



1) FOMENT DEL TREBALL-FOMENT COMERÇ

Pregunta 1:

És important no donar una imatge negativa sobre la venda online i/o l'entrega a domicili, ja que és una tendència que no és nova i que respon a la demanda dels consumidors que es promou per institucions, entitats de comerç, etc.

El canal online amb entrega a domicili és una bona alternativa i eficient per a persones amb mobilitat reduïda, gent gran, que no poden carregar pes, etc.

És veritat que aquest tipus de venda pot generar desajustos. Es destaquen dos blocs:

En un bloc, les asimetries competitives entre els diferents operadors en matèria de fiscalitat, normativa, permisos, autoritzacions. Foment Comerç aposta per la igualtat de condicions entre els operadors anomenat en la UE, *Level Playing Field*, i, principalment fiscalment, però aquest exercici "d'igualar" de les condicions entre operadors no ha de comportar noves càrregues fiscals, costos administratius o normatius per a les actuals empreses comercials.

En un altre bloc, en cas de disfuncions operatives, com per exemple, entregues fallides que necessiten segona visita ("logística absurda" segons la memòria de l'avantprojecte) seria necessari:

- Fer un diagnòstic per cada sector, com per exemple, distribució no alimentària, restauració, etc. per observar els lliuraments fallits i les devolucions.
- Fer un diagnòstic segons estratègies dels operadors, ja que les entregues fallides també depenen de les estratègies dels operadors logístics de concertar/concretar les hores d'entrega en franges específiques.
- Fer un diagnòstic acurat de les modalitats d'entrega a domicili (tipus de vehicle a motor, altres medis de transport, anar a peu des de les botigues en trama urbana, etc.).

Cal tenir present que en la venda a distància i el repartiment a domicili, en la logística de darrera milla, el model d'empreses de paqueteria i *couriers* no és assimilable al model dels que disposen de flota o un recurs logístic propi.

A més, cal posar de relleu que les vendes online i l'entrega a domicili es realitzen tant per empreses ubicades a Catalunya com per altres empreses amb seu social a fora de Catalunya. Això pot ser un problema pel que fa al compliment de la normativa que es vol impulsar. No tindria sentit establir obligacions als d'aquí si els de fora del país no les han de complir. Això pot minar la capacitat de les empreses amb seu a Catalunya. Es reitera en aquest cas el *Level Playing Field*, és a dir, igualtat de condicions en tots els operadors que operen a Catalunya.

Un altre tema a tenir present és la importància de protegir a la persona consumidora, la qual ha de conèixer quin producte compra i en quines condicions. Cal recordar que la tendència a nivell europeu és regular la protecció de la persona consumidora i no tant l'activitat comercial com a tal.



Pregunta 2:

El canal online amb entrega a domicili és una bona alternativa, ja que respon a necessitats de la població (persones amb dificultats de mobilitat, que no poden carregar pes o gent gran, etc.). També és una opció eficient per a les poblacions petites o disperses en el territori en el sentit que és més raonable a nivell ambiental una ruta de repartiment de productes que no pas fer desplaçar a tota la població.

FOMENT COMERÇ entén que una entrega a domicili ordenada i eficient pot generar, en alguns casos, menys desplaçaments en vehicle privat i, per tant, una reducció de congestió en carreteres i accidents.

Pregunta 3:

En primer lloc, només regular aspectes que estiguin justificats amb un criteri de proporcionalitat i basades en raons imperioses d'interès general en aquells aspectes que puguin presentar desajustos o impliquin desigualtat de condicions de competència entre operadors (*Level Playing Field*), però aquest exercici d'igualar les condicions no ha de suposar noves càrregues fiscals, costos administratius o normatius per a les actuals empreses de comerç.

En segon lloc, incorporar a l'avantprojecte de llei elements de proposta i incentius per millorar l'eficiència del canal, per exemple:

- La digitalització de les zones de càrrega i descàrrega a les ciutats per a una millor gestió i una més eficient control del trànsit d'aprovisionament i de repartiment a domicili.
- Mesures de fiscalitat progressiva (bonificacions, reduccions, etc.) per a l'electrificació de les flotes de vehicles.
- Promoure mecanismes per concertar cites en les entregues i reduir els lliuraments fallits i conscienciar a les persones consumidores per reduir les devolucions.
- Desenvolupament del *click & collect* en les seves diferents variants.
- Impuls a microplataformes de distribució en infraestructures existents (ex. aparcaments públics).

Pregunta 4:

Aspectes previs:

- Els horaris comercials no estan unificats. Per una banda, està l'horari general limitatiu de l'article 36 de la Llei 18/2017 i per una altra banda, un règim de pràcticament llibertat horària. És important no traslladar aquesta asimetria al repartiment a domicili també.

- Molts establiments adopten un sistema mixt d'usos per millorar la seva eficiència. Un cop finalitzat l'horari d'obertura al públic, des de la mateixa botiga es preparen comandes de repartiment a domicili. Fer coincidir ambdós horaris (obertura al públic i repartiment), limitaria aquesta capacitat d'eficiència operativa.

-Les estratègies actuals intenten promoure que la logística d'aprovisionament de botigues es faci en moments en què les infraestructures vàries estan menys transitades, promovent la



logística nocturna. És raonable pensar que aquest criteri logístic s'apliqui a les compres a distància per abastir guixetes, punts de *click & collect*, etc.

Tenint en compte aquests aspectes, la regulació d'horaris de repartiment és de difícil definició, compliment i verificació. Com a exemple es poden donar casos absurds tals com que a les 23h un repartidor de menjar per consumir a casa, podria portar llibres o altres productes de la botiga de conveniència oberta 24h, però no si els mateixos aliments, llibres o productes provenen d'un establiment regulat pels horaris definits en l'article 36 de la Llei 18/2017.

Pregunta 5:

No s'haurien de regular les implantacions dels magatzems en nuclis urbans. Entenem que la regulació de les implantacions logístiques ja es regulen en el pla urbanístic de cada municipi. A més, cal considerar el següent:

- Per eficiència operativa, en alguns casos, la logística de repartiment a domicili es fa des de les plataformes logístiques (segons l'avantprojecte "el magatzem d'operacions" es troba integrat en el "magatzem logístic"). De forma que limitar la ubicació del magatzem d'operacions en trama urbana o a on es defineixi, podria comportar la incapacitat sobrevinguda de desenvolupar serveis d'entrega a domicili en determinades poblacions, amb els efectes negatius per a determinades persones amb mobilitat reduïda, etc.).

En el cas del sector alimentari la distribució alimentària no sempre pot ubicar els magatzems d'operacions dins de la trama urbana, per falta de locals amb les característiques necessàries (espais, cadena de fred, etc.).

La llei podria promoure el *click & collect* i una millor utilització de les infraestructures públiques existents a totes les ciutats, i ubicar-les en localitzacions estratègiques, com els aparcaments situats al centre de les ciutats, impulsant plataformes d'última milla i alliberar la ciutat de trànsit.

La xarxa d'aparcaments públics ubicats al centre de la ciutat serien espais idonis per facilitar una distribució i recollida eficient de mercaderies, reduint el trànsit de furgonetes i vehicles dedicats a l'entrega i devolució de mercaderies. Aquesta utilització de l'aparcament està avalada per les Directrius MITECO sobre zones de baixes emissions, que reorienten els aparcaments subterranis cap a HUBs, plataformes que impulsen la mobilitat sostenible i proporcionen diferents opcions de mobilitat personal i col·lectiva mobilitat compartida, (bicicletes, patinets), amb dotacions d'infraestructures de recàrrega elèctrica, afavorint així la intermodalitat.

La llei hauria de promoure la implantació d'aquestes microplataformes i cal facilitar i simplificar el procés d'autorització, especialment en els contractes de concessió on s'autoritzin les instal·lacions necessàries.

Pregunta 6:

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

És important destacar les conseqüències econòmiques de les ZBE, ja que poden implicar la impossibilitat de treballar a molts autònoms i repartidors que no poden canviar el seu vehicle



actual. Aquesta llei hauria d'impulsar mesures i crear incentius fiscals que ajudin a la modernització i a l'electrificació de les flotes de vehicles.

