



**Pan**  
**Andrzej Domański**  
**Minister Finansów**  
ul. Świętokrzyska 12  
00-916 Warszawa

działając na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. o Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców<sup>1</sup>, uprzejmie informuję o wystąpieniu utrudnień w zakresie wykonywania działalności gospodarczej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, związanych z zaburzeniem zasad uczciwej konkurencji na tzw. rynku e-commerce w wyniku prowadzonej na tym rynku działalności podmiotów spoza Unii Europejskiej, w tym w szczególności z Chin.

Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców<sup>2</sup> otrzymuje niepokojące sygnały o długotrwale utrzymujących się nieprawidłowościach w sektorze e-commerce polegających na oferowaniu na polskim i unijnym rynku za pośrednictwem azjatyckich internetowych platform sprzedażowych produktów, w tym m.in. zabawek dla dzieci, z naruszeniem nie tylko zasad uczciwej konkurencji, ale także obowiązujących wymogów dotyczących bezpieczeństwa i jakości produktów przeznaczonych dla konsumentów.

Z prowadzonych przez Rzecznika rozmów z przedstawicielami środowiska przedsiębiorców wynika, że w okresie ostatnich kilku lat doszło do znacznego wzrostu dokonywanych przez konsumentów przy pomocy powyższych platform internetowych zakupów towarów wyprodukowanych poza Unią Europejską, co jest skutkiem m.in. uwarunkowań pozwalających pozaeuropejskim eksporterom na uzyskanie przewagi cenowej w sposób godzący w zasady uczciwej konkurencji.

<sup>1</sup> T. j. Dz. U. z 2023 r. poz. 1668, dalej: „ustawa o Rzeczniku MŚP”.

<sup>2</sup> Dalej także: „Rzecznik”.



Zauważyć należy, że przesyłki towarów importowanych na obszar Unii Europejskiej są zwolnione z należności celnych, jeżeli ich wartość nie przekracza kwoty 150 euro. Co więcej, towary te są często oferowane za niższe ceny niż ich odpowiedniki wyprodukowane przez lokalnych producentów, m.in. ze względu na nieprzestrzeganie przy ich produkcji obowiązujących w Unii Europejskiej standardów bezpieczeństwa i jakości. Z otrzymywanych przez Rzecznika sygnałów wynika, że obejście tych wymogów jest stosunkowo łatwe w przypadku sprzedaży dokonywanych bezpośrednio z państwa trzeciego do konsumenta, co skutkuje występującymi na masową skalę nieprawidłowościami w sektorze e-commerce.

Powyższy problem jest coraz częściej podnoszony przez przedstawicieli środowiska przedsiębiorców, jak i organizacji konsumenckich, jednak do tej pory nie wprowadzono rozwiązań, zarówno krajowych, jak i europejskich, które pozwoliłyby na skuteczne przeciwdziałanie dostrzeganym dotychczas nadużyciom.

Tytułem przykładu należy wskazać w tym miejscu na opublikowany niedawno komentarz Związku Przedsiębiorców i Pracodawców w sprawie potrzeby regulacji chińskich platform e-commerce oraz List otwarty polskich przedsiębiorców związanych z branżą zabawek i artykułów dziecięcych, których kopie przekazuję w załączeniu. W treści tych dokumentów opisano w sposób szczegółowy zachodzące obecnie na rynku e-commerce nieprawidłowości i okoliczności ułatwiające pozaunijnym eksporterom zdobycie przewagi konkurencyjnej nad polskimi producentami. Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców popiera wyrażony w tych wystąpieniach postulat podjęcia pilnych działań niezbędnych do zapewnienia przestrzegania zasady uczciwej konkurencji i skutecznej ochrony praw oraz słusznym interesów przedsiębiorców.

Należy przy tym zaznaczyć, że Rzecznik dostrzega podejmowane w ostatnim czasie działania władzy publicznej mające na celu przeciwdziałanie przywołanym wyżej nieprawidłowościom, takie jak interwencje u podmiotów prowadzących internetowe platformy sprzedażowe<sup>3</sup>, czy zainicjowanie prac nad projektami aktów normatywnych mających na celu

<sup>3</sup> Zob. komunikat Ministerstwa Rozwoju i Technologii „W trosce o polskich konsumentów” z dnia 28.05.2024 r. <https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologie/w-trosce-o-polskich-konsumentow> (dostęp: 01.10.2024 r.).





usprawnienie systemu ochrony konkurencji i konsumentów. Niezależnie od generalnego poparcia dla kierunku podejmowanych w tym zakresie działań, Rzecznik apeluje o przyspieszenie i zintensyfikowanie tych działań, tak aby przedmiotowe utrudnienia zostały wyeliminowane zanim doprowadzą do nieodwracalnych zmian na rynku.

Jednocześnie, działając na podstawie art. 11 ust. 1 i art. 12 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o Rzeczniku MŚP, zwracam się z uprzejmą prośbą o udzielenie aktualnej informacji o planowanych i obecnie realizowanych przez Ministerstwo Finansów działań na rzecz przeciwdziałania nieprawidłowościom w działalności handlowej prowadzonej za pośrednictwem internetowych platform sprzedażowych. Proszę także o wskazanie, czy przedstawiciele Ministra Finansów lub innych członków Rady Ministrów biorą udział w pracach nad usprawnieniem przepisów prawa Unii Europejskiej dotyczących ochrony konkurencji i funkcjonowania rynku e-commerce, a jeśli tak, to jaki jest obecny stan prac nad zmianami w tym zakresie.

Informuję przy tym, że Rzecznik wystąpił o udzielenie wyjaśnień w przedmiocie opisanych wyżej utrudnień także do Ministra Rozwoju i Technologii.

  
Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców  
r. pr. Agnieszka Majewska

**Załączniki:**

- 1) Komentarz Związku Przedsiębiorców i Pracodawców w sprawie potrzeby regulacji chińskich platform e-commerce;
- 2) List otwarty polskich przedsiębiorców związanych z branżą zabawek i artykułów dziecięcych do organów władzy państwowej i unijnej, opinii publicznej oraz mediów.

