

## COMENTARIS DE LA “ASOCIACIÓN NACIONAL DE GRANDES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN” (ANGED) A LA CONSULTA PÚBLICA PRÈVIA SOBRE EL PROJECTE D'ORDENANÇA FISCAL RELATIVA A LA TAXA A GRANS OPERADORS ESPECIALITZATS PER L'APROFITAMENT DEL DOMINI PÚBLIC DERIVAT DE LA DISTRIBUCION A PARTICULARS DE BÉNS ADQUIRITS PER COMERÇ ELECTRÒNIC (Business to Consumer, B2C)

Amb caràcter previ, ressaltar el dificultós que resulta manifestar la procedència, idoneïtat i justificació d'una taxa als grans operadors especialitzats per l'aprofitament del domini públic derivat de la distribució als particulars dels béns adquirits per comerç electrònic sense comptar amb el text articulat en el qual es desenvolupa aquest tribut. Ens hi aproximarem, no obstant això, des de l'experiència del comerciant/distribuïdor radicat a la ciutat de Barcelona. Tot això, sense perjudici de completar-les o redefinir-les tan aviat pugui accedir-se a l'exigit text articulat. Planteja recollir l'opinió sobre cadascun dels punts que desenvolupa i que titula:

- a) Els antecedents.
- b) Problemes que es pretén solucionar amb la iniciativa.
- c) Necessitat i oportunitat de la seva aprovació.
- d) Els objectius de la norma.
- e) Possibles solucions alternatives reguladores i no reguladores.

I que passem a tractar:

### A) ANTECEDENTS.

Totalment d'acord en el creixement i auge que ha tingut el comerç electrònic, però no sols propiciat pels grans operadors especialitzats. També pel comerç radicat a la ciutat que ha buscat línies de servei i accés als seus productes basat en sistemes de omnicanalitat.

Dit això, la descripció efectuada dels problemes existents que justifiquen una intervenció (**congestió en el trànsit urbà, més contaminació, distorsió del comerç de proximitat**) trasllada una imatge negativa i no adequada del comerç en línia, les vendes del qual mantenen una tendència de creixement molt important els últims anys, fins a aconseguir una quota de mercat pròxima al 7%. La gran majoria d'empreses del sector han realitzat una fortíssima inversió en tecnologia, formació, millora de processos i eficiència en les operacions amb la finalitat de desenvolupar un entorn

omnicanal que els permeti adaptar-se a aquesta demanda creixent dels consumidors, en franca competència amb grans plataformes globals del *ecommerce*, utilitzant per a això també operadors de repartiment especialitzats. Estem en presència d'una modalitat de venda que fins i tot és promoguda i subvencionada des de les pròpies institucions públiques.

L'*ecommerce* ha permès, a més, introduir un vector de modernització en el comerç molt important. Gràcies a això s'ha impulsat la digitalització de les empreses i el creixement del nombre de noves ocupacions tècniques dins del sector. Aquest procés està ajudant a més a crear un nou entorn omnicanal, que fusiona l'entorn físic i digital de les ciutats i que ajuda a mantenir el teixit empresarial.

Refereix el document la legitimitat de l'Ajuntament per a instaurar aquesta taxa, prenent com a base l'art. 16.5 de la Llei 18/2017 d'1 d'agost, de Comerç, serveis i fires que li habilita per a regular i taxar la distribució dels productes adquirits per internet o a distància, d'acord amb les seves competències en matèria de mobilitat, sostenibilitat i seguretat en el seu municipi. La fórmula no és nova, la remet al sistema general per l'aprofitament especial o privatiu que les empreses fan de l'espai públic, art. 24.1 TRHL, que pren el valor de mercat de la utilitat derivada de l'aprofitament d'aquest espai. Falta concretar un extrem molt important i que la documentació i informació facilitada no esmenta: **“els criteris i paràmetres que permetin definir el valor de mercat de la utilitat derivada.”** Màximament si atenem que aquest espai públic està sent utilitzat de molt diferent manera i en diferents franges horàries B2C (amb la diversitat d'agents intervinents), B2B, DUS i uns altres. Simplement als efectes de no generar discriminació o injusta imposició sobre un determinat conjunt d'operadors.

La taxa que es pretén imposar està justificada per l'aprofitament del domini públic derivat de la distribució a particulars de béns adquirits pel comerç electrònic (B2C), que realitzen les grans plataformes de distribució massiva de mercaderies des de punts d'origen externs a Barcelona.

No obstant això, genera dubtes que es puguin aconseguir els objectius plantejats atenent la determinació del subjecte passiu d'aquest tribut. Al no disposar del text articulat, la informació facilitada ens permet conèixer que seran subjectes de l'impost els qui constin en el Registre d'Operadors Postals, del Ministeri de Transports, Mobilitat i Agenda Urbana. D'aquests seran exclosos els qui no aconseguixin un volum quantitatiu important a la ciutat de Barcelona. A aquestes exclusions s'afegeixen els autònoms i *riders*.

Hem comentat més amunt que gran part del comerç de la ciutat se serveix d'operadors postals, tenint externalitzada la distribució de les seves mercaderies adquirides per mitjans d'omnicanalitat.