Pregunta 7:

La llei pot ser un bon instrument per millorar desajustos i les ineficiències de la venda a distància sempre que s'enfoqui des de la visió de proposta (incentius fiscals a la renovació de flotes, reducció de les ineficiències dels lliuraments fallits i devolucions o millora del *click & collect*, etc.), però considerem de difícil encaix incorporar limitacions de caràcter general per la complexitat i varietat de casuístiques sectorials i operatives.

L'avantprojecte pretén assimilar l'activitat online a la física en considerar que el lliurament del producte a la persona consumidora és part de l'activitat comercial, però només ho equipara a nivell d'horaris de repartiment i no ho fa a la resta d'àmbits de regulació com les promocions, modalitats de vendes (liquidació, saldos, *outlet*, etc.). Si la idea de la norma és que els operadors treballin en les mateixes condicions cal assegurar aquest extrem en totes les seves vessants.

Cal plantejar-se si la millor forma de salvaguardar el comerç físic no sigui, precisament, treballar per eliminar les restriccions i excés de normativa comercial (més de 3.000 normes afectes al comerç segons l'informe CEOE de 2021) i anar cap a un enfoc del comerç físic més flexible en comptes de regular en excés la via online amb l'objectiu sempre de protegir i defensar els drets de les persones consumidores.

2) CECOT

Igual que Foment Comerç

3) CEDAC (Consell d'Empreses de Distribució d'Alimentació de Catalunya)

Manifesta els mateixos arguments que Foment Comerç, amb algunes diferències puntuals que a continuació es detallen:

Pregunta 1:

Cal tenir present que en la venda a distància i el repartiment a domicili en el sector de la distribució alimentària no és assimilable als models de logística de darrera milla basats en paqueteria i *couriers* atès que es requereix un major compromís, tant mediambiental com de garantia sanitària, perquè es lliura alimentació.

Cal valorar abans de cap decisió normativa el fet que el canal online sigui un canal complementari d'un canal físic (com és el cas dels supermercats d'alimentació de Catalunya), i en la majoria de les empreses de comerç a Catalunya.



Donada la condició del sector de la distribució alimentària d'e essencial es considera que la distribució alimentària i de productes quotidians hauria de quedar al marge, exclosa i exempta de l'aplicació d'aquest avantprojecte.

Pregunta 2:

Igual que Foment Comerç.

Pregunta 3:

En primer lloc, només regular aspectes que estiguin justificats amb un criteri de proporcionalitat i basades en raons imperioses d'interès general en aquells aspectes que puguin presentar desajustos o impliquin desigualtat de condicions de competència entre operadors (*Level Playing Field*), però aquest exercici d'igualar les condicions no ha de suposar noves càrregues fiscals, costos administratius o normatius per a les actuals empreses de comerç que operen en format físic, combinat amb el format online, atesa la complementarietat dels dos formats, que incrementen la capacitat del servei.

En segon lloc, incorporar a l'avantprojecte de llei elements de proposta i incentius per millorar l'eficiència del canal, per exemple:

- La digitalització de les zones de càrrega i descàrrega a les ciutats per a una millor gestió i una més eficient control del trànsit d'aprovisionament i de repartiment a domicili.
- Mesures de fiscalitat progressiva (bonificacions, reduccions, etc.) per a l'electrificació de les flotes de vehicles.
- Promoure mecanismes per concertar cites en les entregues i reduir els lliuraments fallits i conscienciar a les persones consumidores per reduir les devolucions.
- Desenvolupament del *click & collect* en les seves diferents variants.

Pregunta 4:

Igual que Foment Comerç.

Pregunta 5:

Es considera que no, i especialment en el sector alimentari, per diferents motius:

- El sector de la distribució alimentària per requeriments d'espai, ..., no sempre pot ubicar els magatzems d'operacions dins de la trama urbana, per falta de locals amb les característiques necessàries (espais, cadena de fred, etc.). I, per tant, poden requerir la instal·lació a altres zones fora de la TUC, com polígons industrials propers al nucli urbà, intermedi entre altres poblacions confrontants.
- La venda a distància i el repartiment a domicili (amb cita prèvia, reduint al mínim les entregues i les devolucions) en el sector de la distribució alimentària no és assimilable, en cap cas, als models de logística de darrera milla basats en paqueteria o *couriers*, pel què s'ha



indicat anteriorment, ja que el subministrament d'aliments i productes de la llar són sector essencial, amb el corresponent tracte diferencial.

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

Així que CEDAC entén que la regulació de les implantacions es regulen ja en el pla urbanístic de cada municipi.

Cal tenir en compte que en, molts casos el repartiment a domicili es fa des del propi supermercat, no des de magatzems.

Pregunta 6:

Igual que Foment Comerç.

Pregunta 7:

La llei pot ser un bon instrument per millorar desajustos i les ineficiències de la venda a distància sempre que s'enfoqui des de la visió de proposta (incentius fiscals a la renovació de flotes, reducció de les ineficiències dels lliuraments fallits i devolucions o millora del click & collect, etc.), però considerem de difícil encaix incorporar limitacions de caràcter general per la complexitat i varietat de casuístiques sectorials i operatives.

En el cas de la distribució alimentària, la venda a distància amb repartiment a domicili en el sector de la distribució alimentària no és assimilable, en cap cas, als models de logística de darrera milla basats en paqueteria i *couriers* i presenta casuístiques de difícil assimilació i equiparació amb altres sectors.

Per aquest motiu, la distribució alimentària i de productes quotidians (donada la condició del sector essencial), hauria de quedar al marge, exclosa i exempta de l'aplicació o abast d'aquest avantprojecte.

4) ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución)

Pregunta 1:

L'ANGED defensa una homogeneïtat de les normes per a una major seguretat jurídica per als operadors.

L'avantprojecte es centra només en un aspecte concret i deixa al marge d'altres aspectes importants anunciats en el Pla d'acció de Comerç, com la reforma dels equipaments



comercials, la modificació dels horaris comercials i la fiscalitat afegida als lliuraments a domicili per les vendes online. Seria més raonable un text conjunt que abordi tots aquests aspectes.

La descripció de l'administració sobre els problemes existents que justifiquen la intervenció (sobrecàrregues en les vies públiques, molèsties als veïns per fums i sorolls que generen els magatzems i punts de distribució, inseguretats jurídica dels operadors per manca d'homologació) es centra excessivament en qüestions negatives sense fer la ponderació dels beneficis que es generen a la població i sense tenir en consideració els mitjans de repartiment i l'accés a persones més desfavorides i persones consumidores vulnerables.

Les empreses del sector han fet una forta inversió tecnològica, formació, millora de processos i eficiència per desenvolupar un entorn omnicanal per adaptar-se a la demanda creixent dels consumidors i per competir amb grans plataformes de venda, la qual cosa té una visió positiva. Sense oblidar que les institucions públiques han promogut i subvencionat aquesta modalitat de venda.

Caldria un equilibri entre els drets i obligacions entre els diferents operadors que serveixen mercaderies o donen serveis als consumidors amb independència del canal utilitzat i això s'aconsegueix amb normes però també amb incentius fiscals per al lliurament de productes amb sistemes respectuosos amb el medi ambient, amb mesures d'innovació o l'eliminació de càrregues administratives innecessàries que perjudiquin a les empreses i a les persones consumidores.

Pregunta 2:

La vessant positiva és que l'*e-commerce* impulsat la digitalització d'empreses i el nombre d'ocupacions. S'ha creat un nou entorn omnicanal que fusiona l'entorn físic i el digital, que ajuda a mantenir el teixit empresarial.

Pregunta 3:

Els dos objectius del punt 3.1 de la memòria preliminar constitueixen una restricció operativa a l'exercici de l'activitat comercial que no està justificada per raons imperioses d'interès general, ni és necessària ni proporcionada als objectius perseguits.

