

Posicionament Cecot Comerç

Consulta pública de la memòria preliminar de l'Avantprojecte de llei per la qual es regulen determinats aspectes del lliurament dels productes adquirits a distància

cecot

Terrassa, 22 d'abril de 2022

A continuació donem resposta a les qüestions plantejades a la consulta pública prèvia a l'elaboració de l'Avantprojecte de Llei per la que es regulen determinats aspectes del lliurament dels productes adquirits a distància, un posicionament consensuat al sí de la Comissió de Competitivitat Comercial i Comerç de Foment, a la qual hi formem part de manera activa:

1. Considera que s'ha descrit adequadament el problema? Hi ha aspectes que no s'han tingut en compte i que haurien de ser valorats per l'Administració de la Generalitat en relació a la distribució física del productes adquirits a distància (internet, catàleg, telèfon.....)

En primer lloc considerem que és important no donar ni traslladar, en termes generals, una imatge negativa sobre la venda online i/o l'entrega a domicili, ja que és una tendència que no és nova, que respon a una demanda dels consumidors i que inclús es promou des de la institucions, entitats del comerç etc. dins els diferents programes de digitalització existents.

En segon lloc, el canal online i/o entrega a domicili és en molts casos una bona alternativa. Així, per exemple trobem diferents segments on l'entrega a domicili és un bon recurs per a respondre a les necessitats de la població (per exemple a les persones amb dificultat de mobilitat, càrrega de pes, gent gran, etc.), i en poblacions petites o disperses pot esdevenir un també un canal per generar eficiència (on és raonable pensar que pot ser més adequat des de la perspectiva ambiental una ruta de repartiment de productes, que no pas fer desplaçar a tota la població).

En aquest sentit, la modalitat de la venda online no és un problema en si mateixa. Però com a tendència d'èxit i ràpid creixement que experimenta, és necessari i cal evitar-ne els desajustos que es puguin generar. Desajustos que es poden emmarcar en dos grans blocs:

En un bloc, les asimetries competitives que puguin existir entre els diferents operadors en matèria de fiscalitat, normativa, permisos, autoritzacions, etc. En aquest sentit, apostem per la igualtat de condicions entre tots els operadors, el que a nivell europeu s'anomena "*Level Playing Field*". És fa necessari, doncs, igualar la situació (fiscal, normativa, etc.) dels nous operadors a la situació que tenim avui en dia les actuals empreses que operen en comerç (principalment físicament), però en cap cas, aquest exercici "d'igualar" les condicions dels diferents operadors hauria de comportar noves càrregues fiscals, costos administratius o normatius per a les actuals empreses de comerç.

En l'altre bloc, les externalitats negatives que es poden generar per disfuncions operatives en el model online, com per exemple, i així s'exposa en la memòria de l'avantprojecte, la "logística absurda" que representa que el 11% de les entregues requereixin una segona visita. En aquest sentit, considerem necessari:

- fer una diagnosi acurada per cada sector: per exemple, sectors com el de la distribució alimentària, restauració, -i en general tots els que treballen habitualment amb cita prèvia- etc. els lliuraments fallits i les devolucions són molt inferiors a la d'altres casuístiques de repartiment, i en conseqüència, la seva contribució a les ineficiències que es deriven dels lliuraments fallits és molt menor.
- fer una diagnosi segons estratègies dels operadors, ja que en el mateix sentit, les ineficiències associades a les entregues fallides també depenen de les estratègies dels operadors logístics de concertar/concretar les hores d'entrega en franges específiques.
- fer una diagnosi acurada segons les modalitats d'entrega a domicili (tipologia de vehicle motor, altres medis de transport, a peu des de botigues en trama urbana, etc.).

A més a més, cal tenir present que la venda a distància i el repartiment a domicili no són assimilables entre els models de logística de darrera milla basats en paqueteria i couriers, i els que disposen de flota o recurs logístic propi.

