

**Jednolity rynek
europejski
- zmniejszanie barier,
pogłębianie współpracy**

12 kwietnia 2021 r.

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny.
Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne
i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Warszawa, kwiecień 2021 r.

Spis treści

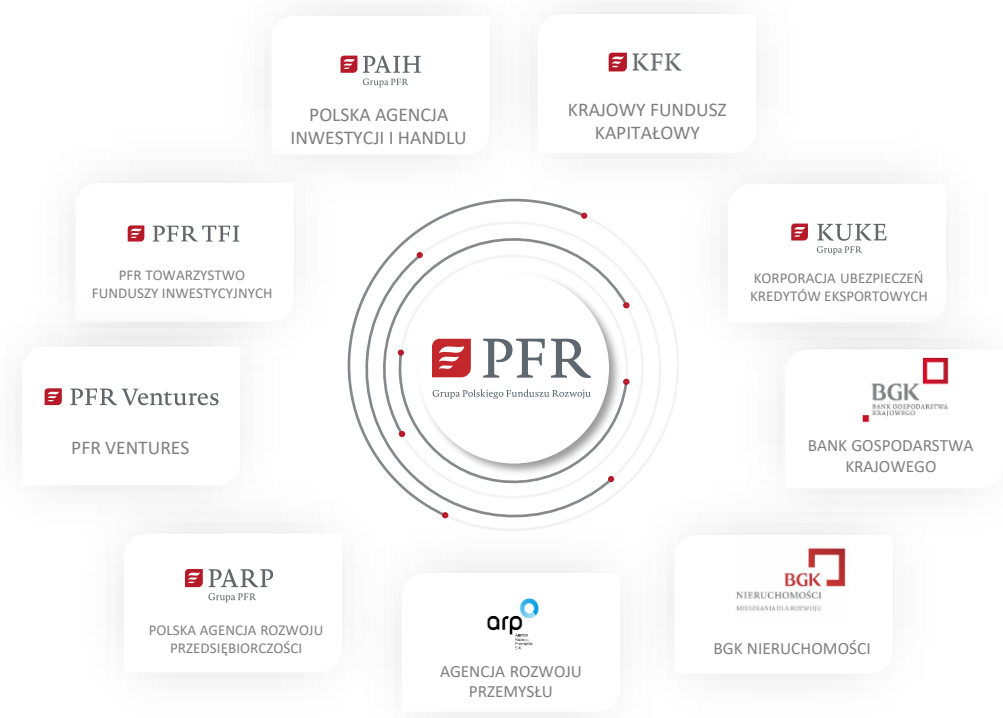
1. O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu.....	4
2. Bariery w handlu – są czy ich nie ma? Taryfowe i pozataryfowe bariery handlowe w Unii Europejskiej.....	6
3. Jednolity rynek europejski a jednolity rynek cyfrowy. Unijne otwarcie na innowacje.....	9
4. Zwalczanie pozataryfowych barier handlowych. Mechanizmy krajowe oraz unijne.....	11
5. Podsumowanie.....	14



1. O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu

Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH) jest instytucją doradczą wchodzącą w skład Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR), punktem pierwszego kontaktu dla eksporterów oraz inwestorów.

Komplementarna oferta grupy PFR



Misją PAIH jest zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do kraju oraz zasięgu i dynamiki umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw. Działamy zarówno w Polsce, jak i poprzez Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH).

Oferujemy szybki dostęp do kompleksowej informacji dotyczącej otoczenia gospodarczo-prawnego Państwa projektów biznesowych. Pomagamy również w pokonywaniu procedur administracyjnych dotyczących konkretnych przedsięwzięć, opracowaniu rozwiązań prawnych, znalezieniu odpowiedniej lokalizacji oraz wiarygodnych partnerów i dostawców.

Zapewniamy również dostęp do instrumentów finansowych, w tym ubezpieczeń oferowanych przez instytucje zrzeszone w Grupie Polskiego Funduszu Rozwoju.

Oferta Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu składa się z trzech kluczowych filarów:



Eksport

Wsparcie polskiego eksportu ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP).



