



EU Store Transparency Report

Październik 2023

Spis treści

Wstęp	03
Proaktywne mechanizmy kontroli	06
Innowacyjne narzędzia	11
Zautomatyzowana i specjalistyczna moderacja treści	14
Zgłoszenia i komunikacja z organami regulacyjnymi	17
Rozpatrywanie skarg i rozstrzyganie sporów	19
Pociąganie oszustów do odpowiedzialności	20
Współpraca międzybranżowa	23
Podsumowanie	26

Wstęp

Prawie trzy dekady temu, wraz z konceptem powstania Amazon, narodziła się idea, by była to najbardziej zorientowana na potrzeby klientów firma na świecie. Kluczowym elementem tej misji stało się zdobywanie i utrzymywanie ich zaufania. Wizja ta jest urzeczywistniana po dziś dzień. Dlatego Amazon oferuje konsumentom największy możliwy wybór bezpiecznych i autentycznych produktów, po to, by mogli kupić w naszych sklepach wszystko, czego potrzebują. W ramach tej misji celem Amazon jest zdobywanie i utrzymywanie zaufania klientów, poprzez zapewnienie im jak najlepszych doświadczeń zakupowych. Wiemy, że lojalność trudno zdobyć, ale łatwo stracić, dlatego inwestujemy znaczne środki we współpracę z doświadczonymi specjalistami oraz w innowacyjne rozwiązania technologiczne, by chronić klientów, partnerów handlowych, marki i reklamodawców przed wszelkimi formami oszustw i nadużyć.

„EU Store Transparency Report” jest pierwszym dokumentem, obejmującym wymagania wynikające z aktu prawnego o usługach cyfrowych (DSA), jakie będziemy publikować dwa razy w roku. Raport pokazuje inwestycje przeprowadzone przez Amazon w zakresie zapewnienia konsumentom, partnerom, markom i reklamodawcom zaufanego procesu zakupów oraz wysiłków na rzecz dalszego podnoszenia standardów bezpieczeństwa sklepów w UE. Raport obejmuje dane od stycznia do czerwca 2023 roku.

Inwestycje w specjalistów i technologie

W 2022 roku zainwestowaliśmy globalnie ponad **1,2 mld dolarów** i zatrudniliśmy ponad **15 000 osób** — w tym naukowców z dziedziny uczenia maszynowego, programistów i ekspertów śledczych — których zadaniem jest ochrona klientów, marek, partnerów handlowych i naszego sklepu przed podróbkami, oszustwami, a także innymi formami nadużyć.

Jesteśmy dumni z postępu, jaki poczyniliśmy na rzecz zapobiegania udostępnianiu w naszym sklepie ofert i treści niezgodnych z prawem lub naruszających nasz regulamin. Wymagało to od Amazon zaangażowania znacznych zasobów, wdrożenia innowacji oraz nawiązania partnerstw m.in. z właścicielami praw, agencjami rządowymi, organami ścigania, organizacjami ds. własności intelektualnej i wieloma innymi podmiotami. Opracowaliśmy najlepsze praktyki, które mogą znaleźć zastosowanie w segmencie handlu detalicznego na całym świecie — w zakresie naszych proaktywnych kontroli, innowacyjnych narzędzi oraz współpracy sektora prywatnego i publicznego. Wszystko po to, by zapewnić konsumentom, małym i średnim przedsiębiorcom współpracującym z Amazon oraz pozostałym partnerom handlowym, jak najlepsze doświadczenia zakupowe i sprzedażowe. Mimo ogromnych postępów nadal inwestujemy w poprawę wrażeń związanych z zakupami i sprzedażą w sklepach Amazon. Jednocześnie uważamy, że handel detaliczny ma przed sobą jeszcze długą drogę do budowania zaufania wśród klientów, dlatego Amazon w dalszym ciągu inwestuje i wprowadza innowacje, by być doskonałym partnerem.

Amazon został założony w 1994 roku i zajmował się wówczas sprzedażą detaliczną książek. Pierwszy sklep na terenie Unii Europejskiej został uruchomiony w 1998 roku w Niemczech, a w 2001 roku Amazon otworzył swój sklep dla sprzedawców zewnętrznych. W ciągu ostatnich 25 lat przyczyniliśmy się do rozwoju lokalnych gospodarek, społeczności i stworzyliśmy miejsca pracy w większości państw członkowskich UE, w wielu lokalizacjach, począwszy od wykluczonych obszarów wiejskich i obszarów przemysłowych, po centra miast. Dziś Amazon prowadzi sklepy w Niemczech, Włoszech, Francji, Hiszpanii, Holandii, Szwecji, Polsce i Belgii, a także zatrudnia pracowników w wielu innych państwach członkowskich UE. Zatrudniamy bezpośrednio ponad 150 000 osób na stałych stanowiskach w 21 państwach członkowskich UE, w tym ponad 35 000 osób na stanowiskach specjalistycznych. Posiadamy biura w około 50 miastach Europy, w tym w 11 miastach w Niemczech, 5 we Francji, 5 we Włoszech i 2 w Hiszpanii. Zainwestowaliśmy także w 15 ośrodków badawczo-rozwojowych w 9 państwach członkowskich i zarządzamy ponad 250 centrami logistycznymi w całej Unii Europejskiej. Te zasoby pomagają nam obsługiwać ponad 180 mln użytkowników miesięcznie w całej UE.

Średnia miesięczna liczba aktywnych użytkowników

Państwo członkowskie	Średnia miesięczna liczba aktywnych użytkowników
Austria	5 698 882
Belgia	2 781 420
Bułgaria	82 082
Chorwacja	143 992
Cypr	76 504
Czechy	167 353
Dania	269 845
Estonia	63 989
Finlandia	180 653
Francja	34 617 763
Niemcy	60 390 505

Grecja	171 397
Węgry	116 326
Irlandia	1 802 267
Włochy	38 121 014
Łotwa	61 579
Litwa	69 259
Luksemburg	408 565
Malta	76 491
Holandia	4 589 643
Polska	2 452 715
Portugalia	1 536 009
Rumunia	140 609
Słowacja	51 728
Słowenia	163 706
Hiszpania	25 101 320
Szwecja	2 032 592

Proaktywne mechanizmy kontroli

Kontrole podejmowane z inicjatywy Amazon wykorzystują zaawansowane techniki uczenia maszynowego i automatyzację do monitorowania różnych aspektów działalności naszego sklepu pod kątem potencjalnie fałszywych, naruszających prawa, nieautentycznych, niezgodnych albo niebezpiecznych produktów lub treści, aby budować zaufanie i zapewnić klientom jak najlepsze doświadczenia zakupowe. Nasze autorskie, zautomatyzowane narzędzia do wykrywania nieuczciwych praktyk funkcjonują nieprzerwanie na każdym etapie sprzedaży w naszym sklepie - począwszy od momentu, gdy potencjalny sprzedawca rozpoczyna proces rejestracji, poprzez wystawienie produktu na sprzedaż lub jego aktualizację, po zmianę kluczowych informacji o profilu, otrzymanie wypłaty środków i wiele więcej. W większości przypadków uniemożliwiamy oszustom nawet utworzenie konta lub wystawienie pojedynczego produktu na sprzedaż, a zabronione treści są blokowane, zanim klient je zobaczy.

