są sklepy sprzedające bieliznę – czyli znowu, coś, co ma bardzo bliski kontakt z ciałem i jest kompletnie nieprzebadane. Oczywiście elektronika, oczywiście biżuteria – te wszystkie rzeczy, które mają bliski kontakt z konsumentem. To jest rynek, który jest kompletnie niezbadany i w przypadku którego nawet bardzo świadomy konsument nie ma szans, żeby dowiedzieć się, że faktycznie ma z czymś takim do czynienia.

Oczywiście problemem trochę są też nasze sądy, które na to pozwalają. Mówię to z przykrością, ale widziałem wyroki, w których sąd pisał, że konsument... Sprawa dotyczyła sukienki za 40 zł, od razu zaznaczam. Sąd stwierdził, że konsument wchodząc do internetu, ma przecież pełną świadomość, że może zostać oszukany, więc musi przeczytać wszystkie zakładki na stronie internetowej. Były badania bodające Spider's Web, że przeczytanie regulaminu to jest średnio ok. 17–24 minut, podobnie polityki prywatności. Drodzy państwo, to jest absolutnie niemożliwe do zrobienia. To jest duże pole do popisu dla wszystkich interesariuszy rynku, żeby również ten element rynku wyłapać. Bo o ile Shein i Temu pewnie wcześniej czy później uda się jakoś poskromić, o tyle tych małych możemy mieć duży problem.

Chciałbym jeszcze zwrócić uwagę na to, co powiedziała pani dyrektor – mianowicie na kwestię danych osobowych. Drodzy państwo, z tego, co wychodzi z narzędzia, na którym pracujemy, problem wyprowadzania danych osobowych poza obszar EOG nie dotyczy tylko platform typu Shein i Temu. Dotyczy również niektórych sklepów działających w Polsce i konsumenci, bo to też sprawdziliśmy, nie są o tym informowani. Oczywiście można wyprowadzić dane na przykład do Kanady, to nie jest problem – o ile konsument o tym wie. Ale w momencie, kiedy te dane są wyprowadzane, a konsument o tym nie ma szansy się dowiedzieć, to już mamy potężny problem.

Niestety nasz internet jest teraz bardzo dziurawy. Nie obiecuję, jak Monika, że w ciągu miesiąca – myślę, że raczej w ciągu pół roku – przedstawimy pierwszy raport dotyczący tego, co faktycznie w tym internecie się dzieje i gdzie faktycznie są problemy. Natomiast widzimy, że problemy są naprawdę potężne. Proszę mi wierzyć, w przypadku Shein i Temu, jeżeli tam kupujemy, to przynajmniej wiemy, że kupujemy coś chińskiego. Jeżeli kupujemy poza tym, to trafiamy na pole minowe i tak naprawdę nie wiemy. Dziękuję serdecznie.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Jasne.

Jeszcze jeden pan się zgłosił, a potem oddałabym głos państwu, dobrze?

Dyrektor departamentu MRiT Marianna Sidoroff:

Mogę tylko ad vocem?

To proszę, jeżeli państwo wykonują jakiegokolwiek działania, proszę przekazywać, żeby takie kwestie dotyczące... Jeśli moje dane zostały wyprowadzone, to znaczy widzę, że te dane wyszły albo nie zostałem poinformowany – żeby to zgłaszać do PUODO. Bo PUODO ma bardzo mało zgłoszeń. W ogóle nie ma zgłoszeń takich osobowych.

Członek Forum Organizacji Konsumentek Forkon Grzegorz Miś:

Jak najbardziej. UODO będzie jednym z pierwszych urzędów, który dostanie zbiorczy raport na ten temat.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Super.

Proszę bardzo.

Pełnomocnik do spraw legislacji Izby Gospodarki Elektronicznej Witold Chomiczewski:

Bardzo dziękuję. Witold Chomiczewski, Izba Gospodarki Elektronicznej. W Izbie Gospodarki Elektronicznej odpowiadam za działania legislacyjne.

Proszę państwa, jeżeli miałbym nazwać problem czy największe wyzwanie e-commerce w najbliższych latach, to jest kwestia pozycji konkurencyjnej. Wiele o tym mówimy, ale powiedziałbym, że to spina wszystko jedną klamrą. Chciałbym też dodać jeszcze jedno dodatkowe zagadnienie.

