

Ramy operacyjne i standardy dla upowszechnienia eParagonu – opracowanie samoregulacyjne szerokiego rynku

Opracowanie:

Fundacja Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego we współpracy z uczestnikami rynku. Pełna lista uczestników: <http://frob.pl/eparagon/>

Warszawa, 2020

Spis treści

1.	Wprowadzenie	3
2.	Cel dokumentu	3
3.	Definicje	4
4.	Część A – KLIENT.....	6
4.1.	Beneficjent eParagonu	6
4.2.	Instrument płatniczy przypisany do transakcji generującej eParagon	6
4.3.	Wybór paragonu potwierdzającego transakcję	6
4.4.	Konsument, który w celu otrzymania eParagonu identyfikuje się sam, może nie okazać swojego unikatowego identyfikatora i w ten sposób nie skorzysta z możliwości otrzymania eParagonu. Rejestracja konsumenta do systemu eParagonów	6
4.5.	Wyrażanie zgody na otrzymywanie eParagonu	7
4.6.	Rezygnacja z/wstrzymanie otrzymywania eParagonów	7
4.7.	Rezygnacja z udziału w systemie eParagonów	8
4.8.	Przekazywanie eParagonów osobom trzecim.....	8
4.9.	Sposób korzystania z eParagonów przez konsumentów	8
4.10.	Udostępnianie danych z eParagonów przez podmioty obsługujące konsumentów i prowadzące repozytoria eParagonów w imieniu konsumenta	9
4.11.	Usługi przypisane do eParagonu	9
4.12.	Czas dostępności eParagonu	9
4.13.	Otrzymywanie eFaktury	10
4.14.	eParagon dla przedsiębiorcy	10
4.15.	Reklamacje inicjowane przez konsumenta	10
4.16.	Pozostałe zasady	10
5.	Część B – TECHNOLOGIA.....	11
6.	Część C – RYNEK	11
7.	Część D – LEGISLACJA	11
8.	Załączniki.....	11

1. WPROWADZENIE

Elektroniczna forma papierowego paragonu fiskalnego została uregulowana w kwietniu 2020 r. w nowelizacji ustawy o podatku od towarów i usług (VAT) oraz zmianie rozporządzenia w sprawie kas rejestrujących. Szerokie ramy jakie wprowadza legislacja powodują, że implementacja tej formy na poziomie operacyjnym może wymagać doprecyzowania zasad korzystania i obsługi. Grupa robocza powstała z inspiracji Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego podjęła pracę nad ustaleniem głównych założeń funkcjonowania eParagonu w Polsce.

2. CEL DOKUMENTU

W świecie usług cyfrowych eParagon - ustrukturyzowany, elektroniczny zbiór danych o zafiskalizowanej transakcji - stanowi szansę dla wszystkich stron tej transakcji (Nabywcy, Sprzedawcy, Skarbu Państwa) na poprawę efektywności działań, które do tej pory spełniał paragon papierowy. Polska staje przed ogromną szansą wykorzystania tej szansy, zaś inicjatywa FROB ma za zadanie nadać temu procesowi szybszy i bardziej ustrukturyzowany kształt.

W opinii wszystkich interesariuszy eParagon powinien nosić w sobie wszystkie cechy paragonu papierowego, które da się odtworzyć w formie elektronicznej, uzupełnione przez dodatkowe możliwości wynikające z tej postaci. eParagon powinien być w każdej chwili dostępny, uznawany przez rynek na równi z papierowym (reklamacje, zwrot towarów, przekazywanie osobom trzecim), łatwy w przechowywaniu i niedostępny dla osób trzecich bez zgody konsumenta, a także, o ile to technicznie możliwe, anonimowy.

Prace grupy roboczej zostały podsumowane w niniejszym dokumencie. Jego celem jest określenie wysokopoziomowych zasad, które pozwolą na stworzenie i wdrożenie możliwie spójnego ekosystemu e-paragonu w Polsce poprzez:

- budowę wytycznych dla twórców produktów i usług w przyszłym szeroko rozumianym ekosystemie e-paragonu,
- funkcjonowanie eParagonu w zgodzie z obowiązującym prawem,
- rekomendacje zmian legislacyjnych, które będą wspierały rozwój eParagonu z korzyścią dla wszystkich stron (Nabywcy, Sprzedawcy, Skarbu Państwa) i wspierających ich Partnerów,
- zapewnienie efektywnych mechanizmów, mających szansę na realne upowszechnienie, tak w sprzedaży naziemnej jak i zdalnej,
- stworzenie wspólnych ram, w szczególności uspoźnienie definicji.