## Komentarz ZPP w sprawie potrzeby regulacji chińskich platform e-commerce

- Dynamiczny rozwój nowych technologii oraz powszechny dostęp do internetu przyczyniły się do wzrostu sprzedaży w kanale cyfrowym. W efekcie platformy e-commerce typu marketplace odgrywają coraz większą rolę w rozwoju gospodarczym.
- Potwierdzają to dane. Odsetek polskich internautów, którzy kupują online stale rośnie – obecnie wynosi on 79 proc, a zdaniem ekspertów do 2027 roku wartość rynku e-commerce nad Wisłą zwiększy się o ponad 94 mld zł do 187 mld zł.
- W ostatnich latach na europejskim rynku e-commerce popularność zyskują chińskie firmy, które wykorzystują luki w unijnym prawie, co uderza w interesy lokalnych graczy i łamie zasady uczciwej konkurencji. Problem dostrzega Komisja Europejska, która zapowiedziała zniesienie progu 150 euro, poniżej którego zakupy spoza UE są zwolnione z cła.
- Ministerstwo Rozwoju i Technologii podąża za KE – w wykazie prac rządu znalazła się już ustawa dotycząca rozporządzenia o subsydiach zagranicznych oraz ustawa o organach nadzoru rynku.
- Dodatkowo minister finansów Andrzej Domański informował, że Ministerstwo Finansów przygotowuje plan działania dotyczący ograniczenia potencjalnej, nieuczciwej konkurencji ze strony zagranicznych platform handlu w internecie.
- Środowiska biznesowe od miesięcy postulują wzmocnienie skuteczności egzekwowania przepisów wobec przedsiębiorców spoza UE, zarówno na poziomie UE jak i krajowym. Duże nadzieje pokładane są w implementowanych właśnie przepisach rozporządzeń CPC oraz GPSR (dot. bezpieczeństwa produktów).
- Związek Przedsiębiorców i Pracodawców popiera wszelkie inicjatywy wspierające walkę z nieuczciwą konkurencją oraz ujednolicające przepisy dla spółek, które funkcjonują w Unii Europejskiej.

Sektor e-commerce od lat jest jednym z motorów napędowych gospodarki. Rozwój nowych technologii – a w ostatnich latach przede wszystkim pandemia COVID-19 – na stałe zmieniły



nawyki konsumentów. Lockdown oraz ograniczenia w dostępie do stacjonarnych sklepów sprawiły, że zakupy online dla wielu stały się jedyną możliwością zaspokojenia potrzeb. Choć okres pandemii jest już tylko wspomnieniem, przyzwyczajenia wyrobione w tym czasie pozostały. Dziś zakupy online to nie tylko trend, ale często pierwszy wybór konsumentów. Na platformach e-commerce typu marketplace dokonywanych jest prawie 35 proc. globalnych zakupów online, a według wyliczeń ChannelIX w 2027 r. będzie to już 60 proc. ogółu e-handlu<sup>1</sup>. Polacy również pokochali zakupy online – jak pokazuje raport IAB Polska, odsetek internautów, którzy wybierają zakupy online rośnie – obecnie wynosi on 79 proc<sup>2</sup>.

Na polskich stronach zakupy robi 75 proc. konsumentów, a 30 proc. z nich wybiera portale zagraniczne. Coraz częściej są to azjatyckie platformy zakupowe, takie jak AliExpress, Temu czy Shein, które w ostatnich latach skupiają się na ekspansji europejskiego rynku e-commerce. Chińscy eksporterzy oferują swoje produkty europejskim klientom za pośrednictwem chińskich, jak i zachodnich platform e-commerce, a także własnych sklepów internetowych<sup>3</sup>. Jak wynika z danych Statisty w 2023 roku w państwach UE oraz w Wielkiej Brytanii udział konsumentów, którzy dokonali zakupów w handlu elektronicznym od chińskich sprzedawców, wynosił 40 proc. lub więcej<sup>4</sup>.

Rosnąca popularność zakupów w chińskich sklepach stawia przed lokalnym e-commerce liczne wyzwania, nie ograniczające się jedynie do konkurencji cenowej i nielegalnego kopiowania produktów. Działalność chińskich firm budzi liczne kontrowersje, w tym zarzuty dotyczące metod i zakresu zbierania danych osobowych oraz ich późniejszego wykorzystywania, bezpieczeństwa produktów oferowanych europejskim konsumentom, metod reklamowania oraz stosowania nieuczciwych praktyk konkurencyjnych, które negatywnie wpływają na firmy działające w Unii Europejskiej.

### Chińskie wsparcie dla eksportu w e-commerce

Rosnąca dominacja chińskich firm, to problem systemowy i nie jest efektem wyłącznie słabych, niewystarczająco egzekwowanych regulacji obowiązujących na terenie Unii Europejskiej. Jak wynika z raportu e-Izby od czasu pandemii COVID-19 chińska gospodarka

<sup>1</sup><https://ksiegowosc.infor.pl/obrot-gospodarczy/dzialalnosc-gospodarcza/6630610,chinskie-platformy-marketplace-podbijaja-europejski-rynek-i-logistyke-ecommerce-jakie-skutki-w-europie-i-polsce.html>

<sup>2</sup> <https://www.iab.org.pl/aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2023/>

<sup>3</sup><https://www.stockwatch.pl/wiadomosci/europejskie-sklepy-internetowe-skarza-sie-na-nieuczciwa-konkurencje-z-chin,sektor-handel-i-konsumpcja,328693>

<sup>4</sup>Ididem



wyraźnie spowolniła, a kierownictwo KPCh podjęło działania mające na celu pobudzenie. Wzrost eksportu został uznany za jeden z efektywnych sposobów na szybkie złagodzenie trudnej sytuacji ekonomicznej<sup>5</sup>. Ze względu na dynamiczny wzrost wartości eksportu w modelu e-commerce w poprzednich latach, uznano go za odpowiednie narzędzie do zwiększenia zagranicznej ekspansji chińskich firm. Od 2020 roku chińskie władze zintensyfikowały wdrażanie środków wspierających eksport w e-commerce, takich jak dotacje, subsydia i inne formy wsparcia finansowego na każdym etapie produkcji czy też wysyłki towarów, rozwój infrastruktury oraz korzystne regulacje prawne.