Caldria afavorir l'omnicanalitat, que és el que el client requereix, fomentant els diferents tipus de recollida i venda en comptes de penalitzar o afavorir-ne uns respecte dels altres.

Pregunta 4:

Respecte dels horaris de distribució a la persona consumidora final, cal que sigui flexible, en funció del client que hauria de poder triar quines franges horàries i dies són els que desitjaria per al lliurament. Per tant, no s'ha de limitar el règim d'horaris. El mercat té capacitat per adaptar-se a les necessitats requerides.

Pregunta 5:

No cal regular les implantacions dels magatzems de distribució en nuclis urbans. La normativa actual és suficient.



Pregunta 6:

No s'han de limitar les tipologies de vehicles, en tot cas, fomentar l'ús de vehicles respectuosos amb el medi ambient sense penalitzar a la resta perquè és un greuge comparatiu i provoca que les empreses distribuïdores hagin de fer una inversió important per poder oferir una venda online.

El Reial decret 242/2022, de modificació del reglament de la Llei d'Ordenació dels Transports Terrestres recentment aprovat, ja impulsa la distribució d'última milla de vehicles elèctrics.

Pregunta 7:

No s'ha d'analitzar si la llei (instrument) és o no adequada per a la consecució dels objectius perseguits, sinó si cadascuna de les mesures que pretenen adoptar-se ho són i si, a més, resulten necessàries.

Per una banda, en aquest cas, les mesures no acompanyen cap anàlisi d'adequació i proporcionalitat que acrediti la inexistència d'altres mesures restrictives de la llibertat d'empresa, per la qual cosa, les mesures resulten desproporcionades per innecessàries.

Les mesures haurien de ser per al foment i incentiu en la utilització de vehicles respectuosos amb el medi ambient sense penalitzar la resta de vehicles, per tal que es pogués fer una adaptació progressiva.

Per una altra banda, cal fomentar l'ajut al comerç en la seva transformació digital, ja que adoptar mesures restrictives deteriora la competitivitat del sector, crea barreres al creixement i afavoreix les plataformes globals de l'*e-commerce*.

5) ACES (Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados)

Consideracions prèvies: després de la pandèmia i les grans tensions en la cadena de subministrament i els problemes econòmics derivats i les múltiples despeses que han d'afrontar les empreses, es desaconsella introduir qualsevol altre cost regulatori, fiscal u operacional que sobrecaarregui encara més els operadors comercials.

S'adhereixen a les al·legacions formulades per Foment Comerç.

6) PIMEComerç.

Es proposa la creació d'una comissió per aprofundir en les problemàtiques, concretar i estudiar els canvis necessaris per abordar els nous fenòmens comercials i d'altres aspectes que són objecte de la iniciativa.

En aquesta comissió han de formar part:

- Representants del sector del comerç.



- Juristes per analitzar la regulació normativa transversal des de l'àmbit europeu, estatal i municipal per evitar possibles impugnacions judicials.

Caldrà centrar el debat normatiu en el *Same Level Playing Field*, que és dotar de les mateixes bases de competència i eines per a tots els operadors de manera que no es produeixin abusos de domini, i aplicar el concepte *Small Business Act*, és a dir, que la regulació es guiï pel principi de pensar primer en el comerç del petit.

- Experts en economia digital.

- Fiscalistes que analitzin la conveniència i, si procedeix, la forma de com tributaran les externalitats negatives que es produeixin per les pràctiques comercials. Adicionalment, determinar en què es destinarà la recaptació d'aquests impostos i/o taxes i com revertiran en el sector per fer-lo més eficient. Seria també preferible aplicar, dins del possible, mesures d'incentiu i bonificació per davant de mesures gravoses.

Caldrà incidir en el factor de la sostenibilitat i la gestió dels residus generats pel comerç electrònic com embalatges que són necessaris en compres online per ser transportades al client que s'afegeixen al propi embolcall del producte.

Aquest sistema de venda *online* també genera una petjada de carboni pel transport i s'ha de tenir en compte que hi ha un 15 % de les vegades que cal una segona visita i que un 8% dels productes són retornats.

Per últim, establir un mecanisme d'avaluació dels resultats per fer un seguiment objectiu dels efectes i permetrà la reacció davant de conseqüències o desajustos no desitjats.

7) Ajuntament de Tarragona

CANVI MODEL COMERCIAL: augment dels grans operadors *e-commerce* en un futur en detriment de les botigues implantades a la TUC.

EFFECTES NEGATIUS DE L'ENTREGA A CASA EN ELS MUNICIPIS:

- Repartiment en horaris no comercials. Increment de moviments.

- Sorolls i pol·lució ambiental si no es fa ús de vehicles amb impacte ambiental reduït (flotes elèctriques).

- Impacte en la mobilitat i saturació de carrers, dificultats d'aparcament temporals, doble filera, saturació de vies urbanes, increment d'accidents, etc

- No es coneixen els impactes en termes de robatoris al personal i a les comandes de les flotes durant els repartiments.

- Ineficiència en la logística de les vendes *retail* (nou model de venda *online* de " et portem el producte a casa" vs el model tradicional: "vine a un punt físic", "una botiga a comprar."

REDUCCIÓ D'INGRESSOS PÚBLICS MUNICIPALS AMB EL NOU MODEL DE RETAIL:



- Reducció del comerç local de proximitat.
- Menys varietat d'oferta comercial integrada als barris.
- Dificultat d'accés a productes de primera necessitat per tancament de botigues en barris amb implicacions negatives en col·lectius i a nivell social (gent gran, persones discapacitades, persones sense vehicle per desplaçar-se, etc.), de cohesió i oportunitat: perill de barris desarticulats.
- Processos de reconversió i tancament d'empreses de *retail* local amb increment de persones a l'atur i reducció de l'economia municipal.
- Desertització comercial dels baixos comercials dels barris i centres de ciutat i té com a efecte colateral, una ciutat menys humana, menys atractiva per viure-hi amb inseguretat, falta de manteniment de carrers i façanes i un entrebanc pels turistes en reduir l'oferta comercial i els serveis, gran atractiu de les ciutats.
- El tancament d'empreses comporta la reducció d'ingressos tributaris municipals (IBI, taxa brossa, IAE, etc.) i no tributaris, en perjudici de la capacitat operativa pública municipal.
- Es proposa implantar un sistema municipal de logística/emmagatzematge/recollida de darrera milla comercial versus el model d'entrega a domicili. Aquest sistema de *drop box* municipal de darrera milla comercial podria articular-se de diferents maneres:
 - a) Sistema urbà darrera milla: estudiar la morfologia urbana de cada municipi, per barris/districtes. Caldria determinar els punts d'implantació de grups de *drop box*, i les característiques han de tenir per atendre l'emmagatzematge de les comandes de compres *retail* per als ciutadans-veïns de l'àmbit de servei de cada grup de *drop box* de barri, assegurant un nombre suficient i ben distribuït per la ciutat.
 - b) Sistema extra-urbà darrera milla: únicament permetre *drop boxes* perifèrics i limitar al màxim el *drop boxes* urbans per minorar al màxim la mobilitat urbana de furgonetes. A cada municipi es podria crear un o diversos HUBS de logística comercial de darrera milla amb espai suficient per acollir:
 - * Naus de gestió comanda (per rebre les comandes de *retails*, *online/offline*, que gestionin els transportistes, a repartir d'un sistema de DROP BOXES, instal·lat dins les pròpies naus, i d'accés a la ciutadania.
 - * Espai logístic per a les flotes de transportistes que dipositaran les comandes als drop box i fan les comunicacions finals als clients informant de en quin box disposen la comanda a recollir i quan de temps es disposa per recollir-ho (48-72 hores).
 - * Espai per aparcament de clients que venen a recollir comandes.
 - * Espai de serveis a transportistes i ciutadans, com ara àrea de descans / restauració.
 - * Espai de serveis a la transformació energètica, com:
 - Els sostres de les naus haurien d'habilitar-se per a poder instal·lar grups de panells solars elèctrics (contribució als objectius de transformació energètica 2030).



