

**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**

Observacions en nom de la Comissió de *Retail* del Col·legi d'Economistes Catalunya

Abril 2022

**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.....)**

L'avantprojecte de llei no sembla haver contemplat els **aspectes fiscals** que hi pot haver darrera el lliurament de productes adquirits a distància.

En aquesta activitat, hi ha **3 subjectes passius**:

1. Les plataformes digitals que a efectes pràctics son un gran establiment comercial.
2. L'encarregat de fer la distribució de paqueteria a domicili del consumidor. Aquí hi ha moltes variants (punts d'integració de carrega, punts de lliurament i recollida, i repartidor que va al domicili del client). Es possible que calgui diferenciar entre paqueteria (lliuraments atomitzats d'un o dos productes) 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 pren la decisió de compra i de forma de lliurament.

Els aspectes fiscals als que ens referim corresponen a les 3 següents naturaleses:

- A. **La desigualtat fiscal entre les empreses multinacionals i les locals.** En funció d'on tributen les empreses per impost de societat, les que son 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 que tenen coincideix amb el mateix fet imposable que regula la **Llei de l'impost sobre grans establiments comercials**.
- C. Les **externalitats ambientals negatives** derivades de **l'atomització dels lliuraments** (congestió viària i increment de residus per sobre-embalatges que exigeix aquesta distribució atomitzada a domicili).

Pel que fa a l'apartat B, es tracta de promoure 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 inevitablement generen un flux de vehicles cap als domicilis particulars dels compradors, genera el mateix fet imposable que descriu la Llei 16/2000, de 29 de desembre, de l'impost sobre grans establiments comercials:

*“L’impost sobre grans establiments comercials que crea aquesta Llei es justifica en les potencials externalitats negatives que la implantació d’aquests produeix tant en el sector de la distribució comercial com en l’ordenació territorial i en el medi ambient. Nogensmenys, no és possible oblidar que el nou impost grava subjectes en els quals es posa de manifest una singular capacitat econòmica, directament vinculada a la circumstància de la utilització de grans superfícies: no solament perquè l’ocupació de grans extensions és en ella mateixa denotativa de capacitat econòmica, sinó també perquè els facilita un augment notori del volum d’operacions i, per tant, l’adquisició d’una posició dominant en el sector. D’altra banda, és constatable també l’existència d’un sobrebenefici d’aquestes entitats en tant que no assumeixen el cost de les externalitats negatives sobre el medi ambient i el territori i la distribució comercial, tal com subratlla l’esmentada disposició addicional segona de la Llei 3/2000”*

Pel que fa a l’apartat C (externalitats derivades de l’atomització dels lliuraments), serà estratègic **determinar be el subjecte passiu i fet imposable** de la taxa per l’impacte ambiental del lliurament de mercaderies a domicili.

Considerant que:

- la compra pot fer-se en plataformes d’empreses que no operen al nostre país;
- les empreses no desitgen emetre el missatge de que el lliurament te un cost addicional;
- les grans empreses que venen *online* tenen la capacitat de pressionar econòmicament als transportistes i repartidors per a que absorbeixin els costos;

sembla que el mes sensat seria que el subjecte passiu que hagi d’assumir el cost d’aquestes externalitats sigui **el client, ja que és qui pren la decisió** de fer-s’ho portar a casa i te la llibertat de triar altres alternatives. La fórmula podria ser com la de la taxa turística (el client paga a l’hotel i és l’hotel qui la ingressa a l’administració): que sigui el client qui hagi de pagar al transportista una taxa pel lliurament a domicili, per compensar les externalitats ambientals de l’opció de compra i lliurament de mercaderies que ha pres.

Precisament en el redactat de la memòria de l’avant projecte s’assenyala en l’objectiu 11.6: *"Reduir l’impacte ambiental negatiu per càpita de les ciutats, inclús prestant especial atenció a la qualitat de l’aire i a la gestió de les deixalles municipals i d’altre tipus"*. Raó de mes 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 mes residus, congestió i impacte ambiental.

## **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?**

Principalment és **la distribució atomitzada** amb les opcions de lliurament immediat (en menys de 48h) per la que opten molts clients en productes que realment no son urgents. Això causa un impacte ambiental en forma de congestió de les vies públiques (i contaminació), que seria francament reduïble si s’orientés al client al lliurament en punts de recollida i a opcions menys ràpides però més sostenibles que permetessin més optimització logística i major compactació de la distribució urbana de mercaderies adreçades al consumidor final.