Proaktywna i mocna weryfikacja wstępna

Weryfikacja sprzedawców - w połączeniu z wysiłkami w zakresie pociągania oszustów do odpowiedzialności - przynosi wymierne skutki. Liczba prób utworzenia nowych kont sprzedażowych przez oszustów spadła z **6 mln w 2020 roku do 2,5 mln w 2021 roku i 800 tys. w 2022 roku.**

Weryfikacja sprzedawców

Amazon korzysta z zaawansowanej technologii i wiedzy doświadczonych ekspertów do weryfikacji tożsamości potencjalnych sprzedawców. Są oni zobowiązani do podania wielu informacji, w tym: okazania dokumentu tożsamości ze zdjęciem, danych podatnika i danych bankowych. Systemy Amazon analizują również dodatkowe dane, w tym m.in. sygnały behawioralne, które wspierają wykrywanie zagrożeń i zapobieganie im. W celu potwierdzenia tożsamości stosujemy również metody weryfikacji na żywo, takie jak audyt wideo lub spotkania osobiste, dzięki czemu ułatwiamy rozpoczęcie sprzedaży uczciwym małym firmom, a oszustom utrudniamy tworzenie nowych kont sprzedażowych.

Bezpieczeństwo produktów i ich zgodność z przepisami

Systemy moderowania treści Amazon, mające na celu zapewnienie zgodności produktów z przepisami, obejmują kontrole oparte na zautomatyzowanych regułach, które identyfikują i usuwają produkty niespełniające wymogów. Wykorzystujemy tysiące algorytmów bazujących na słowach kluczowych, a także modele uczenia maszynowego, które stale porównujemy z katalogiem produktów sklepu w UE. Dzięki temu uwzględniając m.in. różnice językowe i lokalne wymagania dotyczące zgodności z przepisami w zależności od lokalizacji sklepu na terenie UE, staramy się zidentyfikować potencjalne naruszenia zasad. Kontrole te mają na celu zapobieganie wystawianiu na sprzedaż produktów niespełniających wymagań w zakresie zgodności z przepisami lub oznaczenie ich dla ekspertów śledczych Amazon, by ich sprzedaż mogła być wstrzymana, jeśli zostaną wykryte niezgodności lub konieczne będzie uzyskanie dodatkowych informacji od sprzedawców.

Monitoring bezpieczeństwa

Globalnie, zautomatyzowana technologia Amazon skanuje codziennie ponad **8 mld** prób wprowadzenia zmian na stronach ze szczegółami produktów pod kątem oznak potencjalnego nadużycia.



Zautomatyzowana ochrona marek

Polityka Amazon dotycząca własności intelektualnej zabrania wystawiania na sprzedaż produktów naruszających prawa własności intelektualnej należące do właścicieli praw. Amazon Brand Registry, bezpłatna usługa uruchomiona w 2017 roku, umożliwia markom skuteczniejszą ochronę ich własności intelektualnej, niezależnie od tego czy sprzedają one swoje produkty za pośrednictwem Amazon, czy też nie. Poprzez Brand Registry marki mogą udostępniać dane dotyczące własności intelektualnej i dane produktów, które Amazon wykorzystuje w celu zapobiegania potencjalnym naruszeniom. Funkcją owych zautomatyzowanych zabezpieczeń na rzecz marek jest wykrywanie treści, prawdopodobnie naruszających ich prawa własności intelektualnej oraz innych właścicieli praw. Przykładowo, nasze narzędzia do ochrony marek wykorzystują zaawansowane uczenie maszynowe do skanowania słów kluczowych, tekstu i logo, które są identyczne lub podobne do zarejestrowanych znaków towarowych czy dzieł chronionych prawem autorskim. Wszystko po to, by zapobiec próbom wystawiania na sprzedaż produktów podrobionych lub naruszających prawa autorskie.

Reklama

Proaktywnie wykrywamy i usuwamy treści reklamowe naruszające naszą politykę dotyczącą reklam, której celem jest utrzymanie wysokiego poziomu zadowolenia klienta z reklam w naszych sklepach. Wymagamy, aby treści reklamowe były zgodne ze wszystkimi obowiązującymi przepisami, zasadami i regulacjami oraz były odpowiednie dla ogółu odbiorców i uczciwe w odniesieniu do produktów lub promowanych usług. Zabramy reklam zwodniczych, wprowadzających w błąd lub obraźliwych, a także promowania treści o charakterze seksualnym lub brutalnym.

Inwestujemy znaczne środki w zespoły eksperckie i technologie, aby chronić klientów, marki, reklamodawców i sklepy w Unii Europejskiej przed oszustwami i innymi formami nadużyć. Amazon wdraża szereg działań w celu zapewnienia zgodności z polityką firmy dotyczącą reklam oraz wykrywania tych naruszających prawo, m.in. za pomocą zautomatyzowanych narzędzi moderacyjnych, które na całym świecie sprawdzają codziennie miliony reklam i ich widoczne elementy (w tym zdjęcia/obrazy dostarczane przez reklamodawców, nazwy i zdjęcia produktów wystawianych na sprzedaż, jak również opisy produktów). W przypadku niektórych produktów wdrażamy na przykład tzw. listy odmowy, które blokują wszystkie reklamy dla klientów wyszukujących określone hasła, np. „pistolety”.

Polityka dotycząca reklam blokuje również określone publikacje, które nie nadają się do celów reklamowych. W ramach uzupełnienia zautomatyzowanych środków, nasi specjaliści przeprowadzają również ręczną weryfikację reklam, aby zidentyfikować wszelkie potencjalne niezgodności z przepisami i wykorzystać zdobyte informacje jako wnioski służące ciągłemu ulepszaniu naszych narzędzi do zautomatyzowanej moderacji.