- Part o tota la zona aparcament, hauria de dotar-se de punts de recàrrega d'energia elèctrica, preparats per als vehicles elèctrics (tant de transportistes, com de ciutadania), i que reduirien les exigències de la normativa europea en matèria de dotació d'infraestructures de recàrrega en cada municipi europeu.

c) Sistema mixt de darrera milla: que consistiria en:

*Grans àrees de recollida *drop box* perifèrics a la ciutat (nombre limitat, però ocupant un àmbit urbà ampli i espaiós per acollir diversos serveis addicionals a la funció pròpiament de recollida de comanda per els clients-compradors).

*Múltiples *drop box* urbans (de petites dimensions i més capil·lars i vinculats a barris de la ciutat, i complementaris tant als grans punts *drop box* perifèrics, com als serveis de recollida en botiga, que articulen com a complement de negoci alguns botiguers, a la seva pròpia activitat de *retail*/serveis/restauració ja en l'actualitat).

El sistema de darrera milla comercial ha de tenir en compte una sèrie de **factors econòmics de sostenibilitat** com:

- inversió inicial: inversió en infraestructures en el municipi per crear els sistema de *drop boxes* periurbans i urbans
- Despeses anuals corrents: sosteniment anual de costos operatius de manteniment del sistema.
- Finançament i ingressos: caldrà una previsió d'ingressos públics i una normativa per finançar els costos de manteniment del sistema.

En aquest cas, si no es prohibeix les entregues directes a casa i els *retailers* no empren el sistema *drop box* municipal, es pot imposar una taxa d'ús de sol municipal. També es poden fixar preus públics o taxes a pagar per als *retails*/transportistes per l'ús obligat des del sistema *drop box* darrera milla. També es poden fer ingressos derivats de venda d'energia elèctrica al sistema general gràcies als panells solars o ingressos del lloguer de l'espai on s'instal·lin. També es poden obtenir ingressos derivats del lloguer d'espai per a la instal·lació de punts de recàrrega elèctrica per a empreses operadores.

El sistema de darrera milla necessita un **sistema de gestió** que podria ser:

- Una gestió pública
- Una gestió privada (concurso públic pel total i per lots)
- Gestió mixta, público-privada (amb suport d'ordenança municipal)

Per al cas de Tarragona es proposa el pla parcial PP9 o PP13 per les oportunitats d'espai i potencialitat de concentració logística que existeix.

Cal imposar un **sistema tributari o no tributari per contribuir a les despeses** per part del *retail online* al sosteniment i manteniment urbà de les ciutats. Per exemple:

- Un impost anual, tipus IBI, a pagar pels operadors *retail*, utilitzant com a fet imposable l'ús de vies públiques de la ciutat (amb càmeres de reconeixement de matrícules) i d'entrada en



municipis pel trasllat de comandes online de ciutadans del municipi. Es podria fer una ordenança fiscal.

- Taxa o preu públic per l'ús de dels serveis dels sistema municipal de *drop box* de darrera milla comercial a *retailers*, transportistes, ciutadans usuaris del sistema.

També es podria fer l'opció de prohibir entregues a casa amb quotes de desplaçament/transport de compra a casa i obligar als *retailers* a fer ús del sistema de *drop box* municipal amb un punt d'entrega i recollida.

Es poden imposar taxes o preus públics motivat per l'ús de les guixetes per part dels ciutadans en l'entrega de compres amb recollida de darrera milla.

Aprofitant la reordenació logística i emmagatzematge/repartiment /recollida de darrera milla es pot **impulsar projectes de sistemes de recàrrega elèctrica de vehicles elèctrics en la zona drop box** i de generació elèctrica (amb panells solars).

ALTRES ASPECTES:

1) **La normativa** sobre aquest tema ha de tenir en compte les implicacions ambientals i l'afectació competitiva contra el model comercial urbà de Catalunya. Aquesta normativa hauria d'estar condicionada a un model que se'n derivi una regulació que afavoreixi al ciutadà com a comprador i consumidor.

2) A partir de les reflexions de l'avantprojecte es detecta la **necessitat d'una revisió tècnica per part de professionals** d'urbanisme, mobilitat, comerç, etc. Per tant, caldrà un informe tècnic d'avaluació sobre aquest tema que haurà de tenir present el legislador.

3) Cal aprofitar aquesta llei per **igualar la competència entre el model de comerç de proximitat amb el comerç online**.

El comerç local contribueix tributàriament al sosteniment social i econòmic de la funció pública i benestar de la seva ciutat (IBI, IAE, taxes, etc.). El comerç online no fa cap contribució. La distribució i entrega de darrera milla fa ús del recursos de la ciutat (ús de vials, increment de mobilitat, contaminació, etc.).

Aquest sistema destrueix el concepte de comunitat i dona vida i sentit als veïns. Per aquest casos es poden imposar:

* **Tributs** (impost o taxa) per l'ús de domini públic en el lliurament de productes adquirits a distància. Per identificar el subjecte tributari i quantificar el tribut es poden tenir en compte les dades de l'estudi de la Generalitat: "Comerç on-line i mobilitat. Evolució 2018-2020." De la Direcció General de Comerç de nov. de 2020, o valorar controlar matrícules en les entrades a les ciutats vinculades a operadors *retailers*.

* **Preus públic o taxes per part dels *retailers*** que vulguin emprar el sistema *drop box* municipal o estiguin obligats per llei.

* **Preus públics per l'ús intensiu del *drop box* per part dels ciutadans**, i/o per temps passat en la recollida de comanda en guixetes. Ex. Ús gratuït de la guixeta si es recull en 24 hores



(comunicat prèviament al comprador) i si tarda més temps, el pagament d'una taxa d'ús privatiu de la guixeta.

***Preus públics per ús del sistema de punts de recàrrega elèctrica** per a vehicles elèctrics.

4) Ordenació de la distribució i entrega de comandes. No hi ha diferenciació entre **magatzem logístic i magatzem d'operacions. S'efectua una proposta de drop box de darrera milla comercial municipal.** Amb els models esmentats:

- Sistema urbà de darrera milla.
- Sistema extra-urbà darrera milla.
- Sistema mixt darrera milla.

Caldrà valorar si es manté el sistema d'entrega a domicili o si es penalitzaria aquesta entrega en favor dels *drop boxes* municipals, que estan en espais amb recàrregues de vehicles elèctrics amb panells solars.

Amb el model extra-urbà darrera milla s'evita una mobilitat saturada i constants viatges reiterats per l'absència del comprador a casa. Aquesta modalitat implica crear "granges de *drop box*" amb una ordenació, configuració i racionalització i eficiència en el seu funcionament. El sistema urbà de darrera milla assegura màxima proximitat al ciutadà que no té facilitats per anar a l'extraradi de la ciutat i així amb aquest sistema pot recollir les comandes a peu.

En ambdós casos implicaria aplicar tarifes i/o taxes i/o impostos a nivell municipal per tal de generar recursos municipals extres per donar suport a plans de reactivació comercial de la pròpia ciutat.

5) Si s'adopta el model extra-urbà darrera milla, no caldria una regulació reduccionista dels **horaris d'operacions**, ja que les operacions serien fora dels nuclis urbans i residencials de les ciutats. En el cas del model urbà darrera milla, cal quantificar l'impacte en la vida urbana per tal de decidir si regular o limitar els horaris comercials d'operacions dels transportistes als *drop box* i/o les comandes a casa.

6) Cal defensar una imposició per tal que els transportistes emprin **vehicles no contaminants** o de baixes emissions (elèctric, híbrids o d'altres solucions *ecofriendly*).

Es podria donar suport financer o subvencions per a la renovació de flotes de vehicles dels repartidors i fixar un calendari de renovació o termini temporal. El sistema extra-urbà de darrera milla necessitaria punts de recàrrega per aquest nou model de flotes de transport elèctric.

7) Els **ajuntaments haurien de tenir potestat i capacitat per regular a nivell local** la localització d'operacions, els punts de recollida de mercaderies i els horaris.