Pozycja konkurencyjna na globalnym rynku e-handlu to jest tak naprawdę zderzenie pewnych filozofii i podejść państw albo organizacji. Bo jeżeli mówimy w kontekście Azji czy Chin, to musimy sobie zdać sprawę, że często jako unijne przedsiębiorstwa nie konkurujemy z konkretnym podmiotem, z konkretną spółką z Chin, tylko jakby z całym państwem chińskim, z pewną mechaniką i sposobem jego funkcjonowania.

Powiedziałem o tym podejściu i pewnych wartościach. Jeżeli spojrzymy do aktów założycielskich Unii Europejskiej, na czym jako Unia Europejska budujemy – budujemy na pewnych wartościach, jak chociażby wolny rynek, jak chociażby ochrona konkurencji, konsumentów, brak pomocy publicznej, oczywiście z pewnymi wyjątkami, ale jednak jako pewna zasada, ochrona naszej prywatności, ochrona podstawowych wolności. Często stoi to w opozycji do podejścia innych państw. Jeżeli teraz zetkniemy się z konkurencją w tzw. modelu *direct to consumer*... Polega ona na tym, że towary z platform chińskich, z platform azjatyckich są wysyłane bezpośrednio do konkretnych konsumentów, czyli w takim rozproszonym modelu. Nie mamy ścieżek, które mieliśmy w poprzednich modelach, gdzie był jeszcze importer, do którego spływał duży wolumen towarów, one były w jednym magazynie, można było przyjść i to skontrolować. Musimy pamiętać i zwrócić uwagę na to, że jeżeli jako Unia Europejska przez szczegółowe regulacje (powiem – bardzo dobrze), jak chociażby RODO, DSA, dyrektywa Omnibus czy cała ochrona konsumenta... Przecież tak naprawdę to jest realizacja ochrony wartości, na których chcemy budować nasze społeczeństwa, nasze funkcjonowanie.

Natomiast jeżeli będziemy zapominali o egzekwowaniu tych przepisów, które mamy, i doprowadzimy do sytuacji, że jeżeli ktoś wchodzi na nasz rynek, wchodzi też przez świat online, czyli niekoniecznie przez to... To jest ta zmiana podejścia – on nie musi mieć tutaj magazynu, nie musi mieć tutaj przedstawicielstwa, ale nakierowuje swoje działanie na nasz rynek. Musimy mieć realne narzędzia, żeby od niego wyegzekwować przestrzeganie naszych reguł, bo inaczej, proszę państwa, gramy w tę samą grę, ale na różnych zasadach i to się bardzo źle skończy dla nas, dla naszej gospodarki, dla rozwoju e-commerce. To już jest w tej chwili widoczne w danych.

To, co bardzo chciałbym zaakcentować – w ostatnich latach, powiedziałbym, że od czasu RODO, mamy naprawdę wiele bardzo dużych regulacji, które dotyczą e-handlu i które są związane z istotnymi kosztami po stronie przedsiębiorców, po stronie ich wdrożenia. W wielu przypadkach dotyczą też konieczności zmian w systemach teleinformatycznych, a to jest duży koszt i bardzo duże przedsięwzięcie. Często jeżeli mamy dwutygodniowe *vacatio legis*, nie jesteśmy w stanie tego zrobić, a przedsiębiorstwa często czekają do zakończenia procesu legislacyjnego, bo coś może się jeszcze zmienić i potem trzeba te systemy znowu przedstawiać.

To nie sprowadza się bowiem do tego, powiedziałbym bardzo upraszczając, że coś zmienimy w regulaminie. Musimy zmienić system teleinformatyczny, czyli to jest koszt. Potem musimy utrzymać tę regulację. Jeżeli druga strona tego nie robi, to jest znowu bardzo duża wyrwa kosztowa, którą, tak jak pani prezes mówiła, zilustrujemy konkretnymi danymi. Natomiast byłbym ostrożny, czy rzeczywiście analizować pod kątem celowości i potrzeby każdą nową regulację, bo dopóki nie uszczelnimy egzekwowania, każda kolejna regulacja w pewnym sensie pogłębia ten stan, w którym się aktualnie znajdujemy – a chcemy z niego wyjść.