Wiarygodne recenzje

Procesy moderacji treści społecznościowych obejmują modele uczenia maszynowego, które wykrywają naruszenia naszych wytycznych i jednocześnie uniemożliwiają ich publikację. Surowo zabraniamy publikowania fałszywych recenzji, celowo wprowadzających klientów w błąd, chociażby poprzez podawanie informacji, które nie są bezstronne czy autentyczne lub nie odnoszą się do danego produktu bądź usługi. Inwestujemy znaczne zasoby, by proaktywnie zapobiegać fałszywym recenzjom. Obejmuje to modele uczenia maszynowego, które wykrywają ryzyko, w tym powiązania między kontami, aktywność logowania, historię recenzji i inne oznaki nietypowego zachowania, a także pracę ekspertów śledczych, którzy korzystają z zaawansowanych narzędzi do wykrywania oszustw w celu analizowania fałszywych recenzji i zapobiegania ich publikowaniu w naszych sklepach. Modele uczenia maszynowego Amazon analizują co tydzień miliony recenzji, wykorzystując tysiące danych do wykrywania zagrożeń. Algorytm rankingu recenzji uwzględnia sygnały z narzędzi Amazon do wykrywania oszustw związanych z autentycznością opinii. W przypadku uzasadnionych podejrzeń, że dana recenzja jest nieprawdziwa, usuwamy ją, aby nie była wyświetlana w sklepach Amazon w Unii Europejskiej.

Produkty obraźliwe i kontrowersyjne

Amazon zabrania sprzedaży produktów i książek, które promują, podżegają lub gloryfikują nienawiść, przemoc, dyskryminację rasową, seksualną lub religijną, a także popularyzują organizacje o takich poglądach; zawierają pornografię, gloryfikują gwałt lub pedofilię albo promują znęcanie się nad dziećmi lub ich seksualne wykorzystywanie; graficznie przedstawiają przemoc lub ofiary przemocy i popierają akty terrorystyczne; jak również inne materiały uznane za niewłaściwe lub obraźliwe. Wykorzystujemy uczenie maszynowe i automatyzację, aby filtrować zgłoszenia ofert, które podejrzewamy o potencjalne naruszenie zasad. Następnie nasze zespoły ds. moderacji treści ręcznie sprawdzają podejrzane zgłoszenia. Stosujemy uczenie maszynowe i manualną weryfikację do filtrowania ofert, które mogą naruszać zasady.

Inicjatywy własne Amazon w zakresie moderacji treści

W pierwszej połowie 2023 roku z własnej inicjatywy podjęliśmy 274 mln działań wobec naruszeń zasad lub innych rodzajów nadużyć, w tym takich z użyciem zestawu narzędzi do proaktywnego moderowania, który stworzyliśmy w celu usuwania treści z naszych sklepów w UE.

Liczba działań według rodzaju restrykcji, podjętych z inicjatywy Amazon

Rodzaj restrykcji	Liczba działań
Usunięcie treści	84,2 mln
Zablokowanie dostępu do treści	133,6 mln
Zawieszenie płatności	313 tys.
Częściowe zawieszenie świadczenia usługi	51,5 mln
Całkowite zawieszenie świadczenia usługi	385 tys.
Zawieszenie konta	4,2 mln
Wprowadzenie kolejnej restrykcji	258 tys.
Inne	0

Liczba działań według rodzaju treści, podjętych z inicjatywy Amazon

Związane z	Liczba działań
Produkt	219,8 mln
Multimedia (w tym zdjęcie, tekst i wideo)	54,6 mln
Inne	0

Innowacyjne narzędzia

Ekspertki zespoły Amazon nieustannie wprowadzają innowacje na rzecz klientów, marek i partnerów handlowych, aby zapewnić im jak najlepsze doświadczenia zakupowe, w tym komfort, bezpieczeństwo i zaufanie. Obejmuje to tworzenie narzędzi dla marek i partnerów handlowych, aby pomóc im w przestrzeganiu obowiązujących przepisów i naszego regulaminu, a także umożliwić im przekazywanie opinii oraz informacji, których używamy do udoskonalania proaktywnych kontroli i zautomatyzowanej moderacji treści.

Narzędzia biznesowe i edukacyjne dla partnerów handlowych

Amazon posiada przejrzystą politykę i zasady oraz dostępny dla sprzedawców zestaw zaawansowanych narzędzi. Dzięki temu mogą oni mieć pewność, że sprzedawane przez nich produkty są zgodne z obowiązującymi przepisami. Te informacje pomagają małym i średnim przedsiębiorcom rozpocząć działalność w naszym sklepie i wystawiać swoje pierwsze produkty po przejściu procesu weryfikacji sprzedawcy.

Wprowadzając innowacyjne narzędzia, mające na celu poprawę doświadczeń sprzedażowych na Amazon, zaczynamy od wysłuchania potrzeb partnerów handlowych. Stosowane przez nas programy analizy zbierają opinie na temat oferowanych przez nas funkcji i procesów m.in. dzięki ankietowaniu partnerów w momencie ich logowania się na swoje konta sprzedażowe, a także przez doraźne sondaże i interaktywne warsztaty z naszymi zespołami. Partnerzy handlowi mogą kontaktować się z nami na różne sposoby, w tym przez e-mail, telefon i czat. Stale analizujemy również formy rozmowy, by wykrywać i naprawiać przyczyny problemów oraz ulepszać nasze zasoby i procesy dotyczące wsparcia.

Nowe narzędzia i usługi Amazon pomagają partnerom handlowym wprowadzać nowe produkty, optymalizować oferty i rozwijać swoją działalność na całym świecie. Na bieżąco udzielamy im porad dotyczących optymalizacji doświadczeń sprzedażowych w sklepach Amazon, a także informujemy o nowych wymogach regulacyjnych i zasadach w komunikatach publikowanych systematycznie za pośrednictwem Seller Center, forów i aplikacji dla sprzedawców oraz biuletynów.

Polityka własności intelektualnej realizowana w sklepach Amazon w UE zapewnia sprzedawcom jasne i praktyczne informacje na temat ochrony marek i związanych z nimi obawami, które mogą pojawić się podczas sprzedaży w sklepie Amazon, w tym dotyczących egzekwowania tych praw. Amazon nie toleruje oszustów, którzy próbują celowo nadużyć lub obejść owe polityki i zasady. Jednocześnie jesteśmy świadomi, że uczciwi sprzedawcy, mający dobre intencje, i dzielą się



Amazon w zakresie ochrony konsumentów, (przy jednoczesnym poszanowaniu praw własności intelektualnej innych osób), ale mogą nieumyślnie wystawić na sprzedaż produkt zabroniony lub niezgodny z przepisami, nie znając obowiązujących wymogów prawnych lub polityki Amazon.