8) Subdirecció General de Seguretat Alimentària i Protecció de la Salut

Caldrà el següent:

- En el cas de la comercialització de productes alimentaris online, regular i establir els requisits i obligacions dels operadors econòmics.



- Regular i establir els requisits per a l'elaboració i comercialització *online* d'aliments en domicilis particulars.
- Regular i establir els requisits perquè les autoritats competents responsables puguin dur a terme les actuacions de control oficial sobre aquestes activitats.

9) Comissió de Retail-Col·legi d'Economistes de Catalunya.

Pregunta 1:

L'avantprojecte de llei no ha contemplat els aspectes fiscals d'aquesta activitat. Hi ha 3 subjectes passius:

1. Les plataformes digitals que serien a efectes pràctics un gran establiment comercial.
2. L'encarregat de fer la distribució del paqueteria a domicili del consumidor. Aquí hi ha moltes variants. Caldrà diferenciar entre paqueteria i compra completa d'una càrrega d'alimentació. També caldria tenir en compte el grau de sostenibilitat ambiental del tipus de vehicle que s'utilitzi pel repartiment.
3. El consumidor final que és qui compra i decideix la forma lliurament.

A efectes fiscals hi ha 3 naturaleses:

A) La desigualtat fiscal entre les empreses multinacionals i locals. En funció d'on tributen les empreses per impost de societat, les que són multinacionals adquireixen avantatges econòmics assimilables a la competència deslleial vers les empreses purament locals.

B) L'equiparació a centres comercials invertits de les instal·lacions des d'on s'expedeixen els productes destinats al consumidor final. L'impacte ambiental coincideix amb el fet imposable que regula la Llei de l'impost sobre grans establiments comercials.

C) Les externalitats ambientals negatives derivades de l'automatització dels lliuraments (congestió viària i increment de residus per sobre embalatges que exigeix aquesta distribució automatitzada a domicili).

L'apartat B) promou l'equitat fiscal entre totes les empreses que operen a Catalunya pel que fa a la subjecció a l'impost sobre grans superfícies. El lliurament a domicili de productes de consum adreçats als clients finals des d'instal·lacions que ocupen superfícies comparables a centres comercials i que generen flux de vehicles als domicilis dels compradors, genera el mateix fet imposable que el descrit a la Llei 16/2000, de 29 de desembre, de l'impost sobre grans establiments comercials.

Pel que fa a l'apartat C) serà estratègic determinar bé el subjecte passiu i fet imposable de la taxa per l'impacte ambiental del lliurament de mercaderies a domicili.

Cal considerar que:

- La compra pot fer-se en plataformes que no operen al nostre país.
- Les empreses no volen el missatge que el lliurament té un cost addicional.



- Les grans empreses que venen online tenen la capacitat de pressionar econòmicament als transportistes i repartidors perquè absorbeixin els costos.

El més sensat seria que el subjecte passiu assumeixi el cost d'aquestes externalitats ja sigui el client que decideix que li portin a casa i tria entre diferents vies de lliurament.

La fórmula podria ser com la taxa turística (el client paga a l'hotel i l'hotel la ingressa a l'administració). Així el client paga al transportista una taxa de lliurament a domicili per compensar les externalitats ambientals de l'opció de compra i lliurament de mercaderies que ha pres. Això tindria relació amb l'objectiu 11.6 de l'avantprojecte sobre la qualitat de l'aire i la gestió de deixalles municipals, raó de ser per repercutir als clients privats el sobre cost que generen a l'erari públic les decisions privades de compra online i distribució a domicili en forma de més residus, congestió i impacte ambiental.

Pregunta 2:

Principalment la distribució automatitzada amb les opcions de lliurament immediat (menys de 48 hores) en productes que no són urgents. Això causa un impacte ambiental amb congestió i contaminació de vies públiques que es reduiria si hi hagués punts de recollida i opcions més sostenibles (potser no tan ràpides) que permetin l'optimització logística i major compactació de la distribució de mercaderies a la persona consumidora.

Una taxa de lliurament a domicili amb recàrrec, si s'opta per lliurament de menys de 48 hores, podria ser dissuasòria tal com va passar amb el cobrament de bosses de plàstic. Podrien haver exemptions per a la població amb mobilitat reduïda o amb dependència legalment reconeguda.

Pregunta 3:

Com hi ha varietat d'activitats i formats, caldrà definir bé les diferències entre magatzem logístic i els magatzem d'operació. Principalment en el sector de l'alimentació on poden estar fàcilment barrejades les funcions.

Pregunta 4:

El tema horaris és molt difícil de regular ja que hi ha moltes tipologies de botigues que poden obrir en festius o permís d'obertures de 24 h i poden oferir venda *online*.

La idea és que totes les empreses que operen a Catalunya tinguin les mateixes obligacions legals i fiscals i que no hi hagi abusos de posició de domini ni externalitats negatives.

Serà important determinar que si el lliurament és permès en horari nocturn, la distribució i lliurament sigui respectuós amb el descans dels veïns.

També caldrà separar bé el tracte de distribució urbana de mercaderies entre empreses de la distribució al domicili dels consumidors.

Pregunta 5:

Els plans urbanístics de cada municipi ja determinen els usos, només caldria regular els principis bàsics que obliguin a aquests tipus d'establiments dedicats al lliurament a domicili que tinguin aparcament propi i no puguin envair la vorera amb els seus vehicles de repartiment o puguin fer activitats que molestin a veïns i observar les normes sanitàries adequades al tipus



de producte que manipulen, de forma que es preservin la seguretat alimentària i els drets de les persones consumidores.

Pregunta 6:

Més que prohibició hauria d'haver un incentiu per fer ús de mitjans sostenibles. Moltes repartidors són autònoms i caldrà donar a temps per a l'adaptació ja que podrien no tenir la capacitat econòmica per renovar vehicles a curt termini.

Pregunta 7:

Com es tracta de protegir l'interès general caldria introduir en la norma eines fiscals i poden haver eines complementàries com les ordenances municipals.

Hi ha recorregut a fer. Durant el tràmit d'aprovació de la Llei es pot donar suport i orientació a ajuntaments per desenvolupar dins de les seves ordenances les qüestions de l'article 16 de la Llei 18/2017 apartats 5 i 6 referent a la venda de productes i prestació de serveis per Internet o a distància (es reproduïx aquest article).

10) Gorillas

Gorillas és un supermercat de proximitat que opera únicament en format en línia i reparteix la compra a domicili als usuaris que fan les comandes per la plataforma. Al ser de proximitat promou un hàbit de consum més racional, eficient, sostenible i respectuós amb el medi ambient i la ciutat. També protegeix els drets laborals pel seu compromís social i ofereix un contracte laboral indefinit a tots els seus treballadors. També treballa amb la inclusió de col·lectius desfavorits en la seva plantilla de treballadors.

Aquesta empresa també aposta per una política de consum responsable i iniciatives per evitar el malbaratament d'aliments així com la sostenibilitat de la seva operativa ja que els repartiments es fan amb bicicletes i motocicletes 100 % elèctriques.

Sobre la futura regulació de comerç a distància:

Gorillas es mostra favorable a regular activitats relacionades amb la nova economia, però caldrà que la Generalitat tingui en compte les especificitats de cada model de negoci en el moment de regular perquè hi ha tendència a agrupar sota un mateix concepte negocis radicalment diferents i que únicament comparteixen el suport en línia. La regulació ha de garantir el creixement econòmic sostenible de les diferents modalitats de comerç electrònic.

En base a les preguntes orientatives, s'exposen les aportacions següents:

Primer: Horaris i criteris de localització de magatzems en la convivència amb la ciutat.

La Generalitat ha de dissenyar una norma que cobreixi totes les necessitats i les especificitats de cada activitat a través, per exemple, de la creació d'un grup de treball que inclogui a totes les parts implicades en la norma.



Segon. L'impacte al medi ambient: mobilitat sostenible i elèctrica.

