

Wspólny List Organizacji w sprawie DMA – nie wylewajmy dziecka z kąpielą

My, niżej podpisane organizacje doceniamy możliwość podzielenia się naszymi spostrzeżeniami w kontekście zbliżających się kluczowych negocjacji w sprawie Aktu o rynkach cyfrowych (dalej: DMA). Nasza społeczność popiera wszelkie inicjatywy mające na celu poprawę sytuacji europejskich przedsiębiorstw i użytkowników. Rozumiejąc potrzebę odpowiedzi na pewne wyzwania związane z cyfryzacją, apelujemy do decydentów UE o podejmowanie przemyślanych decyzji i unikanie wszelkich szkodliwych konsekwencji dla europejskich użytkowników oraz firm, zwłaszcza tych z sektora MŚP.

Na poziomie deklaratywnym DMA ma na celu zapewnienie uczciwych warunków konkurencji dla przedsiębiorstw aktywnych w sferze cyfrowej, a także poprawę dobrobytu europejskich konsumentów. Są to cele, które podzielamy i popieramy, ponieważ stanowią one wartość dodaną dla rynku wewnętrznego UE i są korzystne dla europejskiego otoczenia biznesowego.

Obawiamy się jednak, że zarówno Parlament Europejski, jak i Rada nie zapobiegły wielu szkodliwym i niezamierzonym konsekwencjom, jakie DMA może nieść względem europejskich firm MŚP oraz użytkowników.

Mimo działania jako strażnicy dostępu w pewnych określonych przypadkach, platformy odgrywają kluczową rolę dla europejskiej przedsiębiorczości umożliwiając wejście na wspólny rynek. Choć decydenci uważają, że DMA dotyczy tylko dużych przedsiębiorstw technologicznych, nie biorą oni pod uwagę, że proponowane zmiany będą nieuchronnie wiązały się z kosztami dla użytkowników biznesowych i konsumentów tych platform. Realizacja obowiązków przez podmioty prowadzące platformy nie powinna mieć wpływu na jakość, funkcjonalność i integralność usług, z których obecnie korzystają małe przedsiębiorstwa. Dlatego kluczowe jest unikanie niepotrzebnych ograniczeń, które zmniejszą wartość gospodarki cyfrowej dla europejskich przedsiębiorstw.

Jesteśmy pełni obaw wobec propozycji, które zmusiłyby strażników dostępu do poddawania użytkowników biznesowych i konsumentów nieskończonej liczbie próśb o zgody na przetwarzanie danych. Niewątpliwie istnieją przypadki, które w świetle przepisów RODO wymagają uzyskania zgody, ze względu na wrażliwy charakter przetwarzanych informacji. Nie należy jednak zapominać, że zgodnie z RODO istnieje sześć równie ważnych podstaw prawnych do przetwarzania danych. W świetle DMA te podstawy nie będą dostępne dla strażników dostępu, ponieważ będą oni zobowiązani do uzyskiwania zgód w związku z dosłownie każdym rodzajem kombinacji danych. Będzie to niekorzystne dla użytkowników biznesowych i konsumentów, którzy zostaną zmuszeni do zmagania się ze znacznymi trudnościami z powodu ciągle wyskakujących okienek w celu wydania stosownych zgód.

Ponadto, zbyt daleko idące ograniczenia w zakresie łączenia danych pogorszyłyby skalę i jakość usług oferowanych przez MŚP, ostatecznie doprowadzając do spadku wolumenów sprzedaży tychże firm. Brak możliwości łączenia danych pochodzących z różnych usług, takich jak mapy i wyszukiwarki, doprowadzi do spadku jakości reklamy ukierunkowanej, która stanowi podstawę modeli biznesowych wielu przedsiębiorców. Ponadto niektóre usługi, takie jak mapy i wyszukiwarki, są wykorzystywane przez MŚP i twórców aplikacji jako bardzo przydatna, a czasem niezbędna funkcjonalność ich aplikacji mobilnych lub stron internetowych.

Naszym zdaniem, informowanie użytkowników w sposób klarowny i zrozumiały, a także umożliwienie im dokonania sensownego wyboru jest bardziej zrównoważonym podejściem, które zapobiegłoby wielu negatywnym skutkom. Można to osiągnąć poprzez dostosowanie DMA do RODO oraz przez zapewnienie, że uzyskiwanie zgód nie będzie nadmiernie uciążliwe dla użytkownika będącego konsumentem lub przedsiębiorcą.