Chińskie władze były na to przygotowane – już na długo przed pandemią COVID-19 udzielały wsparcia przedsiębiorstw działającym w modelu e-commerce, pomagając im uzyskać przewagę nad zagranicznymi firmami. Chińska gospodarka jest kontrolowana przez rząd i podporządkowana celom politycznym KPCh, sterowana za pomocą planów gospodarczych i regulacji prawnych<sup>6</sup>. Wytyczne i regulacje ogłaszane na poziomie centralnym lub regionalnym często zawierają ogólne przepisy, które nakazują lokalnym władzom wdrażanie konkretnych środków wspierających ekspansję chińskich przedsiębiorstw. Plany na wyższych szczeblach określają cele, środki, branże do wsparcia oraz organy odpowiedzialne za realizację zadań. Na przykład, plan wsparcia rozwoju handlu e-commerce w prowincji Jiangsu zakłada, że do końca 2025 roku powstanie 120 parków produkcyjnych, a co najmniej 600 firm osiągnie wysoką konkurencyjność na rynkach zagranicznych. Plan przewiduje również utworzenie 100 silnych marek i 100 zagranicznych magazynów przez firmy z Jiangsu. Podobnie, prowincja Guangdong planuje utworzenie 30 parków przemysłowych, w których będzie zarejestrowanych ponad 100 tys. przedsiębiorstw eksportowych.

Jednym z kluczowych elementów wsparcia dla e-commerce są pilotażowe strefy handlu transgranicznego. Ich liczba dynamicznie wzrosła, a pod koniec 2022 roku mogło być ich już nawet 165. Te strefy oferują korzystne rozwiązania celne, podatkowe, logistyczne oraz wsparcie finansowe. W Chinach działa 386 parków przemysłowych skupiających przedsiębiorstwa e-commerce, w których zarejestrowanych jest około 60 tys. firm. Preferencje podatkowe i dotacje wspierają głównie eksport. Przedsiębiorstwa prowadzące detaliczną sprzedaż eksportową są zwolnione z VAT i podatku konsumpcyjnego, a także

<sup>5</sup> <https://drive.google.com/drive/folders/1uJGBr0-JRD8cL-6Nfssc4fS-QNarn3oe>

<sup>6</sup> Ibidem



mogą korzystać z preferencyjnej stawki CIT w wysokości 4%. Dodatkowo, firmy mogą liczyć na wsparcie w postaci preferencyjnych ubezpieczeń inwestycji zagranicznych i kredytów eksportowych udzielanych przez Sinosure.

Infrastruktura logistyczna jest kluczowym elementem wspierającym ekspansję chińskiego e-commerce. Chińskie firmy zakładają zagraniczne magazyny, co skraca czas realizacji zamówień i ułatwia formalności celne. Subsydia są jednym z głównych środków wsparcia, np. miasto Harbin oferuje dotacje do 50 proc. kosztów założenia magazynu, a miasto Xiamen - 2 mln RMB na nowo zakładany magazyn. Dotacje dla transportu kolejowego do Europy również wspierają ekspansję chińskiego e-commerce. Koszt wysyłki jest utrzymywany na niskim poziomie dzięki dopłatom, np. Chongqing przeznaczał 800 mln RMB rocznie na wsparcie transportu kolejowego, a Jiangsu - 160 mln RMB rocznie<sup>7</sup>.

Sukces pokazują dane. Według Reutersa chińskie firmy fast fashion, takie jak Temu i Shein, odpowiadają obecnie za około połowę transgranicznego e-handlu Chin, a cały cross-border e-commerce z tego kraju zajmuje około jedną trzecią globalnej pojemności przewozowej w transporcie lotniczym na długich dystansach. Te dwie platformy wysyłają do USA prawie 600 tys. paczek dziennie, co w hubach lotniczych, takich jak Guangzhou i Hong Kong, prowadzi do braku rozróżnienia między operacjami w szczycie i poza szczytem przewozów. W rezultacie coraz częściej pojawiają się problemy z przepustowością, co podnosi stawki transportowe<sup>8</sup>.

Dane Chińskiego Ministerstwa Handlu pokazują, że eksport z trzech głównych chińskich platform marketplace na lotniskach w Szanghaju wzrósł dziesięciokrotnie w 2023 roku w porównaniu do 2022 roku. Dodatkowo Cargo Facts Consulting podaje, że Temu wysyła 4 tys. ton ładunków lotniczych dziennie, Shein 5 tys. ton, Alibaba 1 tys. ton, a TikTok 800 ton. To łącznie odpowiada 108 frachtowcom Boeing 777 startującym z Chin każdego dnia. Coresight Research wylicza, że Shein, odpowiadając za około 20 proc. globalnego rynku fast fashion pod względem wartości sprzedaży, generuje tak duże zapotrzebowanie na zdolności przewozowe, że ogranicza miejsce dla innych sektorów korzystających z frachtowców. Dodatkowo sytuację pogarsza utrzymująca się blokada Morza Czerwonego.

<sup>7</sup> Ibidem

<sup>8</sup><https://ksiegowosc.infor.pl/obrot-gospodarczy/dzialalnosc-gospodarcza/6630610,chinskie-platformy-marketplace-podbijaja-europejski-rynek-i-logistyke-ecommerce-jakie-skutki-w-europie-i-polsce.html>



## Chińskie platformy na celowniku Unii Europejskiej

Komisja Europejska dostrzega problem azjatyckiej dominacji w sektorze e-commerce i zapowiedziała, że pierwszym elementem szerszych kontroli chińskich firm handlujących przez internet będą nowe regulacje. Chińskie firmy wykorzystują możliwość sprzedawania towarów o wartości do 150 euro bez konieczności płacenia cła, wprowadzając je na rynek Unii Europejskiej jako osoby prywatne, a nie jako firmy. W 2022 roku Temu i Shein zapłaciły w Unii Europejskiej łącznie \$0 opłat celnych.