Partnerstwo

Współpraca z administracją publiczną oraz instytucjami otoczenia biznesu w realizacji wspólnych projektów.



Inwestycje

Zwiększanie rodzimych inwestycji w Polsce oraz za granicą.
Wsparcie inwestycji zagranicznych na terenie naszego kraju.

Gdzie jesteśmy?

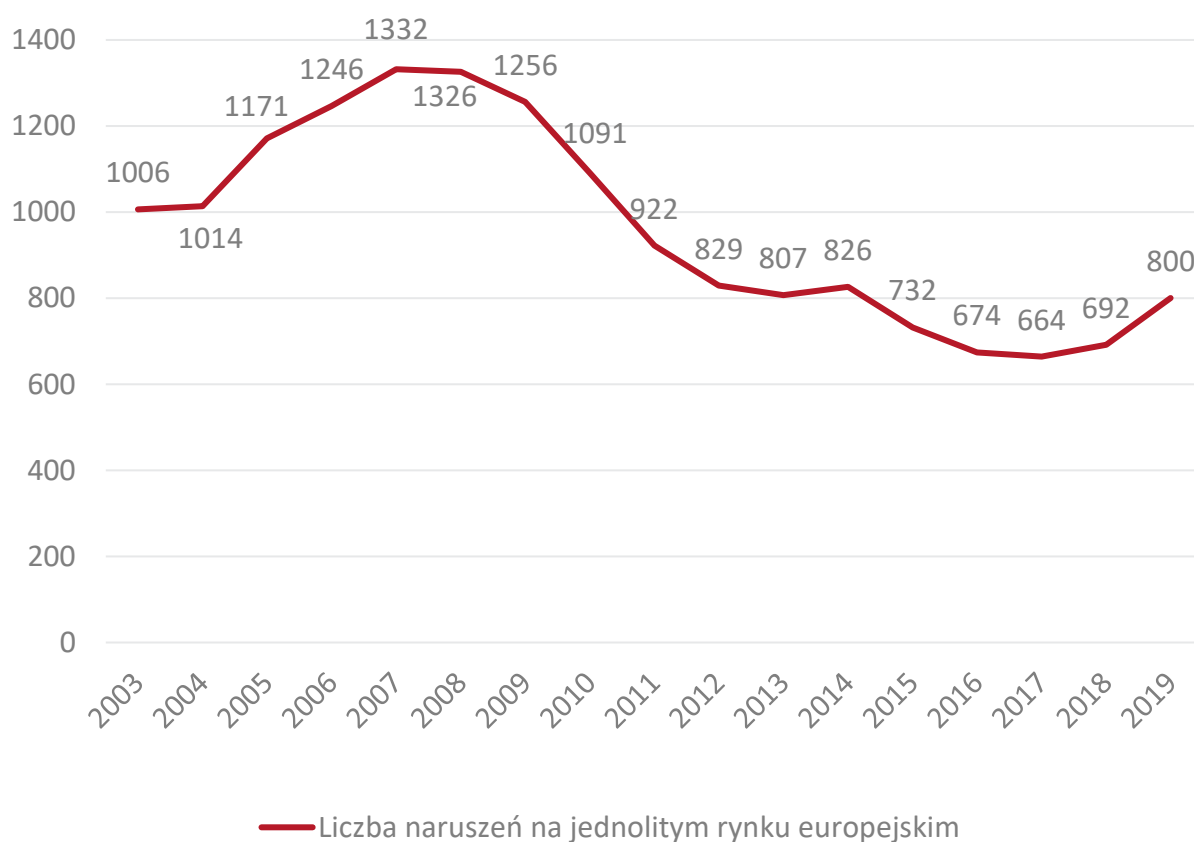
Regiony, w których działamy...



2. Bariery w handlu – są czy ich nie ma? Taryfowe i pozataryfowe bariery handlowe w Unii Europejskiej

Wejście Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku pozwoliło polskim przedsiębiorcom na przystąpienie do jednolitego rynku europejskiego, który umożliwia swobodny przepływ osób, towarów, usług i kapitału. Konsekwencją jest również udział w rynku, którego wartość szacuje się na 20% światowego PKB, a którego usprawnienie może przynieść korzyści w postaci 389 miliardów EUR dzięki wyeliminowaniu barier w handlu usługami, 386 miliardów EUR dzięki zwiększeniu wzajemnego uznawania produktów oraz zniesieniu barier pozataryfowych, 176 miliardów EUR dzięki pełnemu wdrożeniu jednolitego rynku cyfrowego.