A banda de les anteriors consideracions, cal tenir present que les compres on-line i l'entrega a domicili la realitzen tant empreses ubicades a Catalunya, com altres amb seu social fora. Això crea un problema de control de compliment amb la normativa que es vol impulsar. No té sentit posar obligacions als d'aquí si els de fora del país no les han de complir perquè, al final, el que aconseguim és minar la capacitat competencial de les empreses amb seu a Catalunya. En aquest sentit reiterem que el criteri important a impulsar és el *Level Playing Field*, és a dir, igualtat de condicions entre tots els operadors que operen a Catalunya.

Per últim, una reflexió que considerem important sobre la protecció del consumidor: El món avança a una velocitat que la normativa no pot, ni podrà, seguir. Intentar regular cada una de les formes de comerç que sorgeixen és una tasca impossible avui. El que cal és protegir al consumidor, que conegui quin és el producte que compra i en quines condicions. En el nostre entorn europeu la tendència és regular la protecció del consumidor, no l'activitat comercial en sí.

2. Hi ha altres efectes negatius o positius en la distribució de les mercaderies adquirides a distància que s'estiguin produint actualment i que no s'han posat de relleu?

Tal i com s'ha exposat en el anterior punt el canal online i/o entrega a domicili és en molts casos una bona alternativa.

Així, per exemple trobem diferents segments on l'entrega a domicili és un bon recurs per a respondre a les necessitats de la població (per exemple a les persones amb dificultat de mobilitat, càrrega de pes, gent gran, etc.), i en poblacions petites o disperses pot esdevenir un també un canal per generar eficiència (on és raonable pensar que pot ser més adequat des de la perspectiva ambiental una ruta de repartiment de productes, que no pas fer desplaçar a tota la població).

Entenem que una entrega a domicili ordenada i eficient pot en alguns casos generar menys desplaçaments en vehicle privat i per tant, una reducció en la congestió de les carreteres i l'accidentalitat.

3. S'haurien de preveure altres objectius, en la regulació de la distribució física del comerç a distància, diferents dels relacionats en el punt 3.1 de la memòria preliminar?

En primer lloc, creiem que només s'hauria de regular en aquells aspectes on la regulació estigui justificada atenent a criteris de proporcionalitat, basada en raons imperioses d'interès general, en aquells aspectes que puguin presentar desajustos evidents, o que manifestament impliquin desigualtat de condicions de competència entre operadors ("*Level Playing Field*"), però en cap cas, aquest exercici "d'igualar" les condicions dels diferents operadors hauria de comportar noves càrregues fiscals, costos administratius o normatius per a les actuals empreses de comerç.

En segon lloc, podria ser interessant incorporar a la proposta de llei elements propositius i incentius per a millorar l'eficiència del canal, per exemple, a títol enunciatiu però sense caràcter limitatiu:

- La digitalització de les zones de càrrega i descàrrega de les ciutats per una millor gestió i més eficient del trànsit d'aprovisionament i de repartiment a domicili.
- Mesures de fiscalitat progressiva (bonificacions, reduccions, etc.) per a l'electrificació de flotes de vehicles.
- Promoció de mecanismes per a la concertació de cita en les entregues per reduir els lliuraments fallits, i conscienciació del consumidor per reduir les devolucions.
- Desenvolupament del *click&collect* en les seves diferents variants.
- Impuls a microplataformes de distribució en infraestructures existents (com per exemple els aparcaments públics).

4. Quin considera que hauria de ser el règim d'horaris de la distribució a consumidor final dels productes adquirits a distància, tenint en compte els diferents sectors (comercial, restauració....)?