Taka forma sprzedaży internetowej utrudnia organom takim jak służba celna, czy UOKiK kontrolowanie jakości importowanych produktów, w tym ich bezpieczeństwa, zwłaszcza w przypadku towarów dla dzieci. Dzięki temu chińska platforma sprzedażowa Temu zdobyła wiele rynków europejskich w ciągu zaledwie pół roku, co w przypadku innych firm e-commerce byłoby niemożliwe. Jak podaje Rzeczpospolita w 2023 r. do UE trafiło 2,3 mld artykułów poniżej progu bezcłowego 150 euro, a import e-commerce wzrósł ponad dwukrotnie w ujęciu rok do roku<sup>9</sup>. Chińscy sprzedawcy korzystają z również z dotowanych kosztów wysyłki, co oznacza, że opłacalne jest wysyłanie tanich towarów drogą lotniczą.

Problemem wykracza daleko poza nieuczciwą konkurencję cenową. Produkty wprowadzane na europejski rynek często pozbawione są odpowiednich testów bezpieczeństwa i kontroli jakości. Śledztwo z 2021 r. wykazało, że materiały używane do produkcji odzieży Shein zawierają wysokie poziomy potencjalnie niebezpiecznych chemikaliów, w tym ołowiu, substancji perfluoroalkilowych (PFA) i ftalanów. Skrajnie niebezpieczne substancje znajdują się także w zabawkach czy innych produktach dla dzieci (np. butach). Greenpeace opublikowało również badanie, w którym stwierdzono, że różne produkty chemiczne stosowane w produktach Shein przekraczają poziom dozwolony przepisami UE. Inne poważne naruszenia związane mogą być z pracą dzieci czy tzw. współczesnym niewolnictwem. Reportaże o platformach azjatyckich dostępne w internecie przerażają, pokazując ciemne strony niskiej ceny oferowanych tam towarów.

Do tego potrzeba nowych, unijnych przepisów oraz skutecznego egzekutowania dostępnego instrumentarium prawnego na poziomie UE, bo firmy z Chin potrafią w ciągu zaledwie tygodnia zmieniać asortyment oferowanych towarów lub zasady ich sprzedaży. Na podobne

<sup>9</sup><https://www.rp.pl/handel/art40759601-beda-cla-na-produkty-kupowane-z-chin-ke-planuje-uderzenie-w-temu-i-shein>





praktyki zwracają uwagę czołowe europejskie organizacje konsumenckie – siedemnaście z nich złożyło oficjalną skargę do Komisji Europejskiej w sprawie działalności chińskiej platformy e-commerce Temu<sup>10</sup>. Organizacje przede wszystkim zwracają uwagę na nielegalne praktyki platformy i działania, które mogą naruszać Akt o Usługach Cyfrowych (DSA). Wśród zarzutów pojawia się m.in. sprzedaż niebezpiecznych produktów, produktów niezgodnych z przepisami lub nawet podróbek. Na celowniku znalazła się głównie platforma Temu, która zdaniem organizacji, często pozostawia konsumentów w niepewności co do rzeczywistego dostawcy produktu, co utrudnia im podejmowanie świadomych decyzji i sprawdzanie unijnych certyfikatów bezpieczeństwa. Jednak zarzuty nie kończą się na kwestiach bezpieczeństwa. Organizacje konsumenckie wskazują również na nieuczciwe praktyki handlowe, takie jak manipulowanie konsumentami za pomocą "dark patterns" projektowania interfejsów czy utrudnianie procesu zamykania kont.

### Działania polskiego rządu

Polski rząd w ślad za Komisją Europejską również zapowiedział działania przeciwdziałające nieuczciwym praktykom chińskich platform. Jak podkreśla Ignacy Niemczycki, wiceminister rozwoju i technologii „Podjęliśmy prace nad tym, żeby skutecznie wdrażać istniejące przepisy europejskie. W wykazie prac rządu pojawiła się już ustawa dotycząca rozporządzenia o subsydiach zagranicznych, a niedawno pojawiła się też ustawa o organach nadzoru rynku – właśnie po to, żeby egzekwować istniejące przepisy. Natomiast na forum UE zastanawiamy się nad tym, jak zadbać o europejskich przedsiębiorców z branży e-commerce, ponieważ chcemy, żeby oni funkcjonowali na takich samych zasadach, mieli takie same warunki konkurencji jak firmy z Azji”<sup>11</sup>. W tym kontekście warto również wskazać, że w maju br. Wiceminister Rozwoju i Technologii Jacek Tomczak wystosował do europejskich oddziałów firm Temu i Shein w Irlandii pisma wskazujące na zakres naruszeń przepisów jakich ww. platformy dopuszczają się na polskim rynku.

Pierwszym krokiem ma być skuteczny nadzór i kontrola towarów, a także kontrola chińskich platform, czy przestrzegają europejskiego prawa, a także priorytetyzacja egzekwowania przepisów - konsumenckich, dot. bezpieczeństwa produktów, podatkowych, etc., wobec

<sup>10</sup><https://businessinsider.com.pl/biznes/europejskie-organizacje-skarza-sie-komisji-europejskiej-na-temu/sej2hw1>

<sup>11</sup><https://www.stockwatch.pl/wiadomosci/europejskie-sklepy-internetowe-skarza-sie-na-nieuczciwa-konkurencji-e-z-chin,sektor-handel-i-konsumpcja,328693>



platform chińskich. Organizacje biznesowe pokładają nadzieje w zastosowaniu przepisów rozporządzenia CPC (projekt ustawy je wdrażający ponownie będzie skierowane do Wykazu Prac Legislacyjnych RM) oraz ustawy o ogólnym bezpieczeństwie produktów wdrażającej unijne rozporządzenie GPSR właśnie wobec platform chińskich, których naruszenia prawa są rażące i wymagają zdecydowanego działania. Aktualnie zawiadomienia o nieprzestrzeganiu praw konsumentów przez chińskie platformy internetowe trafiają nie tylko do UOKiK, ale także do ECK i Rzeczników Praw Konsumentów. Skargi dotyczą głównie serwisów zakupowych. Polskie firmy same domagają się większych kontroli, aby wyeliminować skutek działań UOKiK i inspekcji handlowych – licznych nieuczciwych sprzedawców e-commerce. UOKiK prowadzi już postępowania wobec Temu i Shein, jednak ich rezultat na razie nie jest znany.