Dokument prezentuje dwa rodzaje wytycznych:

1. wspólne zasady i standardy, które zostały przyjęte przez uczestników inicjatywy i zobowiązali się oni do ich przestrzegania podczas dalszych prac wdrażających eParagon w Polsce,
2. rekomendacje i dobre praktyki, które były wskazywane przez większość uczestników inicjatywy jako zasadne do zaistnienia na rynku, jednak różnorodność modeli w jakich może być wdrożony eParagon nie pozwoliła na osiągnięcie pełnego konsensusu.

W trakcie prac prezentowane były także opinie, które nie mogły znaleźć konsensusu wśród wszystkich uczestników inicjatywy lub nie mogą zostać przyjęte na tym etapie z powodu niepewności technologicznej, legislacyjnej czy produktowej.

Należy przy tym zaznaczyć, że nie jest zadaniem tego dokumentu:

- określanie twardych standardów prawnych (w szczególności: nie stanowi on obowiązującej w Polsce podstawy prawnej, pomimo uczestnictwa w pracach przedstawicieli Ministerstwa Finansów, Cyfryzacji, Rozwoju i innych agend rządowych - KAS, GUM),
- definiowanie kształtu produktów, jakie już powstały lub powstaną w przyszłości na rynku,
- definiowanie kształtu rynku i zamykaniu zbioru jego aktorów, bowiem inicjatywa nie może ograniczać konkurencji między przedsiębiorstwami ani ograniczać wyboru konsumenta; jednocześnie możliwe jest, że wskazane w dokumencie Rekomendacje i dobre praktyki dotyczyć będą ograniczeń kluczowych dla zapewnienia funkcjonowania, bezpieczeństwa i zaufania dla wszystkich zaangażowanych stron.

W miarę rozwoju rynku eParagonu, możliwe są doprecyzowania tego dokumentu, zarówno na gruncie oficjalnej legislacji jak i uszczegóławiających inicjatyw samoregulacyjnych. W szczególności, w przyszłości możliwe jest oparcie części zapisów umów dwustronnych między stronami rynku bezpośrednio o wytyczne z niniejszego dokumentu.

Wszelkie komentarze i propozycje zmian do niniejszego raportu są mile widziane i zbierane pod adresem biuro@frob.pl

3. DEFINICJE

1. **eParagon** – paragon fiskalny (dokument) w postaci elektronicznej, zdefiniowany w Rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 21 kwietnia 2020 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie kas rejestrujących (Dz.U. 2020 poz. 732), tj. „utworzony przez kasę on-line zbiór ustrukturyzowanych i uporządkowanych danych z dokumentów fiskalnych i нефiskalnych, zapisywanych w pamięci fiskalnej lub pamięci chronionej, w formacie

określonym w protokole komunikacyjnym przesyłania danych w przypadku dokumentów fiskalnych”;

2. **repozytorium eParagonów** – aplikacja i pamięć komputerowa (serwerowa lub urządzenia mobilnego), która na żądanie nabywcy, w jego imieniu i za jego zgodą odbiera i przechowuje paragony elektroniczne wydane mu przez sprzedawcę, potwierdza sprzedawcy obiór eParagonu w imieniu nabywcy i umożliwia udostępnienie treści eParagonu w czasie rzeczywistym (bezpośrednio lub poprzez aplikację dostępową), odpowiada za autentyczność i integralność eParagonu dla wszystkich stron transakcji (nabywcy, sprzedawcy i Skarbu Państwa). Może realizować inne, opcjonalne zadania na zlecenie sprzedawcy, na zlecenie nabywcy, na gruncie obowiązującej legislacji lub na żądanie organów państwowych.
3. **aplikacja dostępową** – aplikacja internetowa lub aplikacja na urządzenie mobilne, która realizuje w imieniu sprzedającego wymóg czytelnego widoku dokumentu w postaci elektronicznej, umożliwiającemu nabywcy sprawdzenie prawidłowości dokonanej sprzedaży (par. 6, ust. 1 pkt 9. znowelizowanego rozporządzenia w sprawie kas rejestrujących), aplikacja może być samodzielna lub stanowić część innej aplikacji