W Izbie Gospodarki Elektronicznej uważamy też, że bez dofinansowania i zwiększenia budżetu prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych czy prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej, który będzie też odpowiedzialny za kwestie związane z DSA i egzekwowaniem tych przepisów, kwestie nakierowane na rozwój egzekwowania i monitorowania wykonywania przepisów przez

podmioty z państw trzecich, to, proszę państwa, nie rozwiążemy tego problemu, który mamy w tej chwili. Myślę, że na tym powinniśmy się skupić i na identyfikowaniu problemów, które mamy chociażby w RODO. Bo RODO przecież rozszerza zakres terytorialny swojego zastosowania czy swoje zastosowanie też na podmioty, które nakierowują swoje działania na Unię Europejską i przetwarzają nasze dane, nawet jeżeli nie mają tu siedziby. Natomiast cała procedura i wymiana informacji, decyzja, który organ, z którego państwa członkowskiego będzie prowadził dane postępowanie, czasem jest dość problematyczna i czasochłonna, a tego czasu nie ma, bo ten podmiot równie dobrze może zniknąć i może pojawić się w jego miejsce kolejny, co uruchamia cały mechanizm jakby od początku.

Chciałbym, żeby w dzisiejszej dyskusji wybrzmiała kwestia inwestowania i stwarzania warunków do inwestycji w nowe technologie. Mówimy w tej chwili też dużo o sztucznej inteligencji. To jest bardzo ważny temat, ale mówimy też o funduszu sztucznej inteligencji w Polsce, który ma być z założenia przeznaczony m.in. na animowanie rozwoju tej technologii. Chciałbym bardzo zaapelować o to, by środki, by fundusze, które można przeznaczyć na rozwój polskich narzędzi opartych na sztucznej inteligencji albo innych nowatorskich technologiach, były naprawdę wyższe. Kwoty, które przewijają się w tej chwili w materiałach prasowych, oczywiście, są wysokie, ale jeżeli zestawimy je chociażby z chińskimi inwestycjami w sztuczną inteligencję, to jest to kropla w morzu potrzeb. A to jest o tyle ważne, że jeżeli nie rozwiniemy swoich technologii, to będziemy musieli te technologie nabywać, licencjonować na zewnątrz i utkniemy w czymś, co możemy nazwać pułapką średniego wzrostu. Zwłaszcza że jako Polska tracimy przewagę konkurencyjną, na której kiedyś zasadzaliśmy naszą produkcję i niższe koszty pracy. Jeżeli chcemy pójść krok dalej, musimy inwestować w innowacje. Dziękuję bardzo.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Dziękuję bardzo.

Z mojej strony dodam tylko, że nie ma czegoś takiego jak rynek, jeżeli nie jesteśmy w stanie skutecznie egzekwować prawa. Mamy czas globalizacji. Troszkę sobie na własne życzenie i nieraz na życzenie przedsiębiorców, którzy widzieli rynek chiński czy rynek azjatycki... Widzieli, jaki tam jest rynek zbytu, często dążyli do tego, żeby ta współpraca była bliższa. Jednak żeby skutecznie egzekwować prawo, trzeba mieć silne instytucje państwowe, które są w stanie to robić. A wymagamy też od państwa chińskiego, to znaczy od państwa komunistycznego, żeby ono nas... Z natury ich instytucje nie będą skutecznie egzekwować prawa, szczególnie skutecznie egzekwować prawa dla Unii Europejskiej czy Stanów Zjednoczonych.

To oczywiście nie jest problem tylko i wyłącznie podmiotów azjatyckich – podmioty azjatyckie są najbardziej widoczne, bo wiemy dokładnie, jakie mechanizmy działają i są w stanie konkurować ceną. Natomiast nie jest fizycznie możliwe egzekwowanie prawa od firm, które są na terenie na przykład Chin. Stąd wynikają problemy i stąd też wynikają nowe przepisy. Jeżeli mamy wprowadzać następne przepisy, których nie będziemy w stanie skutecznie egzekwować... Tak, jak pani dyrektor powiedziała, Temu nawet nie raczyło odpowiedzieć na wezwanie. To musimy je wymyślić.

To byłaby moja konkluzja i bardzo proszę teraz państwa z ministerstw o odniesienie się do tego, co było zgłaszane przez stronę społeczną. Kto zacząłby?

Dyrektor departamentu MRiT Marianna Sidoroff:

Ja. Prezesa Kanownika już nie ma, więc...