MRiT organizuje międzyresortowe spotkania poświęcone kwestii efektywnego kierowania oferowanych produktów do kontroli. Obecnie trwają prace nad różnymi rozwiązaniami mającymi na celu zapewnienie skuteczności tych działań. Może być konieczne dostosowanie definicji i mechanizmów zawartych w ustawach, aby odpowiadały one modelowi sprzedaży na platformach internetowych. Jak podkreśla Minister Niemczycki, lista zastrzeżeń dotyczących jakości i parametrów technicznych produktów oferowanych na tych platformach jest długa.

Polska nie jest sama – Francja, Niemcy i Wielka Brytania podejmują stanowcze działania przeciwko nieuczciwym praktykom chińskich platform e-commerce. W listopadzie 2021 roku francuski Dyrektoriat Generalny ds. Konkurencji, Konsumenta i Zwalczenia Nadużyć Finansowych (DGCCRF) usunął platformę Wish z wyszukiwarek internetowych i sklepów z aplikacjami z powodu szkodliwych produktów, a w marcu 2024 roku wprowadził ustawę nakładającą dodatkowe opłaty na źle oceniane firmy fast fashion oraz zakaz reklamy od 2025 roku. W Niemczech w marcu 2024 roku stowarzyszenie konsumenckie VZBV wydało ostrzeżenie przeciwko Temu za naruszenia prawa konsumenckiego, a w kwietniu 2024 roku ostrzegło przed manipulacyjnymi praktykami Shein. Minister Finansów Nadrenii-Westfalii oraz politycy SPD domagają się zniesienia zasady de minimis, która zwalnia towary o wartości poniżej 150 euro z cła. W Wielkiej Brytanii, od IV kwartału 2023 roku, nasilono kontrole nad Shein i Temu, oskarżając je o pracę przymusową, unikanie cła, problemy z bezpieczeństwem produktów, naruszenia prywatności danych oraz brak zrównoważonego





rozwoju. Brytyjskie organy legislacyjne pracują również nad nowymi regulacjami, które mają przeciwdziałać podobnym praktykom.

Związek Przedsiębiorców i Pracodawców popiera wszelkie działania podejmowane na poziomie unijnym oraz polskiego rządu, których celem jest walka z nieuczciwą konkurencją chińskich platform e-commerce. Działalność tych firmy wykorzystuje luki w unijnym prawie, co szkodzi lokalnym przedsiębiorcom. W naszej opinii należy prowadzić inicjatywy, które mają na celu ujednoczenie przepisów i skuteczne ich stosowanie nie tylko wobec przedsiębiorców unijnych ale właśnie chińskich oraz eliminację antyrynkowych praktyk , aby zapewnić równe warunki prowadzenia biznesu dla wszystkich firm funkcjonujących w Unii Europejskiej.

**List otwarty polskich przedsiębiorców  
związanych z branżą zabawek  
i artykułów dziecięcych do organów władzy państwowej i unijnej,  
opinii publicznej oraz mediów.**

**Dotyczy napływu towarów spoza Unii Europejskiej za pośrednictwem  
platform sprzedaży online.**

Szanowni Państwo,

Sytuacja polskich przedsiębiorców w ostatnich miesiącach pogarsza się dramatycznie z powodu masowego napływu produktów sprzedawanych w naszym kraju, a w zasadzie w całej Unii Europejskiej, przez azjatyckie internetowe platformy sprzedażowe (przykładowo Temu, Aliexpress, Shein, Wish, Pandabuy).

Branża zabawek bardzo zmieniła się w ostatnich latach, jeśli chodzi o kanały sprzedaży. Pandemia oraz inflacja wpłynęły na olbrzymi rozwój sprzedaży internetowej, a konsumenci ze względu na trudną sytuację ekonomiczną częściej zaczęli poszukiwać produktów, które są dla nich przystępne cenowo. Konkurowanie na równych zasadach unijnym przedsiębiorców z tymi, którzy zdalnie spoza UE oferują produkty stało się niemożliwe. Mamy do czynienia bowiem z sytuacją, w której olbrzymie ilości produktów, nie tylko są stale oferowane w drastycznie niższych praktycznie antydumpingowych cenach, ale również dostarczane bezpośrednio z Chin w ciągu maksymalnie 9 dni **za darmo**, z możliwością darmowego zwrotu.

Na przedsiębiorcach unijnych oferujących zabawki ciąży coraz większa ilość obowiązków np. w zakresie bezpieczeństwa, jakości, ochrony środowiska, których wykonanie powoduje, że cena produktu dla odbiorcy końcowego/konsumenta jest wyższa. Nie jest natomiast jasne czy internetowi sprzedawcy spoza UE dostarczający zabawki bezpośrednio do odbiorcy końcowego/konsumenta spełniają te wszystkie obowiązki – zgodnie z prawem nie powinno się oferować produktów niezgodnych (źle oznakowanych, niebezpiecznych), ale w naszej ocenie żadna instytucja unijna ani polska nie kontroluje skutecznie na szeroką skalę pod kątem zgodności z wymaganiami bezpieczeństwa, jakości, ochrony środowiska produktów dostarczanych na podstawie zakupów prywatnych za pośrednictwem azjatyckich internetowych platform sprzedażowych. To powoduje, że towary unijnych przedsiębiorców stają się całkowicie niekonkurencyjne i prowadzi do upadku branży zabawek i artykułów dziecięcych, a co za tym idzie utraty przez wielu pracowników miejsc pracy. Należy podkreślić, że wiele podmiotów w naszej branży to firmy rodzinne z bogatą tradycją, doceniane także na zagranicznych rynkach.

Ostatnie miesiące dostarczyły nam wielu informacji, które są zatrważające i wskazują na konieczność pilnej kontroli działalności azjatyckich internetowych platform sprzedażowych, jak Temu, Aliexpress, Shein, Wish, Pandabuy jak też



produktów na nich oferowanych.