Liczba naruszeń na jednolitym rynku europejskim



Źródło: Single Market Scoreboard, Infringements, 2020.

Głównym problemem, z którymi borykają się przedsiębiorcy w ogóle, nie tylko ci pochodzący z Polski, to wciąż obecne pozataryfowe bariery handlowe. Oznacza to, że wchodząc na rynek europejski wciąż trzeba liczyć się z istniejącymi utrudnieniami dostępu do niego. Mogą one przybrać różne formy: dodatkowa certyfikacja, wzmożone kontrole, złożony proces zakładania działalności czy otwarcia konta bankowego. Oczywiście nie każda taka bariera będzie bezprawna, niemniej jednak kluczowe jest uzyskiwanie jak najwięcej informacji o ich istnieniu. Dzięki temu, umożliwi to proces usuwania tych barier, które naruszają prawo Unii Europejskiej.

Niezrozumienie zasad tworzenia i wdrażania do porządków prawnych poszczególnych państw członkowskich przepisów prawa Unii Europejskiej, powoduje że przedsiębiorcy nie zawsze zdają sobie sprawę z charakteru napotkanej bariery handlowej. Poza niezajomością procesów legislacyjnych pojawia się problem mający swoje źródło w samych państwach członkowskich – dostosowanie prawa lokalnego do przyjętego w Brukseli prawa unijnego nie zawsze przeprowadzane jest w sposób właściwy. Ze względu na charakter przepisów unijnych, które przyjmowane są zwykle w formie rozporządzenia, dyrektywy lub decyzji, cel przyjęty przez Unię Europejską może być realizowany na różne sposoby. I tak przepisy przyjęte na mocy rozporządzenia będą obowiązywały bezpośrednio, bez konieczności ich transpozycji do prawa lokalnego, a dyrektywa będzie wymagała wdrożenia przepisów, które realizować będą jej cel. Co zrozumiałe, dla każdego państwa członkowskiego rozumienie „realizacji celu” może być inne, a co za tym idzie, przepisy mogą nie być takie same w Niemczech, Francji i Hiszpanii. Dodatkowo, warto pamiętać o tym, że każda branża ma swoją specyfikę i charakteryzuje się innymi uwarunkowaniami. Związane są z tym różne przepisy ściśle techniczne, które mogą okazać się wyzwaniem dla eksportera ze względu na swój duży stopień złożoności. Przykładami problemów, z którymi może spotkać się przedsiębiorca jest wiele. Jednymi z nich są wprowadzenie na niektóre rynki europejskie produktów FCM (Food Contact Materials), oznakowanie mleka w Hiszpanii oraz notyfikacja barier towarzyszących wprowadzeniu go na rynek czy certyfikacja w branży produktów budowlanych.