4. CZĘŚĆ A – KLIENT

4.1. Beneficjent eParagonu

Każdy konsument, który wyrazi zgodę na otrzymywanie eParagonu do transakcji zakupu zrealizowanej na kasie rejestrującej, niezależnie od miejsca i sposobu dokonywania transakcji.

4.2. Instrument płatniczy przypisany do transakcji generującej eParagon

1. Konsument będzie miał możliwość otrzymania eParagonu od Sprzedającego, niezależnie od tego, jakim instrumentem opłacił transakcję.
2. eParagon będzie dostępny zarówno do transakcji opłaconych gotówką, jak i transakcji opłaconych bezgotówkowo – dowolnym instrumentem bezgotówkowym, dostępnym dziś lub w przyszłości.

4.3. Wybór paragonu potwierdzającego transakcję

1. Konsument każdorazowo ma możliwość otrzymania papierowego paragonu potwierdzającego transakcję. Konsumentowi, który wyraził zgodę na otrzymywanie eParagonu automatycznie wygenerowany zostanie eParagon i udostępniony w czasie rzeczywistym, zaś paragon papierowy pozostanie u sprzedającego, aby w obrocie istniał tylko jeden oryginał dokumentu (zasada obowiązywać będzie do czasu utrzymania obowiązku drukowania papierowego paragonu).
2. Gdy konsument jest identyfikowany automatycznie (np. poprzez bezgotówkowy instrument płatniczy, instrument przypisany do programu lojalnościowego lub email czy telefon), może on – przed rozpoczęciem transakcji – zrezygnować z otrzymania eParagonu.
3. Konsument, który w celu otrzymania eParagonu identyfikuje się sam, może nie okazać swojego unikatowego identyfikatora i w ten sposób nie skorzysta z możliwości otrzymania eParagonu.

4.4. Rejestracja konsumenta do systemu eParagonów

1. Konsument może skorzystać z usług dowolnego podmiotu uprawnionego do rejestracji w systemie eParagonów – może to być detalista prowadzący program lojalnościowy dla konsumentów, bank obsługujący rachunek konsumenta, dowolny podmiot dostarczający na rynku rozwiązania obsługujące konsumenta (płatnicze, lojalnościowe, etc.).

2. Podmioty przechowujące zgody na wydawanie i udostępniające eParagony klientom będą nadawać unikatowe identyfikatory konsumentom, pozwalające jednoznacznie zidentyfikować konsumenta i przekazać mu eParagon.
3. Identyfikatory mogą, ale (dla zapewnienia anonimowości) nie muszą zawierać danych osobowych lub być powiązane z jakimikolwiek danymi osobowymi, muszą jednak w swojej konstrukcji zapewniać sprzedającemu rozliczalność udzielonej zgody na wydanie eParagonu.
4. Każdy konsument może się zarejestrować u dowolnej liczby dostawców rozwiązań – otrzymując dowolną liczbę unikatowych identyfikatorów.
5. W przypadku wydawców bezgotówkowych instrumentów płatniczych unikatowy identyfikator konsumenta może być przypisany do instrumentu płatniczego i – poprzez płatność tym instrumentem – automatycznie identyfikować konsumenta w czasie transakcji i automatycznie generować eParagon, o ile konsument wyraził na to zgodę.
6. W przypadku konsumentów, uczestniczących w programach lojalnościowych, instrumenty umożliwiające identyfikację takich uczestników (karta lojalnościowa, aplikacja lojalnościowa na mobilnych urządzeniach) mogą mieć przypisane unikatowe identyfikatory konsumenta i umożliwiać w czasie transakcji identyfikować konsumenta i automatycznie generować eParagon.