Przed wszystkim pojawia się istotna wątpliwość czy każdy produkt oferowany konsumentom w Polsce na w/w platformach jest zgodny z obowiązującymi przepisami np. w przypadku zabawek sprawdzenia wymaga kwestia oznaczeń oraz zgodności z wymaganiami bezpieczeństwa. W opublikowanym raporcie Toy Industries of Europe (TIE) informuje o kontrolowanym zakupie 19 zabawek na internetowej platformie TEMU, które następnie zostały poddane badaniom laboratoryjnym w UE - okazało się, że żadna z nich nie była legalnie sprzedawana w UE, a 18 stanowiło rzeczywiste zagrożenie dla bezpieczeństwa dzieci. Wielokrotnie sygnalizowaliśmy, że obecnie trwające prace nad rozporządzeniem w sprawie bezpieczeństwa zabawek (zastąpi dyrektywę ws. bezpieczeństwa zabawek), wbrew szumnym zapowiedziom, nie wprowadzają żadnego rozwiązania, które realnie chroniłoby unijnych konsumentów przed napływem niebezpiecznych zabawek. Wprowadzenie cyfrowego paszportu produktu będzie kolejnym obciążeniem administracyjnym podnoszącym koszt wyprodukowania i wprowadzenia zabawek na rynek przez odpowiedzialnych przedsiębiorców. Nie będzie on natomiast barierą dla nieuczciwych firm i sprzedawców internetowych. Podobnie - zaostrenie przepisów chemicznych – zwiększy koszty produkcji odpowiedzialnym przedsiębiorcom, ale nie będzie przestrzegane przez nieuczciwe firmy i sprzedawców internetowych. Niestety, w naszej ocenie Unia Europejska zamiast polepszyć sytuację konsumentów i przedsiębiorców z własnego rynku to znacznie ją pogarsza. Naszym zdaniem planowane rozporządzenie doprowadzi do znaczącego wzrostu cen produktów oferowanych przez unijnych producentów i importerów oraz zwiększy tym samym atrakcyjność ofert tzw. online marketplace. W dalszym ciągu te produkty będą wchodziły na rynek europejski.

Działania wspomnianych platform mogą mieć wpływ na interesy przedsiębiorców mających siedzibę lub miejsce prowadzenia działalności w Polsce poprzez:

- **wzrost liczby likwidowanych przedsiębiorstw, które nie wytrzymały nierównej konkurencji oraz przypadków przenoszenia działalności do innych państw, a to z kolei przyczynia się do potencjalnego wzrostu bezrobocia w wyniku likwidacji miejsc pracy,**
- **napływ ogromnych ilości produktów, które nie są kontrolowane na masową skalę,**
- **niewłaściwe przetwarzanie danych użytkowników aplikacji sprzedażowej.**

Wyjaśnienia wymaga czy Platformy te stosują techniki manipulacyjne w celu nakłonienia konsumentów, aby wydawali jeszcze więcej. Przykładowo w Temu konsumenci są zapraszani do gry (kręcące się koła fortuny), aby odblokować dodatkowe kupony i rabaty. Ponadto stwierdzono już, że platforma narusza nowy

unijny akt prawny o usługach cyfrowych (DSA) m.in.:

- nie dostarcza konsumentom niezbędnych informacji o przedsiębiorcach i w związku z tym nie jest w stanie poinformować, czy produkt spełnia wymogi UE w zakresie bezpieczeństwa produktów;
- stosuje techniki manipulacyjne w celu nakłonienia konsumentów do wydawania większej kwoty,
- utrudnia zamknięcie konta w przypadku chęci opuszczenia aplikacji/konta.

Ponadto masowa ilość przesyłek spowodowała, że firmy kurierskie rezygnują z obsługi polskich przedsiębiorców lub nie są w stanie realizować ich przesyłek. Wymaga się zmiany umów ze względu na mniejszą ilość wysyłanych paczek. Niepokojące jest też zjawisko darmowej i szybkiej dostawy z Chin, niezależnie od wartości zamówienia. Obecnie przesyłki z Chin docierają do Polski w 9 dni (średnia dla ok. 70% przesyłek w TEMU), nie jak kiedyś ponad 20 dni.

Z naszych obserwacji wynika, że np. platforma TEMU masowo reklamuje się w mediach społecznościowych. Pojawia się tu wątpliwość czy reklamy te są oznaczane zgodnie z zasadami wskazanymi przez UOKiK. Sprawdzenia wymaga czy oferowane są rabaty lub umieszczane linki do ofert bez oznaczenia, że przekierowanie następuje na platformę spoza UE, co mogłoby wprowadzać konsumenta w błąd.

Aplikacje omawianych sklepów wymagają weryfikacji co do tego czy są zagrożeniem dla danych osobowych i prywatności. Przeciwno Temu złożono już pozwy zbiorowe dotyczące prywatności, twierdząc, że uzyskuje dostęp do dosłownie całej zawartości danych w telefonie, a aplikacja zawiera niebezpieczne złośliwe oprogramowanie szpiegujące.

Z doniesień prasowych wiemy, że Francja opracowuje nałożenie opłaty na przesyłki z azjatyckich portali w celu ograniczenia zjawiska tzw. "ultra fast fashion". Komisja Europejska po licznych skargach podobno przygotowuje projekt oceniający każdą taką przesyłkę. Jednak żadna z tych propozycji nie rozwiąże problemu, bo to nadal będą mniejsze obowiązki i koszty niż te, które ciążą na unijnych przedsiębiorcach, takie jak: rozszerzona odpowiedzialność producenta (ROP), ponoszenie kosztów transportu (w tym ubezpieczenia), przeprowadzanie badań i kontroli, sporządzanie deklaracji zgodności, docelowo rejestracja zabawek (a konkretnie unikalnego identyfikatora produktu i unikalnego identyfikatora operatora) w unijnym rejestrze. Skoro w przypadku zabawek bardzo rygorystycznie sprawdza się polskich przedsiębiorców to należy z co najmniej taką samą starannością sprawdzać także podmioty spoza UE oferujące produkty naszym konsumentom. Należy także analogicznie traktować takie podmioty w sytuacji wykrycia braku zgodności z wymaganiami – polscy przedsiębiorcy muszą wycofywać niezgodne produkty z obrotu, zwracać koszty badań, ponosić koszty zamieszczania ogłoszeń w ogólnopolskiej prasie czy ponosić koszty utylizacji, podczas gdy podmioty spoza UE sprzedające produkty przez azjatyckie portale (ale także np. przez Amazon) – mają po prostu produkt usuwany z oferty portalu, jak wynika z unijnego rejestru produktów niebezpiecznych.<sup>1</sup>



W związku z powyższym wzywamy do natychmiastowego podjęcia działań w celu ochrony polskich konsumentów i przedsiębiorców, zanim skutki będą tragiczne dla naszego zdrowia, bezpieczeństwa i gospodarki.