Seller University (Uniwersytet Sprzedawcy), czyli program prowadzony przez Amazon, pomaga europejskim partnerom handlowym w poznaniu i opanowaniu narzędzi Amazon, a także w rozwoju ich firm, oferując kursy w zakresie setek różnych tematów. Można tam znaleźć m.in. informacje o tym, jak rozpocząć sprzedaż na Amazon, jak działa program Realizacja-przez-Amazon (FBA – Fulfillment by Amazon) oraz o wskazówkach reklamowych dla właścicieli marek.

Sklepy Amazon w UE zachęcają również sprzedawców do udostępniania na swoich stronach materiałów dotyczących bezpieczeństwa produktów oraz ich zgodności z przepisami, w tym ostrzeżeń i oznaczeń w zakresie zgodności, a także umieszczania wysokiej jakości zdjęć produktów i opakowań. Aby ułatwić zapewnienie zgodności z przepisami, w miarę często i tam, gdzie jest to możliwe, korzystamy z interfejsów API i zasobów publicznych. Sprzedawcy mogą np. wyświetlać etykiety dotyczące efektywności energetycznej, przekazując nam informacje z Karty Identyfikacyjnej zamieszczonej w bazie EPREL – europejskiej bazie danych produktów wymagających etykietowania energetycznego.

Narzędzia wspierające ochronę marek

Amazon tworzy skuteczne narzędzia dla właścicieli praw, aby mogli oni chronić swoje marki dzięki partnerstwu z nami. Współpracujemy z dużą i stale rosnącą liczbą marek, by jeszcze skuteczniej proaktywnie zapobiegać sprzedaży podróbek, oszustwom i innym formom nadużyć.

Uruchomiliśmy Amazon Brand Registry – bezpłatną usługę dla wszystkich marek, niezależnie od tego czy sprzedają swoje produkty w naszych sklepach, czy też nie. Usługa umożliwia lepsze zarządzanie marką i rozwijanie jej za pośrednictwem Amazon, a także chroni ją izwiązane z nią prawa własności intelektualnej. Dzięki narzędziu „Zgłoś naruszenie” właściciele marek mogą łatwiej wyszukiwać, identyfikować i zgłaszać naruszenia, a następnie śledzić swoje zawiadomienia w panelu „Historia Zgłoszeń”. Mają także dostęp do wielu innych funkcji z zakresu rozwoju i ochrony marki.

Nasz program IP Accelerator zapewnia małym i średnim przedsiębiorcom, którzy dopiero rozpoczynają działalność i szukają pomocy w uzyskaniu i ochronie swojej własności intelektualnej, dostęp do sprawdzonej sieci zaufanych kancelarii prawnych, zajmujących się własnością intelektualną w 39 różnych krajach i 13 różnych językach. Oferują one wysokiej jakości, zaufane usługi rejestracji znaków towarowych po wcześniej wynegocjowanych konkurencyjnych stawkach.

Za pośrednictwem programu Transparency, czyli usługi serializacji produktów, która wykorzystuje unikalne kody dla każdego wyprodukowanego produktu w celu ich identyfikacji, zapobiegamy także sprzedaży podróbek do klientów. Kody te mogą być - za pomocą aplikacji Amazon Shopping lub aplikacji Transparency - skanowane w całym łańcuchu dostaw, a także przez samych klientów w celu sprawdzenia autentyczności produktów, niezależnie od tego, gdzie zostały zakupione. Amazon weryfikuje te kody, aby mieć pewność, że do klientów wysyłane są wyłącznie autentyczne produkty, co praktycznie eliminuje występowanie podróbek w sklepach Amazon.

Project Zero

Project Zero łączy zaawansowaną technologię Amazon z rozległą wiedzą właścicieli marek na temat własności intelektualnej i najlepszych sposobów wykrywania podróbek. Jest to możliwe dzięki naszym skutecznym narzędziom ochrony marek, w tym automatycznym zabezpieczeniom, opcji serializacji produktów i bezprecedensowej szansie, jaką dajemy markom w ramach Project Zero do usuwania podrobionych ofert bezpośrednio z naszego sklepu.

Zautomatyzowana i specjalistyczna moderacja treści

Amazon zatrudnia naukowców z dziedziny uczenia maszynowego, analityków danych, programistów i ekspertów śledczych, których zadaniem jest ochrona klientów, marek, partnerów handlowych i naszego sklepu przed nielegalnymi ofertami i treściami, w tym podróbkami, oszustwami i innymi formami nadużyć. Eksperti pomagają nam zarówno w zautomatyzowanym, jak i wyspecjalizowanym, ręcznym moderowaniu treści.

Automatyzacja w skalowaniu zabezpieczeń

Nasze zautomatyzowane narzędzia pomagają nam skalować zabezpieczenia i szybciej podejmować niezbędne działania ochronne. Dzięki nim możemy działać na dużą skalę, uniemożliwiając rejestrowanie kont przez oszustów, a także wykrywając i usuwając oferty i treści, które naruszają nasze zasady lub prawo. Do zautomatyzowanych narzędzi należą zarówno algorytmy tekstowe, które identyfikują określone słowa kluczowe, jak i zaawansowane modele rozpoznawania obrazów oraz uczenia maszynowego.

Po zidentyfikowaniu nielegalnych lub potencjalnie naruszających prawo treści, nasze zautomatyzowane narzędzia, w połączeniu z doświadczeniem naszych ekspertów śledczych, pozwalają nam wdrożyć działania egzekwujące prawo.

Gdy rozwiązania zidentyfikują duże prawdopodobieństwo wystąpienia zabronionych treści, automatycznie wdrażane są działania egzekwujące przepisy. Wykorzystujemy dane i wnioski zebrane za pomocą tych technologii oraz ważne zgłoszenia o naruszeniach lub nielegalnych treściach w celu wprowadzania innowacji i ulepszania naszych kontroli.

W pierwszej połowie 2023 roku w pełni zautomatyzowaliśmy 73 mln z podejmowanych przez nas działań. Aż 97% z nich było trafnych.

amazon



Zabezpieczenia stosowane w automatyzacji

Aby zabezpieczyć się przed potencjalnymi błędami, które mogą zostać wygenerowane przez nasze zautomatyzowane narzędzia, wdrażamy procesy zapewniające wysoki wskaźnik pewności, że rozwiązania działają zgodnie z przeznaczeniem i minimalizują liczbę błędów. Dokładamy wszelkich starań, by zagwarantować, że charakteryzuje je wysoki poziom dokładności, jeszcze zanim zostaną uruchomione. Robimy to testując skuteczność kontroli oraz stale monitorując narzędzia po ich wdrożeniu, a także wycofując z użycia automatyzację, która nie utrzymuje wystarczająco wysokiego poziomu dokładności. Oprócz tego udoskonalamy nasze narzędzia, wzbogacając je o nowe informacje, w tym wewnętrzne wnioski i ustalenia (także decyzje podejmowane przez naszych ekspertów) oraz o zewnętrzne sygnały o zagrożeniach, aby stale uczyły się proaktywnego identyfikowania i automatycznego blokowania produktów niezgodnych z przepisami.