A l'hora d'analitzar aquesta pregunta cal tenir present alguns aspectes rellevants:

- Actualment els horaris comercials no es troben unificats, ja que part del comerç es regeix per l'horari general limitatiu previst a l'article 36 de la Llei 18/2017 de comerç, serveis i fires, però al mateix temps una altra bona part del comerç es troba regulat per un règim de pràcticament llibertat horària (a tenor de les excepcions a aquest article). És important, doncs, no traslladar aquesta asimetria també al repartiment a domicili.
- Actualment, molts establiments adopten mixticitat d'usos per a millorar la seva eficiència i, un cop finalitzat l'horari d'obertura al públic, es des de la mateixa botiga on es preparen les comandes de repartiment a domicili. Fer coincidir ambdós horaris (obertura al públic i repartiment), limitaria aquesta capacitat d'eficiència operativa.
- Les estratègies DUM actuals intenten promoure que la logística d'aprovisionament a les botigues es faci en moments en que les infraestructures viàries estan menys transitades (compatibilitat i aprofitament segons usos temporals), promovent entre altres la logística nocturna. És raonable pensant que el mateix criteri inspirador pot tenir lloc en la logística associada a les compres a distància (per exemple per abastir guixetes i punts de *click&collect*, etc.)

Per tot això, la regulació d'aquests horaris de repartiment considerem que és de difícil definició i, encara més, de difícil compliment i verificació. A títol d'exemple podrien donar-se situacions "absurdes" tals com que un repartidor a les 11h de la nit, podria repartir menjar per consumir a casa, podria també portar aliments, llibres o productes provinents d'una botiga de conveniència oberta 24h, però no si els mateixos aliments, llibres o productes són provinents d'un establiment regulat per els horaris definits a l'article 36 de la Llei 18/2017 de comerç, serveis i fires.

5. Considera que s'haurien de regular les implantacions dels magatzems de distribució en els nuclis urbans dels municipis? Quins serien els criteris?

Considerem que no, perquè entenem que la regulació de les implantacions logístiques es regulen ja actualment per el pla urbanístic de cada municipi. A més a més, cal considerar els següents aspectes:

Per eficiències operatives, en alguns casos la logística de repartiment a domicili també es fa des de les plataformes logístiques, és a dir, en la terminologia del avantprojecte, "el magatzem d'operacions" es troba integrat en "el magatzem logístic". Limitar la ubicació dels "magatzems d'operacions", en trama urbana o on es definís, podria comportar la incapacitat sobrevinguda de desenvolupar serveis d'entrega a domicili en determinades poblacions, amb els efectes negatius sobre aquelles persones que ho necessiten (reduïda mobilitat, etc.)

Específicament en el cas del sector de la distribució alimentària (per requeriments d'espai derivat de les múltiples referències i volumetria amb les que treballa) no sempre pot ubicar els definits com a “magatzems d'operacions” dins la trama urbana, per falta de locals amb les característiques necessàries (espais, cadena de fred, etc.).

La llei, en canvi, podria adoptar un enfoc propositiu per promoure el *click&collect*, així com un millor aprofitament en la utilització d'infraestructures públiques existents a totes les ciutats i ubicades en localitzacions estratègiques, com són els aparcaments ubicats al centre de les ciutats, per impulsar-hi la constitució de plataformes d'última milla, alliberant a la ciutat del trànsit d'agitació.

La xarxa d'aparcaments públics ubicats al centre de la ciutat són espais idonis per a facilitar una distribució i recollida eficient de mercaderies, reduint el trànsit de furgonetes i vehicles dedicats a l'entrega i devolució de mercaderies.

La xarxa d'aparcaments es configura com a petites naus logístiques al centre de la ciutat, on podria arribar el vehicle en horaris de menys circulació, com durant la nit i des de les quals podrien ser repartides durant el dia amb vehicles de mobilitat personal, petits vehicles elèctrics, o a peu.