Podpisano:

1. 4 Kidz Polska Sp. z o.o. ul. Cyfrowa 6 71-441 Szczecin
2. PM INVESTMENT GROUP Napert, Soszyński Sp. k., ul. Podkowy 18, 04-937 Warszawa
3. Tullio Katarzyna Abramczuk, ul. Olechowska 83, 92-403 Łódź
4. Tulilo® Sp. z o.o., ul. Wapienicka 4B, 43 - 382 Bielsko-Biała
5. Hipo P.G. Gołda Sp. j., Bieniewo Parcela 27 05-870 Błonie
6. QElementś Lidia Wieteska-Mazur, ul. Obrońców Pokoju 41, 05-800 Pruszków
7. Norimpex Sp z o.o Sp.k., ul Osadnicza 35, 65-785 Zielona Góra
8. Czapska Sp. k., ul. Puławska 48, 05-500 Piaseczno
9. Alba Moli Sp. z o.o., Ul. Rzymska 4, Warszawa
10. EPEE Polska Sp. z o.o., al. Bohaterów Warszawy 15-16, 70-370 Szczecin
11. Eco and more Sp z o. o., ul. Widok 8, 00-023 Warszawa
12. ZABAWKARSTWO WOJCIECH BĄCZEK, UL.GDAŃSKA 80, 07-100 WĘGRÓW
13. ARTYK Sp. z o.o., ul. Zbąszyńska 3A, 91-342 Łódź
14. DUMEL Sp. z o.o. UL.MODULARNA 3A, 02-238 WARSZAWA
15. Z.P. Alexander. Piotr Pundzis, ul. Telewizyjna 19, 80-209 Chwaszczyno
16. KATHAY-HASTER , M.BRZOSTOWSKI, A.A.ŚLEBIODA SP.J., UL. SHEHEREZADY 31, 60-195 POZNAŃ
17. Roman Pilch Zakład Produkcyjno-Handlowy PLCH, ul. Fabryczna 36, 43-450 Ustroń
18. Euro-Trade Sp. z o.o. i Sp. k., ul. Łokietka 155; 31-263 Kraków
19. M&Z Sp. z o.o. , ul. Chwaszczyńska 131B, 81-571 Gdynia
20. Albis Mazur Sp. z o.o. (marka AKUKU), ul. Stawiszyńska 10/2, 62-800 Kalisz
21. ASKATO Sp. z o.o. Sp. k., ul. Klonowa 2, 62-002 Suchy Las
22. HEMAR Family Sp. z o.o. Sp. k., ul. Dworska 12, 42-233 Mykanów
23. Trefl SA, ul. Kontenerowa 25, 81-155 Gdynia
24. Wydawnictwo „Nasza Księgarnia”, ul. Apteczna 6, 05-075 Warszawa
25. Godan Spółka Akcyjna ul. Atlasowa 17, 02-427 Warszawa
26. „JAWA” Wyszowski Bartłomiej, ul. Graniczna 25A, Nowa Iwiczna, 05-515 Mysiadło
27. SWEDE Sp. z o.o. Sp.k., Wysogotowo, ul. Laurowa 18, 62-081 Przeźmierowo
28. Filip i s-ka Dromader spółka jawna, ul. Pojezierska 90, 91-341 Łódź
29. Firma Handlowa "Grażyna" Grażyna Marzec, ul. Krakowska 17, 33-113 Zgłobice

30. Mawapol Sp. z o.o., Szablowskiego 3/23, 30-127 Kraków
31. Firma Handlowa GUCIO, Gustaw Marzec, ul. Bronowicka 52/26, 30-091 Kraków
32. Deef A.J.Filip i J. Dulny Sp.J., Szczawno 6, 74-100 Gryfino,
33. B.est TOYS Polska, Agnieszka Lewicka-Łydek, ul. Daszyńskiego 10, 32-065 Krzeszowice
34. Babyono Sp. z o.o., ul.Kowalewiczka 13, 60-002 Poznań
35. PHU ORSOLYA Urszula Guidon, ul. Wilsona 30, 42-202 Częstochowa
36. TOYKI S.C. Zofia Krajewska, Magdalena Szota, ul. Zachodnia 230, 32-048 Jerzmanowice
37. HarperCollins Polska sp. z o.o., ul. Domaniewska 34A, 02-672 Warszawa
39. Moje Bambino Sp. z o.o., ul. Graniczna 46, 93-428 Łódź
40. COBI FACTORY S.A., Ul. Wojska Polskiego 3, 39-300 Mielec
42. babee planet Dominika de Nisau, ul. Pokorna 2/1517, 00-199 Warszawa
43. Wader-Woźniak Sp. z o.o. ul. Rudna 30 42-530 Dąbrowa Górnicza
44. Firma Handlowa Panda Dorota Czezelewska, Sidorska 117B, 21-500 Biała Podlaska
45. Toys Gallery Sp. z o.o., ul. Hłonda 10/u10, 02-972 Warszawa
46. Toys Gallery I Sp. z o.o., ul. Hłonda 10/u10, 02-972 Warszawa
47. Toys Gallery II Sp. z o.o., ul. Hłonda 10/u10, 02-972 Warszawa
48. Toys Gallery III Sp. z o.o., ul. Hłonda 10/u10, 02-972 Warszawa
49. Toys Gallery IV Sp. z o.o., ul. Hłonda 10/u10, 02-972 Warszawa
50. Panda Dystrybucja Sp. z o.o., Sidorska 117 B, 21-500 Biała Podlaska
51. Przedsiębiorstwo Handlowe Bartex, ul. Wiśniowieckiego 132, 33-300 Nowy Sącz
52. Firma Handlowa „Mały Robinson s.c. Monika Bartosz Szufa, ul. Wiśniowieckiego 132, 33-300 Nowy Sącz
53. Trifox Sp. z o.o. ul. Konwaliowa 21, 43-300 Bielsko-Biała
54. Michu Angelika Janczak, ul. Podgórna 22, 66-620 Gubin
55. P.H.U. Akcesbaby S.C, ul. Bukowa 8, 84-240 Reda
56. P.P.H.U. Tygrysek Paweł Trocki, ul. Bukowa 8, 84-240 Reda
57. Beppe Jolanta Marjańska, ul. Obr. Poczty Gdańskiej. 95, 42-400 Zawiercie
58. Canpol Sp. z o.o. ul. Puławska 430, 02-884 Warszawa, Biuro: Słubica B, ul. Graniczna 4, 96-321 Żabia Wola
59. NORIMPEX Sp. z o.o., ul. Osadnicza 35, 65-785 Zielona Góra
60. SABA Sp.J., A.Michalczyk, J.Ryczek, ul. Partyzantów 5, 44-300 Wodzisław Śląski
61. MoMi, ul. Kowalska 19, 60-663 Poznań
62. Przedsiębiorstwo "SCHEMAT" Marczak, Lewiński - Spółka Jawna, ul. Mickiewicza 6 E, 98-200 Sieradz
63. PHU Sidba Danuta Sinica Hurtownia Zabawek, ul. Hetmańska 10, 15-727 Białystok
64. U JANA Jarosław Kaczanowski Sp. Jawna, ul. Brzeska 29/31, 03-737 Warszawa
65. TM Toys Sp. z o.o. ul. Zbożowa 4B, 70-653 Szczecin