Też jestem człowiekiem konkretem i też uważam, że po tych dwóch spotkaniach, które mieliśmy ze wszystkimi instytucjami, wydaje się, że szukamy takich działań, które pomogą tę sytuację... Chodzi o to, żeby przyspieszyć działania – nie chodzi tylko o regulacje unijne, ale również o to, żeby znaleźć to, co jeszcze możemy zrobić w Polsce. Dlatego tak mocno przypominam o tym PUODO, przypominam o tym, żeby UOKiK wziął pod uwagę analizy, które zostały wykonane w kontekście bezpieczeństwa produktów. Ale też patrzę na kolegów z Ministerstwa Finansów, bo tam są dane i tam jest możliwość zanalizowania bądź takiego globalnego podejścia do tego, co wpływa do Polski. Gwarantuję, że Ministerstwo Rozwoju i Technologii będzie o to dopytywać.

Odnosnie do tego, co mówiła pani prezes – dla nas eksport internetowy jest ogromnie ważny z uwagi na to, jakie to są statystyki, ale też, dlatego że polski rynek jest dla niektórych przedsiębiorców polskich już po prostu za mały. Po to mamy też cały rynek unijny, żeby polscy przedsiębiorcy wzrastali, wychodząc poza granice polski, na rynek europejski, ale też na rynek światowy. To nam bardzo leży na sercu, dlatego Polska wypowiadała się też na temat 150 euro, to jest superistotne.

Odnosnie do pytania pana z Biura Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców – trudno mi odpowiedzieć, przekażę głos na przykład do UOKiK.

Odnosnie *fakeshippingu* – bardzo jestem ciekawa wyników badania i prośba o zastanowienie się, w jaki sposób instytucje mogą oddziaływać. Rozumiem linię sądu, że konsument wchodzi do internetu, to powinien wiedzieć, ale za długo zajmuję się technologiami, żeby żeby ktokolwiek mógł powiedzieć, że zwykły użytkownik czyta miliony *terms and conditions*. Oczywiście, zgadzam się, że w *terms and conditions* powinno być wpisane to, co jest w przepisach prawa, więc taki komentarz na szybko.

Jesteśmy też bardzo otwarci, nieraz się spotykamy, na pewno nas znacie. Jeżeli będą jakiegokolwiek działania, które powinniśmy podjąć, które państwo... Zgadzamy się, tak, rzeczywiście, całkowicie się zgadzam, ale też szukamy takich konkretnych działań, takich wskazanych z imienia i nazwiska, które moglibyśmy jeszcze wykonywać.

Takie *ad vocem*. Dziękuję.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Proszę bardzo.

Zastępca dyrektora departamentu UOKiK Sylwia Żyrek:

Ja z kolei odniosę się do kwestii *enforcement* wobec spółek z państw trzecich, dlatego że my również widzimy problem. Trudno tego problemu nie zauważyć, prawda?

Prowadzimy postępowania wyjaśniające wobec Temu i Shein. Temu ma już nawet zarzuty dotyczące po pierwsze tego, że nie informuje prawidłowo o tym, czy po drugiej stronie jest przedsiębiorca. Zarzuty obejmują też kwestię przycisku – tego, że on nie informuje o zamówieniu z obowiązkiem zapłaty. Dalszej analizie w postępowaniu wyjaśniającym w stosunku do obu tych spółek są kwestie związane z *dark patterns*, z kwestiami opinii dotyczącymi produktów i z zagadnieniami łączącymi się z *greenwashing*. Poza tym współpracujemy z Komisją Europejską w ramach *joint action* wobec Temu, tak że działamy też na poziomie ponadnarodowym, chociaż wydaje nam się, że na naszym krajowym podwórku działa to jednak trochę szybciej.

Jeżeli chodzi jeszcze o kwestie *enforcement*, widzimy oczywiście problemy dotyczące bezpieczeństwa produktów. Zdarzało nam się zwracać na przykład do AliExpress o to, aby usunęli aukcje produktów zakazanych w Unii Europejskiej, i odpowiadali nam. Zapomniałam też powiedzieć właśnie, że tak jak MRiT... Mówicie, że nie odpowiadają – nam w ramach obu tych postępowań odpowiadają obie te spółki.

Wiemy, że jest wiele do zrobienia i dziękuję za te wszystkie głosy, które dzisiaj usłyszałam, bo one tylko pokazują, że te działania powinny być kontynuowane. Jedna rzecz, która jeszcze przychodzi mi na szybko do głowy, bo usłyszałam od MRiT, że jest mało zgłoszeń do PUODO. Do nas też jest mało sygnałów konsumenckich.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Panowie z Ministerstwa Finansów.