Des dels seus inicis Gorillas realitza repartiments amb vehicles de dues rodes i 100% elèctrics, la qual cosa, contribueix a reduir les emissions de CO2 i a la millora de la qualitat de l'aire a les ciutats. Gorillas s'ha marcat coma objectiu zero emissions i dependre al 100% en energies renovables per a l'any 2034.

Cada supermercat té un radi de 2 km on els desplaçaments són més curts i més eficient. S'aposta pel producte local la qual cosa redueix la cadena de subministrament i el desaprofitament d'aliments. També col·labora amb ONGs. per donar segona vida als productes no venuts a la plataforma (PackSOSTenible4).

Tercer. Convivència amb el veïnat.

Els supermercats d'aquesta empresa es dissenyen de manera que tinguin el menor impacte en les comunitats on s'instal·len. Els supermercats disposen de zones diferenciades on es permeten que totes les activitats associades es realitzin a l'interior del local: zona d'aparcament de bicicletes i motocicletes elèctriques, zona de descans i espera dels treballadors, àrea de recepció de mercaderies.

Pel que fa als sorolls i fums en els locals de Gorillas no hi ha instal·lacions de fums ni cuines, ja que no és necessari per la pròpia activitat d'aquest supermercat que es desenvolupa en l'interior del local.

Els locals de Gorillas no estan oberts les 24 hores del dia i operen en horari comercial.

Quart. Idoneïtat de l'instrument jurídic.

Sobre la idoneïtat de regular l'activitat del comerç electrònic amb una norma amb rang de llei (modificació del Decret llei 1/2009 i la Llei 18/2017), en la realitat actual hi ha una manca de regulació pel que fa als models de negoci com els de Gorillas o altres similars. Aquesta falta de regulació comporta una inseguretat jurídica perquè Ajuntaments i municipis han començat a exercitar els seus poders per regular de manera dispar aquesta activitat de productes adquirits a distància. De forma que Gorillas coincideix amb l'objectiu de la Generalitat de modificar aquestes normes de rang legal per regular *l'e-commerce* i cobrir també els conflictes competencials al respecte.

S'al·lega l'article 121.1.a) de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya (EAC) i l'article 154 de l'EAC. Cal remarcar el paper dels nous models de negoci (com Gorillas) en la fase minorista de la cadena alimentària que incrementen la competència i més benefici per a la persona consumidora. No obstant això, Gorillas no és un competidor directe o exclouent del petit comerç sinó que és un complement al petit comerç.

Pel que fa a la competència de la Generalitat en urbanisme, Gorillas suggereix reforçar la protecció de *l'e-commerce* impedint que els plans urbanístics puguin envair competencialment el que correspongui a la Generalitat, això és, la regulació d'aquest servei electrònic a través dels usos del sòl, entre altres mitjans.



Col·laboració i diàleg amb la Generalitat.

Des de la companyia es defensa una bona regulació que legítimi l'activitat del repartiment, que aporti homogeneïtat i seguretat jurídica per a tots els actors, alhora que es promogui una bona relació amb la comunitat i l'entorn urbà.

Gorillas es posiciona en contra d'imposar mesures que suposin una prohibició sense condicions de tals activitats en l'àmbit territorial, temporal o administratiu.

Gorillas es posa a disposició de la Generalitat al llarg de les diferents fases d'elaboració d'aquesta normativa amb l'objectiu d'apostar per les polítiques que contribueixin al progrés de Catalunya.

11) Kanguro

Kanguro és una startup nascuda a Barcelona que ha desenvolupat una solució tecnològica per optimitzar l'última milla mitjançant bústies intel·ligents instal·lades gratuïtament a les finques en l'àmbit residencial.

El propòsit d'aquesta empresa és que en 2 anys s'instal·lin bústies intel·ligents a cada ciutat de Catalunya permetent optimitzar l'entrega de paqueteria i possibilitant el repartiment en horari nocturn gràcies al sistema d'obertura de la porta exterior de finca.

Pregunta 1:

Hi ha una redacció restrictiva del comerç online.

Es fa necessari reestructurar els models de repartiment del canal online, responent a les noves necessitats de les persones consumidores que esperen rebre les comandes en horaris adequats a les seves vides personals.

La solució no és restringir sinó l'aportació de propostes per promoure un repartiment de mercaderies eficient amb les noves tecnologies i reduir l'impacte negatiu creat actualment a les ciutats.

L'augment de les compres online està suposant problemes en els repartidors logístics limitant horaris de lliurament, cosa que impacta directament i negativament sobre els ciutadans.

Pregunta 2:

Existeixen efectes positius en la distribució de mercaderies online si es desenvolupa amb objectius comuns que han de contemplar:

- El servei al ciutadà.
- L'optimització de les rutes i de la logística.
- La reducció de trànsit i contaminació a les ciutats.

La distribució de mercaderies ben aplicada pot ajudar al comerç de proximitat a competir amb el comerç online, donant al comerç local un avantatge competitiu respecte a l'online. Per



conèixer com la solució de Kanguro ajuda al comerç local a ser més competitiu envers el comerç online contactar amb info@kanguro.com.

Pregunta 3:

El punt de conveniència de la persona consumidora és casa seva. Per tant, cal adequar la normativa i els habitatges per tal que es rebin les compres de manera eficient sense haver d'estar a casa i en horaris que no entorpeixin el trànsit de les ciutats.

Aquesta adequació passa per instal·lar bústies intel·ligents que permeten:

- Optimitzar les rutes de repartiment.
- Garantir el lliurament sense la presencialitat del destinatari.
- Traslladar els lliuraments a l'horari nocturn.
- Descongestionar les ciutats de trànsit.
- Impulsar la descarbonització de les ciutats.

Pregunta 4:

El 95% de la paqueteria de comerç online no supera els 25 kg ni els 120 cm, per la qual cosa, són mides per poder dipositar en una bústia intel·ligent.

El millor horari de repartiment a la ciutat seria per la nit. El repartiment per la nit generaria seguretat ciutadana en reduir trànsit i la despesa energètica, en prescindir de molta il·luminació a les ciutats amb la reducció de petjada de carboni.

Pregunta 5 i 6:

La implantació dels magatzems hauria de donar-se a les perifèries dels nuclis urbans per evitar l'aglomeració de vehicles dins dels nuclis urbans.

El transport de paqueteria òptim tindria aquesta estructura:

1. La paqueteria arriba durant el dia als magatzems fora dels nuclis urbans, evitant vehicles pesats que entrin en sòl urbà.
2. El repartiments en horari nocturn descongestionant les ciutats de furgonetes de repartiment durant el dia.
3. El lliurament es fa a les bústies intel·ligent de les finques amb lliurament garantit, optimitzat i sense molestar al destinatari perquè és a la nit.
4. Lliurament nocturn amb furgoneta elèctrica, eliminant contaminació de CO2 i soroll.

Pregunta 7:

Les lleis són necessàries però han de preveure totes les necessitats de cada actor.

És possible una solució definitiva per construir una última milla eficient, no restrictiva i que permeti fer costat al comerç local que necessita d'aquesta última milla per evolucionar.



12) Telpark

Telpark és el principal operador en gestió integral d'aparcaments i estacionament regulat en via pública d'Espanya i Portugal.

Pregunta 1:

La problemàtica està adequadament descrita i cobreix les principals línies d'impacte: contaminació, sostenibilitat, estalvi energètic, trànsit de ciutats, seguretat laboral, horaris, etc. No obstant això, caldria fer un estudi més detallat de les mesures a dur a terme per evitar una imatge negativa sobre els diferents agents i activitats econòmiques.

La normativa hauria d'evitar la creació de càrregues administratives innecessàries que puguin perjudicar a les empreses i a les persones consumidores.

Pregunta 2:

Telpark aposta per convertir els aparcaments en subjectes actius en el procés de transformació de la mobilitat urbana. Així que no solament integra els diferents tipus de transports i implementa la intermodalitat sinó que vol treure el màxim partit als espais d'estacionament per contribuir a la millora de la qualitat de l'aire en les ciutats.