66. Muzeum Iluzji, ul. Gen Hallera 15, 84-120 WŁADYSŁAWOWO
67. E W E N T E X PW JOANNA JAROSZYŃSKA, UL. Kilińskiego 82, 22-400 Zamość
68. Firma JM Jacek Mołęcki, ul. Zielona 2a, 62-006 Bogucin
69. Michu Angelika Janczak, ul. Podgórna 22, 66-620 Gubin
70. Scandex, Małgorzata Kiszko, ul. Piłsudskiego 94, Łódź
71. Sychut Lesław EDUCO Centrum Pomocy Edukacyjnej, ul. Ochotnicza 6/5, 20-012 Lublin
72. P.H Wiki Karolina Stachowiak, ul. Jasna 8, 60 – 198 Poznań
73. PRO-eximp B. K. Piwko Sp.j., ul. Smocza 20a/62, 01-034 Warszawa
74. P.P.H.U. SUN-DAY ADAM SZAFAROWICZ, UL. KUTRZEBY 4, 99-400 Łowicz
75. SUN-DAY SP. Z O.O. SP.K., UL. SŁOMIŃSKIEGO 19/135, 00-195 Warszawa
76. Sklep Flamenco Dariusz Rożek, ul. Giełdowa 7d, 78-100 Kołobrzeg
77. Janusz-Musiół Marko Spółka Komandytowa, ul. Rybnicka 2 D, 44-300 Wodzisław Śląski
78. Planeta Zabawek s.c. Małgorzata Kowalska Kamili Kowalski ul. Ks. Z. Trybowskiego 9/25, 85-796 Bydgoszcz
79. ICOM Poland Sp. z o.o. Sp. k, ul. Firmowa 8, 62-023 Robakowo (Gądky)
80. Novum Sp. z o.o., ul. Gnieźnieńska 2a, 12-100 Szczytno
81. Granna Sp. z o.o, ul. Jelinka 48, 01-646 Warszawa
82. Inovo Sp. z o.o. ul. Bolesława Chrobrego 1, 12-100 Szczytno
83. Derform Sp. z o.o., ul. Za Motelem 1 Sady, 62-080 Tarnowo Podgórne
84. Bumix-Bis Sp. z o.o., ul. Dojazdowa 3, 42-200 Częstochowa
85. Hencz Toys Ewa i Wiesław Hencz, Agnieszka Hencz, Katarzyna Hencz s.c. ul. Grunwaldzka 33, 91-337 Łódź
86. For Fun Marcin Czekanow, Os. Niepodległości 9/71, 31-861 Kraków
87. Melodyjka Anita Ciachła-Czekanow, Ul. Radzikowskiego 65h/4, 31-315 Kraków
88. Bajo Wojciech Bajor, Kamionna 97, 32-732 Kamionna
89. ZPHU Jochymek Grzegorz, ul. Rajska 5, 32 – 048 Jerzmanowice
90. Edyta Kaliś Pektó, ul. Armii Krajowej 12, 32 – 300 Olkusz
91. Księgarnia Prim Małgorzata Opalska ul. Słomnicka 7, 32 – 043 Skała
92. Sagan Ryszard, ul. Pachocińskiego 4a/48, Kraków
93. Firma Mada Magdalena Prochal Bosak, ul. Bałtycka 26/28, 31 – 214 Kraków
93. Klasa Ewa Dłużniak, ul. Mackiewiczza 17, Kraków
94. F.H. Leszek Koziol ul. Reja 19/55, 31 – 216 Kraków
95. FHU Panda ul. Daszyńskiego 1, Krzeszowice
96. P.H.U. Papirus os. Piastów 60A/21 31 - 625 Kraków
97. Księgarnia Karol Wierzbicki, ul. Wiśniowa 7, Wólbram
98. F.H.U. Young Romuald Czamara ul. Kościelna 1, 33 – 380 Krynica
99. Owczyński i S-KA Paweł Owczyński ul. Lea 22A, 32 – 080 Kraków
100. JOINCO Polska Sp. z o.o. , Ul. Cybernetyki 9, IRIS-B, 02-677 Warsaw



- <sup>1</sup> [1. https://ec.europa.eu/safety-gate-alerts/screen/webReport/alertDetail/10013644?lang=en](https://ec.europa.eu/safety-gate-alerts/screen/webReport/alertDetail/10013644?lang=en)
- [2. Safety Gate: the EU rapid alert system for dangerous non-food products \(europa.eu\)](#)