Specjalistyczna weryfikacja ręczna

Cały zespół Amazon, w tym eksperci zajmujący się moderacją treści, ma obowiązek przestrzegać Zasad Przywództwa Amazon. Jest to zestaw wytycznych, z których pracownicy korzystają każdego dnia przy rozwiązywaniu problemów, szacowaniu kompromisów i podejmowaniu decyzji. Łącznie jest ich 16 i stanowią one podstawę oceny potencjalnych kandydatów do pracy oraz ustalania oczekiwań dotyczących jakości wykonywanych zadań. Poziom kwalifikacji i wiedzy specjalistycznej naszych moderatorów treści jest zróżnicowany i zależy od ich konkretnej roli. Większość z nich posiada tytuł licencjacki z odpowiedniej dziedziny nauki, w tym informatyki, technologii informatycznych, analityki danych, bezpieczeństwa informacji, finansów, badań, własności intelektualnej i zarządzania ryzykiem. Wszyscy pracownicy zajmujący się moderacją treści posiadają doświadczenie w przeprowadzaniu badań na różne tematy, w tym dotyczących oszustw, nadużyć, zaufania i ryzyka, a także posiadają umiejętność weryfikacji złożonych i wysoce technicznych problemów oraz przeprowadzania analizy przyczyn źródłowych.

Kompetencje i szkolenia językowe

Chociaż większość naszych ekspertów śledczych jest w stanie podejmować decyzje dotyczące moderowania treści bez specjalistycznej wiedzy językowej, posiadamy zespoły ds. badań, które oprócz języka angielskiego posługują się także biegle językiem kraju UE, w którym pracują, w szczególności językiem niemieckim, francuskim, hiszpańskim, włoskim, holenderskim, polskim i szwedzkim. Osoby z biegłą znajomością języków narodowych w UE pomagają nam we wdrażaniu zautomatyzowanych kontroli i technologii tłumaczenia maszynowego dla danego języka, definiowaniu wymagań i zasad sklepu Amazon w danym kraju, audytowaniu odpowiednich decyzji i utrzymywaniu kontaktów z właściwymi organami państw członkowskich.

Eksperci Amazon zajmujący się moderowaniem treści, w tym administrowaniem mechanizmami powiadamiania i podejmowania działań, procedurami związanymi ze skargami i odwołaniami, są przeszkoleni w zakresie identyfikowania treści nielegalnych i naruszających nasz regulamin. Przechodzą oni szczegółowy proces wdrożenia do pracy, który ma na celu zapoznania się z podstawowymi zasadami i standardowymi procedurami operacyjnymi, zanim będą mogli podejmować własne decyzje w zakresie moderacji. Odbywają oni także regularne szkolenia w miejscu pracy i są okresowo testowani ze swojej wiedzy, m.in. na temat nowych narzędzi lub procesów. W razie potrzeby otrzymują też wsparcie ze strony trenerów merytorycznych. Obejmuje ono m.in. szkolenia z zakresu odpowiedniej tematyki, które pomagają lepiej chronić klientów oraz regularne szkolenia w zakresie polityk i regulaminu naszej firmy, a także wybranych obszarów specjalizacji, niezależnie od tego, czy dotyczy to bezpieczeństwa produktów i ich zgodności z przepisami, ochrony własności intelektualnej i marki, treści kontrowersyjnych czy też nieuczciwych recenzji klientów. Przykładowo, eksperci zajmujący się oceną zgłoszeń o naruszeniu własności intelektualnej przechodzą szkolenie i otrzymują wsparcie na temat identyfikowania w ofertach sprzedaży treści naruszających prawa własności intelektualnej, w tym znaków towarowych, praw autorskich, projektów i patentów. Z kolei eksperci ustalający reguły dotyczące wystawiania produktów na sprzedaż, mają szczegółową wiedzę na temat katalogu Amazon i są przeszkoleni z dokładnego opracowywania i stosowania zasad dotyczących wystawiania produktów na sprzedaż.

Zgłoszenia i komunikacja z organami regulacyjnymi

Dzięki stworzonym przez nas narzędziom, partnerzy handlowi, marki i klienci mogą przesyłać zgłoszenia, informując Amazon o pojawieniu się w naszym sklepie nielegalnych ofert i treści. Niezwłocznie po otrzymaniu takiego zgłoszenia podejmujemy odpowiednie działania, by zbadać sprawę i, jeśli jest to uzasadnione, usunąć owe treści z naszego sklepu.

Zgłoszenia na podstawie art. 16

W pierwszej połowie 2023 roku nasze mechanizmy i narzędzia do raportowania zarejestrowały 417 836 zgłoszeń. Za pomocą zautomatyzowanych procesów rozstrzygnęliśmy 283 220 tego typu spraw.

W związku z uzasadnionymi zgłoszeniami podjęliśmy 810 170 działań. Nasz regulamin zabrania wystawiania na sprzedaż jakichkolwiek nielegalnych produktów, więc podejmujemy odpowiednie kroki, gdy tylko informacje lub treści naruszają zarówno nasze zasady, jak i obowiązujące prawo. Średni czas reakcji w związku ze zgłoszeniem oraz potwierdzenia działań u zgłaszającego wynosił mniej niż jeden dzień.

Liczba zgłoszeń według rodzaju, otrzymanych na podstawie art. 16

Związane z	Liczba zgłoszeń
Zdjęcie/Obraz	27 980
Produkt	389 856
Inne	0

Środki zapobiegające nadużyciom

Zawsze poważnie traktujemy zgłoszenia i raporty otrzymywane od użytkowników. Niewłaściwe korzystanie z naszych systemów może szkodzić klientom i sprzedawcom, dlatego dysponujemy środkami, które umożliwiają identyfikację nadużyć i podejmowanie w stosunku do nich konkretnych działań. Badamy i wykonujemy odpowiednie kroki wobec podmiotów, które podejrzewamy lub w przypadku których stwierdzono składanie fałszywych raportów. W pierwszym półroczu 2023 podjęliśmy działania w zakresie egzekwowania przepisów wobec 1841 użytkowników naszego serwisu za wielokrotne składanie bezpodstawnych zgłoszeń i reklamacji..