Jesteśmy również zaniepokojeni propozycjami niektórych posłów do Parlamentu Europejskiego, aby wprowadzić całkowity zakaz reklamy profilowanej. Stawiając na pierwszym miejscu prywatność danych i interesy użytkowników, decydenci polityczni zaniedbują równie ważne potrzeby przedsiębiorców, dla których reklama profilowana jest jedynym możliwym sposobem na przyciągnięcie klientów. Zakaz reklamy ukierunkowanej będzie miał wpływ na wiele lokalnych przedsiębiorstw i świadczeniodawców usług, a także na szeroką gamę przedsiębiorstw rozpoczynających działalność, freelancerów, artystów i rzemieślników. Europejskie MŚP nie mogą sobie pozwolić na reklamę w środkach masowego przekazu, a przedmiotowe rozporządzenie nieuchronnie osłabi ich pozycję w stosunku do dużych przedsiębiorstw.

Co więcej, reklama profilowana jest już przedmiotem dyskusji w ramach innych rozporządzeń negocjowanych na szczycie UE. Jej wprowadzenie do DMA stwarza ryzyko nakładania się i konfliktu przepisów. Pokazuje to również, że DMA padło ofiarą "efektu choinki". Zamiast skupić się na poprawieniu pierwotnego wniosku w jego zasadniczej części, europosłowie wciąż dodają bombki.

W świetle powyższego widać, że DMA jest niesłusznie postrzegane jako rozporządzenie, które będzie miało wpływ jedynie na strażników dostępu. MŚP w całej UE polegają na narzędziach cyfrowych, aby sprzedawać swoje produkty i usługi. W coraz bardziej cyfrowej gospodarce jakość i innowacyjność narzędzi cyfrowych ma zasadnicze znaczenie dla rozwoju i prosperowania europejskich przedsiębiorstw. Jednocześnie, koncentrując się wyłącznie na strażnikach dostępu, DMA nie proponuje żadnych pro-biznesowych rozwiązań, które pozwoliłyby na wyzwolenie ducha przedsiębiorczości i innowacyjności w Europie.

Podsumowując, choć DMA ma na celu poprawę równowagi konkurencyjnej, może pogorszyć jakość narzędzi cyfrowych udostępnianych europejskim przedsiębiorstwom i użytkownikom, zdławić innowacje, pogorszyć pozycję europejskich MŚP w stosunku do dużych przedsiębiorstw, a tym samym wyłączyć przysłowiowe dziecko z kąpielą.

Hrvoje Bujas
Prezes Voice of Entrepreneurs
Chorwacja



Peter Kofler
Prezes Danish Entrepreneur Association
Dania



Virgilijus Dirma,
Dyrektor ds. Unii Europejskiej w Infobalt
LITWA



Elena Leontjeva
Prezes Litewskiego Instytutu Wolnego Rynku
LITWA



Cezary Kaźmierczak
Prezes Związku Przedsiębiorców i Pracodawców
POLSKA



Michal Kardoš
Dyrektor wykonawczy SAPIE
SŁOWACJA



Olivier Marquette
Prezes Amerykańskiej Izby Handlowej w Bułgarii
BUŁGARIA



Marcin Nowacki
Prezes European Enterprise Alliance
CEE



Doris Põld
Prezes Zarządu Estońskiego Stowarzyszenia
Technologii Informatycznych i
Telekomunikacyjnych
ESTONIA



Gábor Mátrai
Członek Zarządu Stowarzyszenia
Przedsiębiorstw Informatycznych,
Telekomunikacyjnych i Elektronicznych
WĘGRY



Angelo Coletta
Prezes InnovUp
Włochy



Lotte de Bruijn
Dyrektor Zarządzający NLdigital
HOLANDIA



Carlos Mateo
Prezes Stowarzyszenia Hiszpańskich Startupów
HISZPANIA



Michał Kanownik
Prezes Cyfrowej Polski
POLSKA



Marta Pawlak
Head of Public Policy w Startup Poland
POLSKA



Christian Borggreen
Wiceprezes i Dyrektor Biura w Computer &
Communications Industry Association Europe



Computer & Communications
Industry Association
Tech Advocacy Since 1972

Karina Stan
Dyrektor ds. polityki UE i szef biura w Brukseli
Developers Alliance



Vinous Ali
Koordynator Digital Future for Europe



Dr. Ingo Friedrich
Prezes Europejskiego Senatu Gospodarczego



European Economic Senate
Economic competence for Europe

Glen Hodgson
Prezes Free Trade Europa



Michael Jaeger
Sekretarz Generalny Taxpayers Association of
Europe



Morgan Taylor
General Manager, Europe ACT | The App
Association