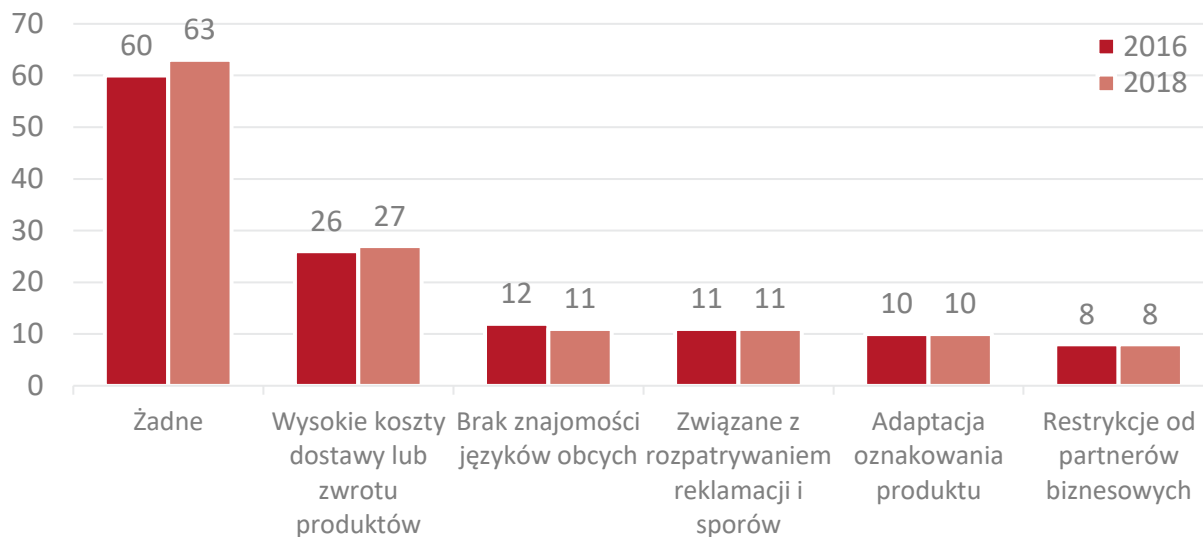
Pozataryfowe bariery dotyczą każdego sektora i są one trudno wykrywalne przez administrację publiczną. Najbardziej skutecznym sposobem dowiadywania się o istniejącej barierze handlowej jest pozyskiwanie stosownej informacji od samych przedsiębiorców. Dopiero w oparciu o tę wiedzę, możliwe jest działanie na szczeblach ministerialnych. Ten ulepszony sposób komunikacji pozwala również na sprawdzenie, które bariery obowiązujące na danym rynku są skierowane do wszystkich eksporterów, a co za tym idzie, mają szerszy charakter protekcyjny, a które wymierzone są jedynie w niektóre kraje, pozostawiając większą swobodę innym państwom członkowskim. Ta wiedza pozwoli w krótszej perspektywie dostosować przedsiębiorcy swoją taktykę eksportową, a w dłuższej zwalczać takie bariery we współpracy z podobnie nimi dotkniętymi państwami członkowskimi.

Źródło: Opracowanie własne

3. Jednolity rynek europejski a jednolity rynek cyfrowy. Unijne otwarcie na innowacje.

Mówiąc o pozataryfowych barierach w handlu na jednolitym rynku europejskim, warto również zwrócić uwagę na rozwijający się równolegle jednolity rynek cyfrowy. Samo ubranie w terminologię tego rynku przez Komisję Europejską nastąpiło stosunkowo niedawno, jednak jego regulacja sięga wczesnych lat 2000. Jak można się domyślić, rzeczywistość cyfrowa sprzed 20 lat była zdecydowanie inna niż obecnie. Z tego właśnie powodu Komisja Europejska intensywnie pracuje nad przygotowaniem nowych przepisów, które pozwolą na lepsze dopasowanie do obecnego stanu wiedzy i zaawansowania technologicznego. Jak się okazuje, przedsiębiorcy niekoniecznie napotykają problemy natury czysto cyfrowej – większość barier to nadal te związane z kwestiami podatkowymi czy skomplikowanymi procedurami administracyjnymi. Pozytywny trend związany z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych spotęgowany pandemią COVID-19 z pewnością będzie miał przełożenie na zintensyfikowanie prac nad kwestiami cyfrowymi w Brukseli. Przykładem takiej aktywności są negocjowane obecnie przepisy w ramach Digital Services Act i Digital Markets Act – pakietu regulacji mających uporządkować działalność w sieci, ale przede wszystkim aktywność wielkich platform cyfrowych, które mogą nadużywać swojej pozycji dominującej i wykorzystywać słabości MŚP. Dobrą wiadomością jest to, że coraz więcej przedsiębiorców aktywnych w sferze online deklaruje, że nie spotyka się z żadnymi problemami w ramach swojej działalności w innym państwie członkowskim. Niepokojąca jest jednak obserwowana stagnacja w kwestii barier dotyczących problemów językowych, rozpatrywania reklamacji czy zwrotów oraz obostrzenia nakładane samoistnie przez partnerów biznesowych, a także wzrost kosztów dostaw czy zwrotów. Dlatego w tym miejscu warto podkreślić, że o każdym nadmiernych barierach pojawiających się w relacjach handlowych warto informować administrację unijną czy lokalną. Im więcej sygnałów dot. procedur eksportowych, tym większa szansa, że w przyszłości pozostaną one jedynie przykrym wspomnieniem.