La fórmula d'una taxa per lliurament a domicili, amb un recàrrec si s'opta pel lliurament immediat (menys de 48h) podria ser prou dissuasiva, tal com s'ha pogut comprovar amb l'efecte que va tenir en el seu dia el fet que fos obligatori cobrar les bosses de plàstic als comerços. A això s'hi podrien contemplar exempcions per a la població amb mobilitat reduïda o amb dependència legalment reconeguda.

### **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?**

Donada la varietat i hibridació d'activitats i formats, cal afinar be la definició i les diferències entre els **magatzems logístics i els magatzems d'operacions**. Principalment en el sector alimentació fàcilment poden estar barrejades totes les funcions.

### **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....)?**

El tema dels horaris és molt difícil de regular donat que a efectes pràctics hi ha moltes tipologies de botigues que legalment poden obrir en festius o que tenen permís per obertures de 24h i poden oferir venda online. La filosofia de fons és que totes les empreses que operen a Catalunya tinguin les mateixes obligacions legals i fiscals i que no es produeixin abusos de posició de domini ni externalitats negatives.

En aquest sentit seria important determinar que a partir de certes hores nocturnes, si el lliurament es permès, la fórmula de distribució i lliurament sigui respectuosa amb el descans dels veïns.

També és important separar be el tracte que es doni a la distribució urbana de mercaderies entre empreses (B2B) de la distribució al domicili dels consumidors (B2C).

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

Donat que els plans urbanístics de cada municipi ja determinen els usos que es poden donar, només s'haurien de regular principis bàsics que obliguin a aquest tipus d'establiments dedicats al lliurament a domicili, per exemple, que tinguin aparcament propi i no puguin envair la vorera amb els seus vehicles de repartiment (patinets, motocicletes, bicicletes, etc.), no puguin desenvolupar activitats molestes per als veïns, i hagin d'observar les normes sanitàries adequades al tipus de producte que subministren o manipulen, de manera que quedin preservats els drets del consumidor i la seguretat alimentària, etc.

### **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?**

Mes que prohibició hi hauria d'haver un incentiu per a que s'utilitzin mitjans sostenibles. Molts repartiments els fan treballadors autònoms i cal donar un temps d'adaptació, ja que poden no tenir capacitat econòmica suficient per renovar els vehicles a curt termini.

**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?**

Donat que es tracta de protegir l'interès general i que pensem que cal introduir en la norma eines fiscals, una llei es la fórmula adequada.

Amb tot hi poden haver eines complementàries com poden ser les ordenances municipals.

Creiem que hi ha encara una oportunitat de recorregut, fins i tot durant el tràmit d'aprovació de la llei objecte de la present consulta, donant suport i orientació als ajuntaments per a que desenvolupin dins de les seves ordenances les qüestions que s'assenyalen a l'article 16 de la llei 18/2017 de comerç, serveis i fires, especialment en els seus punts 5 i 6 :

**Article 16**

*Venda de productes i prestació de serveis per Internet o a distància*

- 1. Les empreses que venen productes o presten serveis o idees per Internet o a distància es regeixen per llur normativa específica i supletòriament per aquesta llei.*
- 2. Els productes comercialitzats per Internet o a distància han de complir la mateixa normativa que els és aplicable quan són adquirits en establiments comercials, i resten subjectes al règim de prohibició de la venda a pèrdua i al compliment dels terminis de pagament als proveïdors a què fa referència el títol III.*
- 3. Les empreses que venen productes per Internet han d'oferir, en la mesura que sigui possible, als clients l'opció de recollir-los en un establiment físic de llur entorn més proper, i facilitar així els acords entre companyies o plataformes en línia i el comerç de proximitat.*
- 4. La distribució i el transport dels productes comercialitzats per Internet o a distància s'han de fer d'una manera sostenible, amb el menor impacte mediambiental possible, i ha de garantir la seguretat de les persones que hi treballen.*
- 5. Els ajuntaments han de regular i taxar per mitjà d'ordenances la distribució dels productes adquirits per Internet o a distància, d'acord amb llurs competències en matèria de mobilitat, sostenibilitat i seguretat en llur municipi.*
- 6. Els ajuntaments han de promoure i regular l'emplaçament, la instal·lació i l'ús de les consignes o punts de recollida (drop box) per als productes comprats per Internet o a distància, d'acord amb els consells locals de comerç, si n'hi ha.*