Pregunta 3:

La normativa podria influir de manera positiva en la creació o adaptació de diversos llocs de treball vinculats a la cadena de comerç online, especialment en el repartiment.

Pregunta 4:

En lloc d'una limitació horària caldria posar de relleu els mitjans usats per a les entregues. El vehicle en aquest cas seria clau sense que siguin voluminosos y siguin ecoeficients y no disruptius acústicament a efectes de ser una eina per permetre una flexibilització en els horaris d'entrega.

Pregunta 5:

El 19 d'octubre el Ministeri de transició Ecològica (MITECO) amb la Federació de Municipis i Províncies va presentar les directrius per a la creació de Zones de Baixes d'Emissions (ZBE).

En l'apartat 9.4.3.1 d'aquest document estableix que els aparcaments subterranis poden transformar-se en espais estratègics per a les noves modalitats de mobilitat i acollir micro-hubs logístics amb sistema d'última milla sostenible. S'assenyala que els aparcaments podran transformar-se en espais estratègics per als nous modes de mobilitat.

Des de Telpark es considera que l'existència de centres d'intercanvi de mercaderies dins de nuclis urbans és necessària. Es precisen centres d'operacions intermedis i finalistes en els vehicles de repartiment que puguin estar a l'espera de càrrega i iniciar des d'allà el repartiment d'última milla en vehicle no contaminant i de dimensió reduïda.



La iniciativa legislativa hauria de reconèixer la versatilitat i localització dels parkings que es converteixen en llocs preferents per fer aquestes operacions, de forma que s'aconsegueix:

- Evitar l'intercanvi de mercaderies entre furgonetes que es produeix actualment al carrer.
- Tenir llocs segurs fora de superfície per als treballadors.
- Amortitzar les càrregues de les furgonetes més contaminants ja que no han de sortir de centres logístics més llunyans amb càrrega per al destinatari final.
- Treure de la via pública elements disruptius de transport.
- Eficiència energètica i una activitat més sostenible.
- Utilització de l'espai de parking i adaptació dels mateixos.

La normativa hauria de fomentar l'ús dels parkings no com a lloc de distribució de mercaderies, sinó com a llocs de recollida de les esmentades mercaderies de consum com alternativa per al ciutadà. Per això, la normativa ha de fomentar a la seva vegada que els gestors municipals permetin la integració dels parkings en el circuit de repartiment. En molts casos, els ajuntaments han de modificar i ampliar els usos dels mateixos per tal que puguin integrar aquest servei.

Pregunta 6:

Les tipologies han de limitar-se d'acord amb el tipus i dimensió de les poblacions.

Pregunta 7:

Cal una norma adaptada a la nova realitat de consum i adquisició de béns que tingui en compte els nous usos i costums de les persones consumidores, així com les noves tecnologies i les noves dinàmiques de distribució.

13) UNO (Organització empresarial de logística i transport)

Pregunta 1:

Es considera el comerç electrònic com un problema quan en realitat és una solució. Durant la pandèmia ha estat essencial i determinades persones per les seves circumstàncies poden accedir a productes que no tenen a prop o persones que no poden sortir, etc.

El petit comerç gràcies a l'e-commerce pot donar-se a conèixer en altres llocs o fer extensiu el seu negoci local a altres ciutats, províncies i països, la qual cosa potencia aquella botiga o comerç i genera més lloc de treball.

Pregunta 2:

Com a efectes positius del comerç electrònic està el democratitzar el seu consum, ja que qualsevol persona pot accedir a qualsevol producte sense que hagi de tenir a prop la botiga i es poden obtenir tot tipus de productes com els d'oci, primera necessitat, farmacèutics, etc.



Pregunta 3:

Segons el punt 3.1 apartat a) de la memòria, cal destacar si s'homologa l'horari de repartiment dels magatzems, punts de distribució o altres tipus d'establiments a l'horari comercial de la zona. Si es limita l'entrega de mercaderies a determinats horaris es produiria major congestió en fer les entregues en una mateixa franja horària. Normalment la persona consumidora vol que l'entrega sigui quan es troba a casa i de vegades, sol estar fora de l'horari d'obertura dels comerços.

El comerç electrònic permet la flexibilitat que els comerços físics no tenen.

Per definir les característiques i condicions dels establiments destinats a magatzems d'operacions cal veure les circumstàncies que rodegen a la zona on estan situades, pel que és complicat delimitar, adequar i englobar totes les circumstàncies.

Sobre les diferents condicions per la distribució dels productes al consumidor final, en funció de la dimensió del municipi, per minimitzar l'impacte en el medi ambient i en el trànsit de vehicles, de vegades és complicat poder disposar de magatzems en zones urbanes, i resulta més molest que estiguin en aquestes zones urbanes, pel que els magatzems solen estar en polígons, per evitar molèsties als veïns o saturar les ciutats.

Seria correcte regular i incentivar la implantació generalitzada dins de les zones urbanes de punts de recollida de mercaderies, però fins a aquests punts s'han de portar les mercaderies, pel que s'han de deixar horaris amplis per fer les entregues.

Que la distribució d'entregues es faci per vehicles no contaminants seria correcte, però a dia d'avui les ajudes són escasses i en molts casos encara no tenen autonomia per fer els repartiments per grans ciutats.

Estaríem a favor de facilitar per part de l'administració l'adquisició de hubs logístics en les ciutats per part de les empreses i poder fer un major nombre d'entregues mitjançant vehicles més sostenibles inclús a peu o en bicicleta.

Pregunta 4:

El règim d'horaris ha de ser més ampli que els dels comerços físics, ja que en moltes ocasions es sol·licita l'entrega fora dels horaris laborals per poder rebre les mercaderies a casa.

Restringir els horaris no seria una bona solució per millorar la sostenibilitat mediambiental o la congestió. Per resoldre ambdós problemes es disposen d'altres solucions molt més pràctiques i reals que no comporten haver de limitar l'horari per fer l'activitat.

Pregunta 5:

Si es volen implantar magatzems de distribució en els nuclis urbans s'haurien de regular, però s'haurà de portar la mercaderia a aquests magatzems i si es vol evitar contaminar, aquestes mercaderies haurien d'arribar en vehicles més grans per fer menys viatges.

Posteriorment, les mercaderies podrien sortir de vehicles sostenibles però han d'estar a prop dels punts d'entrega, pel que s'ha de fomentar la creació de mini hubs en els centres de les ciutats.



Pregunta 6:

A priori no. Estem d'acord en establir un calendari per renovar la flota, però ha de ser realista i consensuat amb les empreses. Estem d'acord en tenir vehicles més sostenibles, però amb consonància amb la conjuntura actual i sense oblidar que el comerç electrònic genera feina i teixit productiu.

Pregunta 7:

Hi ha les ordenances municipals en cada municipi, les quals en virtut de les seves circumstàncies especials, estableixen les normes concretes més properes a la realitat.

Sí que considerem que ha d'haver uns mínims comuns a elles, però no fins al punt de regular-ho per llei.

Tant si es fan ordenances com si es fa una llei es demana coherència i consens.



Al·legacions fora portal participa:

14) Autoritat de Transport Metropolità (Àrea Barcelona).

Pregunta 1:

Tot i que els vehicles puguin ser d'energies alternatives (ex. furgonetes amb combustibles nets) la congestió de trànsit seguiria existint. Caldria treballar de la mà amb el sector privat per fer més evident la distribució d'última milla.

Els costos de les externalitats degudes al comerç electrònic ineficient s'haurien de repercutir sobre les persones usuàries del comerç electrònic per reduir enviaments amb vehicles amb poca càrrega per lliurament i el retorn de productes.

La distribució a la darrera milla nocturna és una bona alternativa per reduir la congestió de les zones urbanes, en algunes tipologies de repartiments, però si és ineficient, continua generant externalitats que cal minimitzar.