Problemy związane ze sprzedażą do innych państw UE, 2016 i 2018 (% przedsiębiorstw ze sprzedażą online w innych państwach UE)

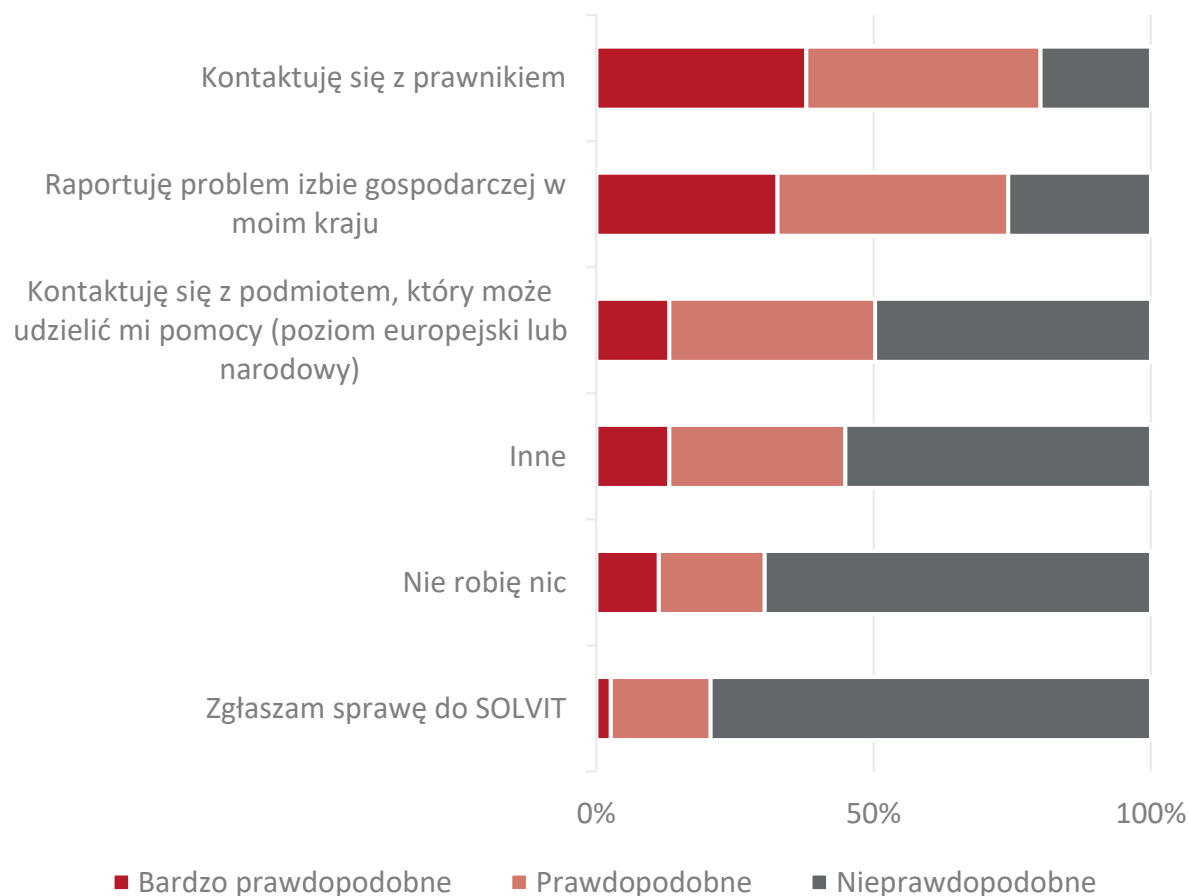


Ta teza ma również potwierdzenie w statystykach zebranych przez Eurostat – w państwach członkowskich istnieje tendencja do obniżania barier regulacyjnych w eksporcie. Niemniej jednak nadal jest kilka państw, które wykazują odmienne podejście, są nimi między innymi Niemcy, Czechy czy Austria. Pokazuje to wyraźnie, że konieczne jest ciągłe obserwowanie sytuacji regulacyjnej w poszczególnych państwach i reagowanie w przypadkach widocznych nadużyć. Faktem jest również, że informacji o barierach dla np. e-commerce wciąż niewiele. Dużo za to wiadomo o problemach związanych z implementacją mechanizmów dot. VAT oraz wciąż obowiązującą geoblokadą. Wciąż problematyczne są kwestie ochrony danych osobowych, szczególnie w kontekście Brexitu. Przedsiębiorcy także powinni uważać na regulacje dotyczące ochrony konsumentów, a także tych związanych z odpowiedzialnością za produkt niebezpieczny (często stosowane w kontekście rozwiązań z sektora związanego z robotyką). Duże nadzieje pokładane są we wspomnianych wcześniej przepisach wynikających z Digital Services Act i Digital Markets Act, które z pewnością uporządkują zasady działania w sferze online. Niemniej jednak zanim do tego dojdzie, warto znać swoje prawa i mechanizmy zwalczania barier eksportowych, które nie powinny istnieć na jednolitym rynku. To właśnie na nie nałożony zostanie nacisk w kolejnym rozdziale tego przewodnika.

Źródło: Eurostat data (isoc_ec_wsobs_n2)

4. Zwalczanie pozataryfowych barier handlowych. Mechanizmy krajowe oraz unijne.

Czynności wykonywane przez przedsiębiorców napotyających bariery w handlu na jednolitym rynku europejskim