Aquesta utilització de l'aparcament queda avalada per les Directrius aprovades pel MITECO sobre les zones de baixes emissions (ZBE), que expressament criden a reorientar els aparcaments subterranis cap a hubs, plataformes que impulsen la mobilitat sostenible i proporcionen diferents serveis, facilitant l'accés a les distintes opcions de mobilitat, personal i col·lectiva (mobilitat compartida, bicicletes, patinets, VMP), amb dotació d'infraestructura de recarrega elèctrica i afavorint la intermodalitat.

Així doncs, considerem que la llei hauria de promoure la implantació d'aquestes microplataformes, pel que és necessari que es faciliti el procés d'autorització d'aquestes, especialment en els contractes de concessió, autoritzant-se la realització de les instal·lacions necessàries a aquest fi de la manera procedimental més simplificada possible.

6. S'haurien de limitar les tipologies de vehicles (elèctrics, híbrids, bicicletes, patinets....) per la distribució al consumidor final de les mercaderies adquirides a distància?

Considerem que les limitacions a determinats vehicles ja es troben (es trobaran) regulades en el marc del desplegament anunciat per el Govern de la Generalitat de les ZBE (Zones de Baixes Emissions) en els municipis de més de 20.000 habitants, i per tant no cal una limitació addicional.

És important, però, determinar les conseqüències econòmiques de les ZBE, ja que poden implicar la impossibilitat efectiva de treballar per a molts autònoms i repartidors que no poden canviar el seu vehicle actual. En aquest sentit, el present avantprojecte podria esdevenir un bon instrument per, en canvi, impulsar mesures i incentius fiscals que ajudin a la modernització i electrificació de les flotes de vehicles.

7. Tenint en compte les qüestions anteriors i els impactes negatius sobre el medi ambient i la mobilitat, considera que l'aprovació d'una llei pot ser un instrument adequat per tal d'ordenar i minimitzar les esmentades externalitats? Cal considerar altres alternatives?

Considerem que la llei pot ser un instrument útil per millorar aquells desajustos i ineficiències que planteja l'increment de la venda a distància i el repartiment a domicili, sempre que s'enfoqui des de la visió propositiva (incentius fiscals a la renovació de flotes, reducció de les ineficiències associades als lliuraments fallits, reducció de les ineficiències associades a la logística inversa de devolucions que s'ha generalitzat en alguns casos, millora dels punts de *click&collect*, etc.), però considerem de difícil encaix incorporar limitacions amb caràcter general, donada la complexitat i varietat de casuístiques sectorials i operatives, que s'han exposat en els anteriors punts. En aquest sentit, cal també considerar que les mesures que es pretenen adoptar no acompanyen cap anàlisi d'adequació i proporcionalitat que permeti acreditar la inexistència d'altres mesures més restrictives de la llibertat d'empresa.

No obstant, l'avantprojecte pretén assimilar l'activitat online a la física al considerar que el lliurement del producte al consumidor és part de l'activitat comercial, però només ho equipara a nivell d'horaris de repartiment (qüestió que ja s'ha exposat és prou complexa en si mateixa per a una regulació de caràcter general), però no ho fa en la resta d'àmbits de regulació com ara les promocions, la modalitat de vendes (liquidació, saldos, outlet), etc. Si l'objectiu compartit de la norma és que tots els operadors treballin en els mateixes condicions ("*Level playing field*"), cal que s'asseguri aquest extrem en totes les seves vessants.

En aquest sentit, cal plantejar-se si la millor forma de salvaguardar el comerç físic no sigui, precisament, treballar per eliminar les restriccions i excés de regulació de la normativa comercial (més de 3.000 normes afecten al comerç segons l'informe de la CEOE de 2021) i anar cap a un enfoc on el comerç físic pugui gaudir major flexibilitat per poder posar en valor els seus aspectes diferencials. Es tractaria de buscar mecanismes per dotar de flexibilitat el comerç físic, en comptes d'intentar sobreregular l'online, partint de la base que l'objectiu final s'ha de centrar en la protecció i defensa dels drets del consumidor.

Terrassa, 13 d'abril de 2022