4.5. Wyrażanie zgody na otrzymywanie eParagonu

1. Konsument w trakcie rejestracji w systemie eParagonów wyrazi zgodę na otrzymywanie eParagonów.
2. Zgoda wyrażona przez konsumenta będzie dotyczyć wszystkich punktów sprzedaży w Polsce wyposażonych w kasy rejestrujące przystosowane do wydawania eParagonów, tak naziemnych jak i on-line.
3. Zgoda dotyczyć będzie wszystkich transakcji realizowanych przez konsumenta okazującego się unikatowym identyfikatorem (bezpośrednio lub w ramach mechanizmu identyfikującego, w tym instrumentu płatniczego).

4.6. Rezygnacja z/wstrzymanie otrzymywania eParagonów

1. Konsument będzie mógł w każdej chwili zrezygnować lub wstrzymać otrzymywanie eParagonów.
2. Konsument będzie mógł w każdej chwili przywrócić prawo do otrzymywania eParagonów, składając odpowiednie zlecenie podmiotowi prowadzącemu jego eParagony (repozytorium).

Konsument posiadający kilka unikatowych identyfikatorów podejmuje decyzje odrębnie dla każdego ze swoich identyfikatorów.

4.7. Rezygnacja z udziału w systemie eParagonów

1. Konsument ma w każdym momencie prawo rezygnacji z udziału w systemie eParagonu. Musi w tym celu złożyć odpowiednie zlecenie podmiotowi prowadzącemu jego eParagony (repozytorium).
2. Konsument rezygnując z udziału w systemie eParagonu ma możliwość otrzymania w postaci elektronicznej dane wszystkich swoich transakcji przechowywanych w repozytorium. Zasady ich dalszego wykorzystania określa umowa między sprzedawcą a nabywcą zawarta przed wydaniem eParagonu oraz umowa z repozytorium. Konsument będzie mógł zrezygnować z możliwości otrzymania danych transakcji lub, o ile repozytorium na to pozwala, przenieść eParagony do innego repozytorium.
3. Konsument posiadający kilka unikatowych identyfikatorów podejmuje decyzję o rezygnacji w udziału w systemie eParagonów dla każdego z identyfikatorów odrębnie.
4. Rezygnacja z udziału w systemie eParagonów usuwa wszystkie powiązania danych paragonowych z danymi osobowymi, o ile jest to możliwe i o ile takie powiązania występowały.

4.8. Przekazywanie eParagonów osobom trzecim

1. Konsument ma prawo przekazać eParagon w postaci elektronicznej dowolnej osobie wskazanej przez siebie.
2. Z eParagonu korzystać może osoba będąca jego posiadaczem – w szczególności takie prawa uzyskuje osoba, która otrzyma eParagon od nabywcy towarów/usług.
3. Przekazanie eParagonu osobie trzeciej może spowodować brak możliwości skutecznego korzystania z usług przypisanych do danego eParagonu przez nabywcę towarów/usług przypisanych do eParagonu, jeżeli tak wskaże umowa między sprzedawcą a nabywcą zawarta przed wydaniem eParagonu.

4.9. Sposób korzystania z eParagonów przez konsumentów

1. Konsument ma dostęp do danych zgromadzonych w repozytorium poprzez mechanizm udostępnienia przez podmiot prowadzący repozytorium za pośrednictwem aplikacji dostępowej.
2. Konsument ma możliwość podglądu eParagonu w każdej chwili, od momentu wygenerowania eParagonu przez kasę rejestrującą i wysłanie go do repozytorium.
3. Sposób realizacji przekazania paragonu powinien być elementem konkurencji między uczestnikami rynku przy zachowaniu formy eParagonu zgodnej z definicją z właściwej dla paragonu elektronicznego legislacji.

4.10. Udostępnianie danych z eParagonów przez podmioty obsługujące konsumentów i prowadzące repozytoria eParagonów w imieniu konsumenta

1. Dane dotyczące transakcji objętych eParagonami mogą być udostępniane w celach analitycznych upoważnionym przez konsumenta podmiotom w postaci zanonimizowanej i wyłącznie z poziomu konsumentów.
2. Nie będą systemowo udostępniane dane umożliwiające identyfikację konsumenta lub detalisty.
3. Detalista podobnie jak konsument powinien móc podjąć decyzję czy chce się dzielić z rynkiem informacjami o swojej sprzedaży i na jakich zasadach (wzajemności, komercyjnie itp).