Pels vehicles pesants de repartiments a centres de consolidació on sigui convenient que la distribució sigui nocturna, caldrà minimitzar els majors impactes negatius per km recorregut (ex. contaminació acústica) per la qual cosa es podria regular la tipologia de vehicle i de vial on poden circular i la gestió de la descàrrega (camions elèctrics i apagar el motor del vehicle mentre està estacionat).

Pregunta 2:

S'està d'acord amb la memòria preliminar i es suggereix el següent:

Efectes negatius:

- Afectació al comerç local i de proximitat. La comoditat del comerç electrònic provoca que es compri un producte a distància quan es pot trobar en un comerç proper, la qual cosa comporta major contaminació per la distància recorreguda de la mercaderia i un possible desplaçament a repetir si no es pot lliurar. Això pot implicar que el comerç local tanqui.

- La logística inversa de consumidors que compren a distància tenen diferents tipologies:

* Compres d'un mateix producte amb diferents talles amb el que implica un desplaçament addicional en la logística inversa.

* Compres d'un únic producte per ser utilitzat puntualment per fer-se una fotografia i publicar-la i després es retorna amb un desplaçament addicional.

* Compres d'un mateix producte a diferents portals web, quedant-se el que arriba primer i anul·lant la resta de comandes, abans fins i tot que arribin a la seva destinació.

Pregunta 3:

- Incentivar per part de l'administració pública vehicles de contaminació zero (*cargobykes* o patinets de càrrega) o d'energies alternatives, segons la distància a realitzar.



- Fomentar el comerç local com a punt d'entrega i/o recollida.
- Fomentar les taquilles com a punts d'entrega i/o recollida, cedint per exemple espais públics.
- Definir les condicions per a la implementació de carrils multi ús de càrrega i descàrrega.
- Sensibilitzar als consumidors de les externalitats d'aquest tipus de comerç i de com actuar per evitar-les.
- Es proposa no restringir a dos tipologies de magatzems i deixar aquest objectiu més obert.

Pregunta 4:

La darrera última milla nocturna o en hores vall és una solució òptima tant per la logística, com per la contaminació i congestió de les zones urbanes.

Tenir un interval de tarifes d'entrega diferent segons l'hora que es vulgui rebre el producte, pot promoure que les persones prefereixin pagar menys i rebre el producte en hores vall. El fet de promoure les entregues al comerç local, els mercats municipals o els centres comercials com a punt d'entrega, ja tindria implícit la regulació d'horaris d'aquests emplaçaments.

L'existència de taquilles en espais com centres cívics, biblioteques o estacions de transport públic, facilitaria altres horaris per a la recollida de mercaderies.

Col·locar taquilles en espais oberts 24 hores, amb facilitat d'accés per a tothom, també garantiria la recollida de les compres. Exemples: aparcaments públics, benzineres, etc.

Com que la persona consumidora podria no estar en el domicili es suggereix prioritzar el lliurament en locals comercials, punts de convivència o taquilles que permeti un lliurament més eficient.

Caldria que la regulació que s'estableix es trobi en un portal de dades obertes i descarregable en una APP, per tal que el sector privat tingui clara quina regulació trobarà a cada municipi a les zones de càrrega i descàrrega, carrils multi ús, les illes de vianants o les zones de baixes emissions. La proposta seria la creació d'un entorn a l'àmbit territorial català on es pogués consultar i descarregar aquesta informació.

Pregunta 5:

Sí. Es proposa licitar concessions per àmbits territorials dins de les ciutats o bé impulsar implantacions que garanteixen tenir una xarxa de magatzems a cada àmbit on els operadors logístics deixin la mercaderia. Vista l'experiència d'altres implantacions de magatzems de distribució, la subvenció de l'administració pública és clau per a la viabilitat del projecte.

Pregunta 6:

Depenent de la zona de repartiment, caldrà fer limitacions que s'adaptin a la seva regulació. Per ex. Zones de Baixes Emissions, zones de vianants, etc.

Els vehicles com ara bicicletes o patinets tenen un problema afegit que és l'estacionament en el moment d'entrega de la mercaderia. Actualment les zones de càrrega i descàrrega estan



plantejades per d'altres tipologies de vehicles. El fet d'incentivar l'ús d'aquests altres vehicles, hauria de tenir en compte la infraestructura vària per circular i estacionar.

Pregunta 7:

Sí.

Es podria plantejar la creació de concessions per fer el repartiment de la darrera última milla a les ciutats, per barris, districtes, etc.

És imprescindible el treball de la mà de tots els agents implicats per a qualsevol de les solucions arribin a bon port.

Cal que aquesta norma i les de mobilitat i ambiental es coordinin per assolir un efecte el més sinèrgic possible pel que fa als objectius d'aquesta proposta.

15) Ayach Logística:

Existeixen altres canals de venda que no només són les vendes per comerç electrònic com la visita comercial, catàlegs , etc.

Si la idea és regular i restringir com s'està fent a ciutats i municipis això no és una solució real per a la mobilitat de les mercaderies.

El sector del transport per carretera de mercaderies i logística necessita d'una solució global en forma de pacte de les administracions amb l'objectiu comú de buscar un marc de treball on es reguli la distribució urbana de mercaderies.

El canal de compra no ha de ser qui discrimini els horaris i solucions, els operadors logístics reben cada dia milers de mercaderies que poden ser comercialitzades per diferents canals de venda. El que cal discriminar primer és si les mercaderies s'entreguen a domicilis particulars o establiments i empreses, després el pes i el volum de les mercaderies a entregar i tercer els horaris en què es pot lliurar l'entrega i les restriccions viàries.

Actualment els sistema d'entregues és poc eficient i costós amb més vehicles dels necessaris i major volum de tràfic amb tot el que comporta, situació que fa que sigui insostenible a curt termini. Un dels costos més importants a tenir en compte són els costos laborals de les persones necessàries per poder arribar al destinatari de la mercaderia.

Es pot apostar per un magatzem d'operacions i que el destinatari es vagi a recollir la seva pròpia mercaderia, així s'eliminarà una part important dels desplaçaments de vehicles de transport i recursos. Però no serveix aquest model perquè no s'ho poden recollir i aquests mateixos establiments tenen problemes d'espai.

Els magatzems al centre de la població per carrers per districtes, barris, etc. La lògica del transport de mercaderies diu que han de ser accessibles per vehicles amb una massa i dimensions adaptades al carrer d'entrega però en molts casos poden accedir vehicles pesants que amb un sol viatge podrien portar moltes més comandes i descarregar pràcticament tota la mercaderia en aquell magatzem.



Caldrà treballar amb empreses especialitzades en la distribució urbana i amb empreses amb autorització de transport de mercaderies de servei públic de transport per tal de poder agrupar proveïdors i garantir un servei professional per evitar desplaçaments innecessaris.

Finalment, es posa en valor el sector del transport de mercaderies de carreteres, que és un sector molt regulat on s'han implantat nous models de transport de mercaderies (Uber, Glovo, etc. amb vehicles propis) que han aportat precarietat laboral i més col·lapses en la mobilitat i cal tornar a treballar amb autoritzacions de transport de mercaderies.

16) Empresaris gironins:

Els transportistes i empresaris vinculats al comerç, l'hostaleria i la restauració de les comarques gironines han plantejat als ajuntaments gironins homogeneïtzar les ordenances de mobilitat per facilitar el transport de mercaderies perquè així es milloraria l'eficàcia dels transports si tots els municipis tinguessin els mateixos horaris de distribució, les mateixes limitacions de pesos i dimensions i una regulació unificada sobre el funcionament de les càrregues i descàrregues. Com a conseqüència d'això, es reduiria la congestió del trànsit. També es proposa que les empreses transportin mercaderies en camions de grans dimensions fins l'entrada dels municipis i una vegada a dins, s'utilitzin vehicles adaptats a la sostenibilitat.

17) AECOC (Associació de Fabricants i Distribuïdors).

AECOC vol posar de relleu la seva col·laboració en relació amb aquest avantprojecte de llei com associació que integra més de 5.000 empreses a Catalunya que té representants de mercaderies que també venen *online*.