Komunikacja z organami regulacyjnymi

Jeśli zdarzy się, że oszust lub dana treść zdoła obejść nasze proaktywne kontrole czy systemy zgłoszeń, a my otrzymamy o tym informację od organu regulacyjnego, niezwłocznie reagujemy i rozwiązujemy problem. W pierwszej połowie 2023 roku otrzymaliśmy 1081 komunikatów od organów regulacyjnych państw członkowskich UE. Średni czas na poinformowanie organu był krótszy niż jeden dzień, a średni czas rozwiązania zgłoszonego problemu wynosił dwa dni. Spośród tych komunikatów, 1081 dotyczyło produktu, a żaden z nich nie był związany z aplikacją, dźwiękiem, obrazem, mediami syntetycznymi, tekstem, nagraniem wideo lub innymi.

Komunikaty otrzymane od organów regulacyjnych według państwa członkowskiego UE

Państwo członkowskie	Liczba komunikatów
Austria	9
Belgia	6
Francja	56
Niemcy	754
Irlandia	82
Włochy	24
Luksemburg	18
Holandia	4
Polska	6
Hiszpania	102
Szwecja	20
Inne	0

Rozpatrywanie skarg i rozstrzyganie sporów

Gdy zidentyfikujemy i usuniemy niezgodną z przepisami czy niebezpieczną ofertę produktu lub zawiesimy sprzedawcę, reklamodawcę albo właściciela praw z powodu naruszenia zasad, komunikujemy to jasno, aby umożliwić rozpoczęcie odpowiednich działań. Opisujemy naruszenie zasad, które doprowadziło do podjęcia procesów egzekwujących przepisy, a także zapewniamy dodatkowe informacje na temat polityki Amazon i zasobów dotyczących zgodności z przepisami, które mogą pomóc użytkownikom w przyszłości. Zapewniamy też proces naprawy naruszeń polityki, odwołania się od decyzji lub jej zakwestionowania i zwrócenia się do Amazon o ponowne rozpatrzenie decyzji.

Rozpatrywanie skarg

W pierwszej połowie 2023 roku otrzymaliśmy 156 369 skarg. 2868 z nich wynikało z tego, że użytkownik nie zgodził się z naszą decyzją o niepodejmowaniu działań w związku ze zgłoszeniem rzekomych nielegalnych treści. 153 501 skarg dotyczyło tego, że użytkownik nie zgadzał się z konkretnymi działaniami, które podjęliśmy w odpowiedzi na opublikowane przez niego treści. Spośród 810 170 działań, podjętych w odpowiedzi na uzasadnione zgłoszenia, wskutek złożonych skarg cofnęliśmy 41 167 pierwotnych decyzji. Średni czas rozpatrzenia skargi wynosił jeden dzień.

Spory pozasądowe

Jeśli po skontaktowaniu się z naszymi zespołami ds. wsparcia nasi sprzedawcy pozostają niezadowoleni z decyzji podjętej przez Amazon, mogą spróbować rozstrzygnąć spór w drodze mediacji, oferowanej przez Centrum Skutecznego Rozstrzygnięcia Sporów. Ten mechanizm dochodzenia roszczeń zwiększa zdolność Amazon do odpowiedniej ochrony interesów i praw sprzedawców. Utworzyliśmy także zespoły, których zadaniem jest słuchanie i rozwiązywanie problemów naszych partnerów handlowych.

W pierwszej połowie 2023 roku partnerzy handlowi z UE zgłosili 3 spory pozasądowe. W ramach nich niezależny mediator wydał 3 korzystne dla Amazon decyzje o ugodzie i nie wyznaczył zaleceń do wdrożenia. Średni czas zakończenia mediacyjnych procedur ugodowych wyniósł 56 dni, licząc od momentu, w którym mediator powiadomił Amazon o sporze, do momentu, w którym podzielił się z nami swoją rekomendacją.

Pociąganie oszustów do odpowiedzialności

Dzięki współpracy z markami i organami ścigania byliśmy w stanie pociągnąć do odpowiedzialności większą liczbę oszustów w ramach postępowania cywilnych i skierowania naruszeń do rozstrzygnięcia w drodze spraw karnych kierowanych do organów ścigania. Wszystko po to, by powstrzymać ich od nadużywania naszych i innych sklepów detalicznych w przyszłości. Nasze wysiłki mające na celu identyfikację i pomoc w likwidowaniu podejrzanych organizacji, podmiotów pośredniczących w wystawianiu fałszywych recenzji i innych oszustów są jeszcze na wczesnym etapie, ale przynoszą już efekty. Jesteśmy dumni z naszych dotychczasowych starań i tego, jak pomogły one w pociąganiu do odpowiedzialności znacznie większej liczby oszustów. Jednocześnie uważamy, że cały segment handlu detalicznego oraz rząd mają znacznie więcej do osiągnięcia w tym zakresie.

Mamy świadomość, że uczciwym użytkownikom również zdarzają się błędy. Nie tolerujemy jednak celowych i powtarzających się nadużyć w naszych systemach i wykonujemy niezbędne kroki, aby je powstrzymać. W pierwszej połowie 2023 roku Amazon podjął działania przeciwko 15 774 użytkownikom publikującym nielegalne treści w naszych sklepach.

Odpowiedzieliśmy także na 8863 wnioski prawne, złożone przez władze państw członkowskich UE, o udzielenie informacji na temat użytkowników naszych sklepów w wymaganych prawnie terminach.

Wnioski prawne od organów państw członkowskich UE

Państwo członkowskie	Liczba wniosków
Belgia	86
Francja	817
Niemcy	4513
Włochy	1101
Luksemburg	9
Holandia	68
Polska	38
Hiszpania	2206
Szwecja	25
Inne	0

Likwidowanie sieci podróbek na całym świecie

Kontynuujemy współpracę z markami i organami ścigania w celu pociągnięcia do odpowiedzialności coraz większej liczby fałszerzy, powstrzymania przestępców przed nadużywaniem naszych klepów i uniemożliwienia im sprzedaży podróbek w jakimkolwiek miejscu. Nasza Jednostka ds. przestępstw związanych z podrabianiem produktów (Counterfeit Crimes Unit, CCU) współpracuje z markami, agencjami celnymi i organami ścigania, po to, by zidentyfikować fałszerzy, zamykać konta oszustów, przejmować podrobione produkty i ich zapasy oraz wnosić oskarżenia przeciwko osobom zaangażowanym w podobne działania. CCU wstrzymuje działalność fałszerzy i likwiduje ich siatki poprzez procesy cywilne, wspólne procesy w zakresie egzekwowania prawa i konfiskaty prowadzone przez organy ścigania na całym świecie. W przypadku zidentyfikowania problemu, Amazon podejmuje szybkie działania w celu ochrony klientów, marek i swojego sklepu, w tym usuwa problematyczną treść lub ofertę produktu oraz, w stosownych przypadkach, blokuje konta, wstrzymuje środki pieniężne, poddaje kwarantannie fizyczne produkty lub zgłasza oszustów do organów ścigania.