4.11. Usługi przypisane do eParagonu

1. Katalog usług będzie otwarty i będzie dawać dostawcom możliwość oferowania nowych rozwiązań.
2. eParagon zapewni konsumentom co najmniej funkcjonalności paragonu papierowego (możliwość zwrotu zakupionego produktu/usługi, reklamacja, potwierdzenie praw do zakupionego produktu, anonimowość paragonu elektronicznego względem sprzedającego, o ile zasady ustalone między sprzedawcą a nabywcą nie mówią inaczej, możliwość swobodnego przekazania eParagonu innej osobie, korzystającej z dedykowanej usługi eParagonowej).
3. Zasady realizacji usług są określone w regulaminie lub wynikają wprost z odpowiednich przepisów prawa, co wyłącza możliwość jednostronnej regulacji zakresu świadczeń.

4.12. Czas dostępności eParagonu

1. eParagon będzie dostępny dla konsumenta natychmiast po zakończeniu transakcji na kasie rejestrującej, w tym samym momencie, co paragon papierowy, dla umożliwienia weryfikacji dokonanego zakupu.
2. eParagon będzie przechowywany w repozytorium wybranym przez konsumenta i będzie dostępny przez minimum 5 lat w postaci zgodnej z przyjętymi ustaleniami w ramach systemu eParagonu .
3. Dane transakcji zakupu będą dostępne zawsze, do czasu rezygnacji z nich przez konsumenta lub rezygnacji konsumenta z udziału w systemie eParagonów, a po rezygnacji będą przechowywane bez powiązania z danymi osobowymi lub usunięte, o ile jest to możliwe.

4. Konsument może w każdej chwili zgłosić do podmiotu prowadzącego repozytorium żądanie usunięcia powiązania z nim dowolnego eParagonu lub wszystkich eParagonów.
5. Udostępnianie eParagonu do nabywcy może zostać zatrzymane w przypadku zwrotu towaru w całości.
6. eParagon może zostać zmodyfikowany w części dotyczącej zwróconego towaru (gdy zwrot objął część produktów objętych eParagonem), przy zachowaniu integralności danych oryginalnego paragonu.

4.13. Otrzymywanie eFaktury

1. Jedną z informacji zawartych na eParagonie będzie numer NIP kupującego, o ile kupujący wyrazi takie zainteresowanie.
2. Kupujący powinien móc przypisać NIP do identyfikatora i opcjonalnie określić NIP przypisany domyślnie.
3. Na podstawie eParagonu możliwe będzie wystąpienie do sprzedawcy o eFakturę lub zwykłą papierową fakturę.

4.14. eParagon dla przedsiębiorcy

1. Do systemu eParagonu może się również zarejestrować przedsiębiorca i przypisać do swojego unikatowego identyfikatora dedykowany instrument płatniczy.
2. Dane przechowywane w repozytorium i usługi przypisane do eParagonu będą dostępne również dla przedsiębiorców, na takich samych zasadach, jak dla konsumenta.

4.15. Reklamacje inicjowane przez konsumenta

1. Konsument ma takie same prawa do reklamacji, zwrotu, wymiany zakupionego produktu, jak przy paragonie papierowym.
2. Wszystkie procedury, terminy, instytucje zaangażowane w proces – będą analogiczne, jak przy paragonie papierowym.

4.16. Pozostałe zasady

1. Wszystkie elementy procesu obsługi konsumenta nie opisane w niniejszym dokumencie (po jego uzupełnieniu w czasie pracy nad pozostałymi częściami systemu eParagonu) pozostaną otwarte na bezpośrednie ustalenia między konsumentami a dostawcami usług związanych z eParagonem. O kierunkach rozwoju eParagonu w tych obszarach decydować będzie rynek.

5. CZĘŚĆ B – TECHNOLOGIA

6. CZĘŚĆ C – RYNEK

7. CZĘŚĆ D – LEGISLACJA

8. ZAŁĄCZNIKI