Niezwykle istotne jest jak reagują przedsiębiorcy na napotkanie bariery w handlu na jednolitym rynku europejskim. Narzędziem, które nadal używane jest zbyt rzadko, jest SOLVIT, który poprzez wypełnienie stosownego formularza na dedykowanej stronie internetowej Komisji Europejskiej, pozwala na ingerencję właściwych instytucji w daną sprawę (możliwość zgłoszenia następuje jednak dopiero po wydaniu decyzji administracyjnej, np. podatkowej, przez właściwy organ administracji w danym państwie członkowskim). Z przeprowadzonych badań wynika, że podmioty nadal chętniej wybierają brak działania niż zgłoszenie sprawy do instytucji unijnych poprzez system SOLVIT. Jest to

oczywiście błąd, ponieważ dzięki poinformowaniu właściwych organów administracji przedsiębiorca daje im szansę na wsparcie go w ominięciu tej bariery, która okaże się bezprawna. Efektywność SOLVITu potwierdzana jest również przez lokalną administrację publiczną, która sama angażuje się w rozwiązywanie problemów wynikających z wadliwie stosowanych przepisów prawa Unii Europejskiej.

Kolejnym sposobem na uzyskanie pomocy w przypadku pojawienia się barier w handlu na jednolitym rynku europejskim, są Punkt Kontaktowy ds. Produktów oraz Punkt Kontaktowy ds. Wyrobów Budowlanych. Każde państwo członkowskie jest zobowiązane do utworzenia takich punktów, zwykle są one przypisane do konkretnego ministerstwa (w Polsce jest to Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii). Każdy punkt kontaktowy ma 15 dni roboczych na odpowiedź na zadane mu pytanie dot. lokalnych przepisów związanych z wprowadzeniem danego produktu na rynek. Analogicznie, punkt skoncentrowany na tematyce budowlanej będzie jedynie odpowiadał na zapytania związane z branżą budowlaną. Jednak wciąż mamy do czynienia z problemami związanymi z funkcjonowaniem ww. punktów – niektóre państwa nie dotrzymują terminu odpowiedzi, wiele z nich informacje przekazuje jedynie w języku lokalnym. Sytuacja ta uwypukla jeszcze jeden problem, z którym przede wszystkim borykają się przedsiębiorcy chcący wejść na inny rynek europejski, czyli brak dostępu do właściwych informacji.