W 2022 roku Jednostka ds. przestępstw związanych z podrabianiem produktów (CCU) pozwała lub skierowała do postępowania karnego ponad 1300 fałszerzy na całym świecie. Podejmujemy również działania mające na celu znalezienie fabryk i magazynów, w których powstają lub są przechowywane nielegalne towary, a następnie doprowadzamy do ich zamknięcia. W 2022 roku zidentyfikowaliśmy, przejęliśmy i odpowiednio zutylizowaliśmy ponad 6 mln podróbek, uniemożliwiając ich odsprzedaż w jakimkolwiek miejscu łańcucha dostaw.

Pociąganie oszustów do odpowiedzialności w UE

Na podstawie informacji uzyskanych od Amazon, niemieckie organy ścigania podjęły działania przeciwko dziewięciu podejrzanym członkom niemieckiej grupy zajmującej się podrabianiem tuszów i tonerów do drukarek. Grupa próbowała oszukać klientów, sprzedając fałszywe wkłady reklamowane jako oryginalne produkty.

Amazon i Salvatore Ferragamo wspólnie złożyli dwa pozwy przeciwko czterem osobom („oskarżonym”) i trzem podmiotom w związku z podrabianiem produktów marki Salvatore Ferragamo. Oskarżeni usiłowali oferować produkty łamiące prawo w sklepie Amazon, naruszając tym samym politykę Amazon, prawa własności intelektualnej Ferragamo oraz obowiązujące przepisy prawne.

Amazon złożył już wiele pozwów sądowych przeciwko podmiotom oferującym fałszywe recenzje w państwach członkowskich UE. Np. w Niemczech doprowadził do zamknięcia 100 Rabatt oraz Nice Rebate, które pośredniczyły w wystawianiu fałszywych recenzji.

Podejmowanie działań przeciwko brokerom fałszywych recenzji

Amazon dąży do tego, by każda recenzja w naszym sklepie była wiarygodna i odzwierciedlała rzeczywiste doświadczenia klientów. Z tego powodu zachęcamy do publikowania autentycznych recenzji – zarówno pozytywnych, jak i negatywnych – ale surowo zabraniamy publikowania fałszywych opinii, które celowo wprowadzają klientów w błąd, wskazując na informacje, które nie są bezstronne, autentyczne, ani nie odnoszą się do danego produktu lub usługi. Amazon podejmuje działania prawne przeciwko podmiotom świadczącym usługi związane z publikowaniem fałszywych recenzji, aby zwalczać pierwotne źródło ich pojawiania się w segmencie handlu detalicznego. Uzyskaliśmy dziesiątki nakazów sądowych, szczególnie w Europie, w wyniku których kilka firm wystawiających płatne recenzje wstrzymało swoją działalność i zostało zamkniętych.

W 2023 roku Amazon złożył wiele pozwów w całej Europie, w tym w Niemczech, Hiszpanii, Polsce, Austrii i Francji. Nasze działania prawne na całym świecie przynoszą pozytywne rezultaty, ponieważ udało nam się doprowadzić do zakończenia działalności kilku z największych światowych brokerów, w tym Matronex i Climbazon. Podejmując owe działania, Amazon celuje w źródło problemu. Ponieważ podmioty pośredniczące w publikowaniu fałszywych recenzji korzystają z usług stron trzecich, takich jak media społecznościowe i usługi szyfrowania wiadomości stron trzecich, by z łatwością realizować swoje nielegalne kroki, Amazon bada i regularnie zgłasza grupy dopuszczające się nadużyć, oszukańczych influencerów i innych oszustów w mediach społecznościowych i serwisach komunikacyjnych.

Współpraca z branżowymi partnerami

Wiemy, że współpraca z podmiotami z sektora prywatnego i publicznego wspiera skuteczność naszych działań. Regularnie współpracujemy z innymi zainteresowanymi stronami, takimi jak: podmioty działające w segmencie handlu, organizacje ochrony konsumentów, rządy i organy regulacyjne, środowiska akademickie i inne osoby, które podzielają naszą chęć działania na rzecz ochrony konsumentów oraz małych i średnich przedsiębiorców. Zawarliśmy umowy dotyczące wymiany informacji w sektorze prywatnym i razem z rządami na całym świecie podjęliśmy się dobrowolnych zobowiązań dotyczących bezpieczeństwa produktów. Oprócz tego w dalszym ciągu poszukujemy innych możliwości bliższej współpracy z członkami segmentu handlu i rządami wszędzie tam, gdzie może to przynieść pozytywny wpływ.

Wymiana informacji w sektorze prywatnym

Wierzymy, że należy usprawnić wymianę informacji w sektorze prywatnym. Zgodnie z naszym planem z 2021 roku, dotyczącym powstrzymywania fałszerzy oraz z planem na 2023 rok, dotyczącym zapobiegania fałszywym recenzjom, uważamy, że partnerstwo sektora prywatnego i publicznego, obejmujące większą wymianę informacji, ma kluczowe znaczenie.

Nasze członkostwo w Anti-Counterfeiting Exchange, inicjatywie branżowej zapoczątkowanej w Stanach Zjednoczonych, ma na celu utrudnienie fałszerzom przemieszczania się między różnymi sklepami, a konsumentom zwiększenie bezpieczeństwa robienia zakupów w dowolnym miejscu. Z niecierpliwością czekamy na takie same lub podobne działania na całym świecie, abyśmy wszyscy mogli korzystać z tego typu informacji w ramach naszych bieżących wysiłków na rzecz wykrywania podrobionych produktów i zwalczania tej praktyki. Z niecierpliwością wyczekujemy również wykorzystania jurysdykcji i najlepszych praktyk UE, takich jak te określone w zestawie narzędzi własności intelektualnej przeciwko fałszerstwom oraz w ramach protokołu ustaleń UE, aby zachęcić do rozmowy i stymulować wymianę informacji na temat fałszerzy w segmencie handlu w Europie. Nasze niedawne ogłoszenie, dotyczące utworzenia globalnej koalicji na rzecz wiarygodnych recenzji, to współpraca branżowa ze Stanami Zjednoczonymi, Unią Europejską i innymi krajami. Jej celem jest między innymi wymiana informacji o tym, jak działają oszuści, żebyśmy mogli poczynić jeszcze większe postępy w ograniczaniu fałszywych recenzji.