Zastępca dyrektora departamentu MF Robert Michalski:

Pani przewodnicząca, szanowni państwo, nie mogę mówić o konkretnych. Nie będę mówił o konkretnych podmiotach, bo ogranicza nas tajemnica skarbową. Ale proszę mi wierzyć, że Ministerstwo Finansów podejmuje działania w tym obszarze – stałe.

Jednocześnie pani dyrektor mówiła, że potrzebujemy konkretów. Tym konkretem, jak powiedziałem, jest wdrożenie ustawy o zmianie ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, która wdroży art. 9 i art. 10 rozporządzenia DSA. Jeżeli chcemy mówić o egzekucji tego, o czym my wiemy, to ja potrzebuję narzędzia. Tym narzędziem jest zmiana tej ustawy, ponieważ tam są takie narzędzia, które w naszej ocenie pozwolą nam szybciej i sprawniej reagować, być proaktywnym, wyprzedzającym, a nie nastawionym

na działania *ex post*. One są kontrproduktywne w naszych działaniach i wiemy o tym. Cały ten rynek mamy rozpoznany.

Pan bardzo fajnie mówił o narzędziach jednego czy drugiego państwa. Nasze narzędzia i nasze możliwości, nasz sposób postrzegania jest zupełnie inny niż to, co robią podmioty z państw trzecich – tak to nazywam, żeby zachować pewne reguły. Jeżeli będziemy podchodzić do tego nadal standardowo, ale w granicach prawa, to w takim przypadku będziemy na przegranej pozycji. Nasza szklanka musi być do połowy pełna. W związku z tym bez realnych narzędzi – prawnych, szybkich, odformalizowanych – nie jesteśmy w stanie tak szybko reagować na to, co dzieje się w tym obszarze. To jest dla nas kluczowa rzecz.

Tak jak powiedziałem, nie tylko badamy, ale mamy wiedzę na temat tego rynku. Ostatnio otrzymaliśmy informacje, że podmioty wystawiają faktury, które nie mają żadnego odzwierciedlenia, włączają w to polskie podmioty, wystawiają paragony, które nie są paragonami, bo klient polski oczekuje jakiegoś zabezpieczenia. To są wszystko takie rzeczy, które nam, w cudzysłowie, nie mieszczą się w głowie, a tam one powstają. Nasze standardowe myślenie – europejskie, prounijne, legalne działania po prostu... Nasze działania muszą być legalne, ale muszą wychodzić ponad nasz standard patrzenia.

Tak jak powiedziałem, jeżeli mamy coś zrobić i mamy robić to skutecznie, to z narzędziami natury prawnej, które nadążają za tym, co się w tym dzieje. Nawet z tym, co już mamy, naprawdę możemy zrobić... Tylko prosba o jak najszybsze wdrożenie DSA.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Dobrze.

Dziękuję bardzo, dziękuję.

Zastępca dyrektora departamentu MF Robert Michalski:

Tak, ale DSA u źródła – jako DSA.

Przewodnicząca poseł Weronika Smarduch (KO):

Dziękuję również przedstawicielom ministerstw i UOKiK, bo to jest bardzo ważne.

Oczywiście oferuję swoje wsparcie, jeżeli chodzi o proces legislacyjny. Globalizacja powoduje, że urzędy muszą mieć rozszerzane kompetencje, muszą mieć rozszerzane narzędzia, ponieważ tych problemów jest po prostu coraz więcej, więc w 100% zgadzam się również z Ministerstwem Finansów, że żeby skutecznie egzekwować prawo, muszą mieć odpowiednie kompetencje. I żeby UOKiK mógł skutecznie realizować swoje zadania, też na pewno przydałby się większy budżet.

Mam nadzieję, że uda się zrobić z tego jakieś podsumowanie. Oczywiście poinformujemy odpowiednie osoby. Myślę, że spotkamy się za pół roku czy za rok i zobaczymy, czy coś udało się zmienić w tym zakresie. Chociaż myślę, że akurat dużo uda się zrobić w ciągu tego roku, bo ministerstwa naprawdę idą w dobrym kierunku i reagują na to, co się dzieje.

Zatem dziękuję bardzo wszystkim uczestnikom posiedzenia podkomisji. Zamykam posiedzenie podkomisji i do zobaczenia, do usłyszenia.