Kwestie związane z ubogim dostępem do informacji są dostrzegane przez Komisję Europejską. W konsekwencji ruszyły prace nad stroną internetową, która ma zbierać wszelkie istotne informacje potrzebne nie tylko obywatelowi Unii Europejskiej, ale także unijnemu przedsiębiorcy. Prace nad stroną mają trwać do 2023 r., niemniej jednak już teraz portal Your Europe jest dostępny i oferuje wiele przydatnych informacji związanych np. z certyfikacją w państwach członkowskich.

Również warto wspomnieć o możliwości złożenia skargi na naruszenie prawa Unii Europejskiej do Komisji Europejskiej. Jest to narzędzie bardzo rzadko używane przez polskich przedsiębiorców, a z drugiej strony bardzo popularne wśród przedsiębiorców z państw Europy Zachodniej. Co prawda konieczne jest wykazanie naruszenia prawa Unii Europejskiej w wypełnianym na dedykowanej stronie internetowej formularzu, niemniej jednak jest to narzędzie warte rozważenia, również z powodu zasygnalizowania istniejących barier na danym rynku. Komisja Europejska ma obowiązek pochylić się nad przedstawianą jej sprawą i się do niej ustosunkować.

W końcu koniecznością jest śledzenie notyfikacji technicznych państw członkowskich publikowanych przez Komisję Europejską i odnoszenie się do nich w wyznaczonym na to czasie 3 miesięcy. To właśnie wtedy macie Państwo realną szansę na zmianę proponowanych przepisów i wyrażenie swojego zdania na temat ich zasadności.

5. Podsumowanie

Eksport w ramach jednolitego rynku europejskiego powinien przebiegać z poszanowaniem jego swobód przepływu: osób, towarów, usług i kapitału. Należy jednak pamiętać, że każde państwo członkowskie nadal wykazuje pewien stopień protekcjonizmu wobec swojego rodzimego rynku. Mając to na uwadze, inaczej można spojrzeć na wymagania stawiane przez dane państwo przedsiębiorcom, którzy chcą eksportować swój produkt czy usługę. Niektóre pozataryfowe bariery stawiane przed przedsiębiorcami mogą być jedynie sposobem na zniechęcenie i ochronę rodzimych producentów i koniecznym będzie nauczenie się tego, w jaki sposób działać sprawnie, by te bariery zawczasu znać i skutecznie omijać. Inne bariery mogą okazać się bezprawne – wtedy koniecznym jest informowanie o nich i adresowanie problemów administracji publicznej, tej w Brukseli oraz tej w kraju. Dzięki wykorzystaniu narzędzi dostępnych dla przedsiębiorców możliwe stanie się usprawnienie działalności eksportowej i zwiększenie konkurencyjności.

Inną sprawą, o której również warto pamiętać, jest uświadomienie sobie tego jak bardzo regulacje wpływają na handel. Polska, jako państwo członkowskie Unii Europejskiej, podlega unijnemu porządkowi prawnemu. Oznacza to, że prawo z zakresu niektórych dziedzin, dla których kompetencje ma Unia Europejska, a które obowiązują w Polsce, wykuwane jest właśnie w Brukseli. Komisja Europejska w dużej mierze stawia na dialog, przede wszystkim z przedsiębiorcami i każdym podmiotem zainteresowanym. Z tego względu konieczne jest monitorowanie tego, co dzieje się w ramach przygotowywania konkretnych polityk unijnych. Co więcej, wskazane jest aktywne uczestniczenie w procesie tworzenia regulacji, które dotyczyć będą polskiego przedsiębiorcę. Poza obecną reprezentacją interesów, która następuje poprzez np. aktywność izb gospodarczych, warto rozważyć zrzeczenie się w celu przedstawienia swojego stanowiska konkretnym przedstawicielom instytucji unijnych. Obecność polskiego biznesu w Brukseli jest niezbędna, a wciąż niestety jest nas tam za mało.

Źródło: Opracowanie własne

ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

Serwis PAIH24: +48 22 334 99 55

Kontakt PAIH24: paih24@paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