Ochrona między granicami

Amazon chce doprowadzić również do szerszej wymiany informacji w celu zatrzymywania podrabianych towarów na granicach krajów. Stale poszerzamy współpracę z agencjami celnymi w zakresie wzajemnej wymiany informacji na temat działalności fałszerzy. Możemy pomóc agencjom celnym w ich działaniach na rzecz wykrywania, przeszukiwania i konfiskaty nielegalnych towarów, a także wzmocnić zdolność organów ścigania do rozbijania siatek przestępczych stojących za tymi nielegalnymi towarami. Agencje celne mogą współpracować z nami nie tylko przy blokowaniu zatrzymanych przesyłek, ale także przy zamrażaniu innych aktywów i towarów pochodzących od fałszerzy, którzy są nam znani.

Współpraca z organami ścigania

Amazon współpracuje z organami ścigania na kilku polach jednocześnie. Oprócz wspomnianych wcześniej wysiłków na rzecz powstrzymania fałszerzy i brokerów fałszywych recenzji, udostępniamy organom ścigania w całej Europie również informacje na temat potencjalnie podejrzanych transakcji klientów, a także odpowiednie dane o nich, zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie wprowadzania do obrotu i używania prekursorów materiałów wybuchowych. W tym celu Amazon dokłada wszelkich starań, aby identyfikować i zgłaszać transakcje, które mogą być podejrzane, w połączeniu z informacjami, którymi mogą dysponować organy ścigania. Amazon sklasyfikował kilkaset tysięcy produktów, których kupno i sprzedaż podlegają monitorowaniu, a skomplikowane transakcje łączone oznaczane są jako potencjalnie podejrzane. Wszystkie wyniki analizowane są przez menedżerów ds. ryzyka, aby zapewnić prawidłowe raportowanie, zważywszy na to, jaki wpływ może mieć nieprawidłowy raport na klientów i ogół społeczeństwa. Nasze wysiłki na rzecz współpracy z władzami i organami ścigania podkreśla fakt, że jesteśmy aktywnym członkiem Stałego Komitetu UE ds. Prekursorów, niemieckiego Zespołu Roboczego ds. Prekursorów Materiałów Wybuchowych, a także pozostajemy w ścisłym kontakcie z odpowiednimi Krajowymi Punktami Kontaktowymi. W ramach członkostwa wnieśliśmy wkład w opublikowane przez Komisję wytyczne dotyczące identyfikacji i zgłaszania podejrzanych prekursorów materiałów wybuchowych.



Dyrektor ds. polityki publicznej Amazon w Unii Europejskiej, James Waterworth (z lewej strony) wraz z przedstawicielami innych firm podczas ceremonii podpisania „Product Safety Pledge +” przygotowanego przez Komisję Europejską.

Zobowiązania dotyczące bezpieczeństwa produktów

Amazon podpisał na całym świecie cztery zobowiązania dotyczące bezpieczeństwa produktów: w UE, Australii, Japonii i Kanadzie. W ramach każdego z owych zobowiązań, sygnatariusze są zobligowani przestrzegać określonych standardów, takich jak skuteczne reagowanie na otrzymane od rządów powiadomienia o wycofanych produktach lub dostarczanie partnerom regulacyjnym danych, aby pomóc w informowaniu i usprawnianiu ich procesów oraz ulepszeniu przepisów dotyczących zgodności. Jako sygnatariusz-założyciel zobowiązania dotyczącego bezpieczeństwa produktów w UE w 2018 roku, Amazon z przyjemnością kontynuował współpracę z Komisją Europejską, podpisując w marcu 2023 roku zaktualizowaną wersję „Product Safety Pledge +” (zobowiązanie dotyczące bezpieczeństwa produktu), które wejdzie w życie w grudniu 2023 roku. Pierwotne zobowiązanie dotyczące bezpieczeństwa produktów z 2018 roku było pierwszą tego rodzaju inicjatywą, demonstrującą wartość współpracy kluczowych interesariuszy i przyjęcia pragmatycznego podejścia, które przynosi wyraźne korzyści konsumentom.

Nowa wersja obejmuje zobowiązania wykraczające poza to, co zostało ustanowione w przepisach unijnych dotyczących bezpieczeństwa, wzmacniając współpracę i dialog między sygnatariuszami a władzami w celu ochrony konsumentów. Zobowiązanie posłużyło też jako tło dla projektu pilotażowego między grupami konsumentów a sygnatariuszami, mającego na celu ułatwienie wymiany informacji i skoordynowanych działań w odpowiednim czasie, by wyeliminować lub nie dopuścić do sprzedaży niebezpiecznych produktów.

Podsumowanie

Amazon jest znany ze swojej koncentracji na klientach. Jej podstawą jest zdobywanie i utrzymywanie zaufania klientów i partnerów handlowych. Nieodłącznym elementem naszych działań jest to, że nie poświęcamy bezpieczeństwa ani długoterminowego zaufania klientów na rzecz krótkoterminowych zysków. Dlatego inwestujemy znaczne środki i wykraczamy poza nasze zobowiązania prawne, by zapewnić godne zaufania doświadczenia zakupowe i sprzedażowe.

Nasze starania na rzecz ochrony klientów, marek i partnerów handlowych nie mają końca. Chcemy nadal wprowadzać innowacje i stawać się jeszcze lepsi.

Oprócz proaktywnych kontroli, ciągle tworzymy nowe narzędzia i udoskonalamy nasze technologie, aby wykrywać oszustów i nielegalne treści, a także zapobiegać ich pojawianiu się w naszym sklepie. Staramy się eliminować oszustwa, podrabiane produkty i nieodpowiednie treści, zanim klienci zobaczą je w naszym sklepie. W sytuacjach, w których coś przeoczymy, a zostanie nam to zgłoszone, szybko usuwamy owe treści, pociągamy oszustów do odpowiedzialności i wykorzystujemy takie incydenty do dalszej poprawy w zakresie zapobiegania i monitorowania.

Zamierzamy nadal wprowadzać innowacje i łączyć siły z podmiotami branżowymi, a także rządami, na rzecz poprawy doświadczeń konsumentów. Będziemy publikować aktualizację naszych bieżących wysiłków za pośrednictwem raportu, co sześć miesięcy, uwzględniając obszary objęte obowiązkiem raportowania zgodnie z ustawą o usługach cyfrowych.

amazon

The Amazon logo is centered at the bottom of the image. It consists of the word "amazon" in a white, lowercase, sans-serif font. A curved orange arrow is positioned below the letters "a" and "z", pointing from the "a" to the "z".