D'altra banda, i cada vegada més, els comerços radicats a Barcelona, no es constitueixen com a magatzems de dipòsit de les mercaderies que ofereixen. La seva pròpia organització logística permet que es trobin situats en localitats pròximes des de les quals assortir als establiments radicats a Barcelona o de la seva àrea d'influència. També, amb repartiment directe al consumidor sense necessitat que la mercaderia sigui descarregada a Barcelona (B2B) per a la seva posterior reexpedició al consumidor (B2C), pels efectes de cost i mediambientals que suposa. Raó per la qual entenem injustificat gravar amb una taxa aquesta via de lliurament de mercaderia. D'una altra forma s'estaria penalitzant l'operativa dels comerços de la ciutat amb establiments d'emmagatzematge fora d'ella, limitant la seva capacitat sense que això estigui justificat per imperioses raons d'interès general, sent innecessària i desproporcionada per a la consecució dels objectius perseguits.

Mereix, per tant, una profunda reflexió la fórmula presentada amb destinació als objectius que la fonamenten, puix que el comerç radicat a Barcelona, **“que és el que afavoreix la convivència, l'ocupació que no es deslocalitza i la seguretat dels carrers “ i que a més “contribueix a la despesa pública a través dels seus tributs”**, es veurà gravat per un nou tribut que, en la seva major part, es traslladarà al ciutadà de Barcelona, agreujant el problema que es pretén solucionar.

## **B) PROBLEMES QUE ES PRETÉN SOLUCIONAR AMB LA INICIATIVA.**

Ja hem exposat en l'apartat anterior els dubtes que suscita aquesta taxa, com a solució als problemes que es pretén resoldre de la ciutat de Barcelona. Assenyalar que no és única, perquè està en tràmit l'AVANTPROJECTE DE LLEI PEL QUAL ES REGULEN DETERMINATS ASPECTES DEL LLIURAMENT DELS PRODUCTES ADQUIRITS A DISTÀNCIA, que està sent tramitada en el si del Pla de Comerç de la Generalitat de Catalunya.

Des d'ANGED defensem el caràcter homogeni i racional de les normes a fi de generar una major seguretat jurídica als operadors. Els avantprojectes que se sotmeten a consulta no han ofert un text normatiu que permeti conèixer l'abast i àmbit dels dos tributs en tràmit, l'autonòmic i el municipal. Important i necessari que no es plantegin escenaris de doble imposició sobre un mateix fet imposable.

Refereix la consulta en aquest apartat que l'objectiu és “**deixar al marge d'aquest gravamen la distribució que fa el comerç establert en el terme municipal de Barcelona quan les seves vendes en línia només complementen la venda presencial**”, incorporant un element distorsionador en l'equació, com és que seran objecte de gravamen quan es produeixi “**des de punts d'origen externs a Barcelona**”. Aspecte ja comentat anteriorment i que suposa una intrusió en l'operativa logística dels comerços de Barcelona i que no evita preguntar quina regulació tindrà l'ordenança fiscal enfront dels lliuraments de productes de gran volum (electrodomèstics, mobles, matalassos, etc), o la incongruència de gravar el lliurament de béns de primera necessitat, amb punts de distribució centralitzats fora de la ciutat. Dirigit a més a consumidors especialment vulnerables.

D'altra banda cal assenyalar que els canvis d'ordre urbanístic que s'estan executant a la ciutat de Barcelona amb el model de **Superilles**, no està afavorint l'accés dels clients als comerços de la ciutat, al mateix temps que ocasionen problemes de congestió en el trànsit que diàriament recorren pels carrers de Barcelona. Són mesures que en absolut beneficien el comerç de proximitat, per la reducció de l'afluència de clients, a les quals s'afegeixen les barreres perquè el producte adquirit *on line* per aquests, pugui ser lliurat amb normalitat i eficiència en el seu domicili.

Manifestem plena conformitat a la iniciativa de fomentar punts de recollida de mercaderies com a fórmula de promoció d'un comerç més sostenible. Aquesta modalitat ja ha estat desenvolupada per grans superfícies, que lliuren el producte adquirit *on line* en l'establiment triat pel client, més pròxim al seu domicili.

### **C) NECESSITAT I OPORTUNITAT DE LA SEVA APROVACIÓ.**

S'assenyalen com a elements que promouen la necessitat i oportunitat d'aquesta nova taxa:

- L'augment del trànsit, la contaminació, la congestió i l'ordenació territorial i urbanística de la ciutat de Barcelona.
- Que l'activitat comercial desenvolupada exclusivament a través de l'e-commerce sense estar localitzada en el municipi de Barcelona, no competeixi amb més avantatges amb el comerç situat a la ciutat, que contribueixi al pressupost municipal i a la configuració efectiva d'una ciutat de proximitat.

Des d'ANGED valorem positivament aquells objectius que comportin l'obtenció i ús de recursos en llaures a aconseguir una ciutat més segura, ordenada i sostenible. Així mateix que tots els operadors que desenvolupen la seva activitat comercial a la ciutat, competeixin en igualtat de condicions, contribuint al sosteniment del pressupost municipal.

Ara bé, no encertem a veure que el concurs d'aquesta taxa contribueixi a això. Ja hem apuntat algunes raons en els apartats anteriors, que passen per un disseny que, a priori, suposa una càrrega afegida al comerç local que en la seva logística d'operació en línia fa ús d'operadors postals i també de magatzems situats fora de la ciutat de Barcelona.

És cert que falten per conèixer **els criteris o paràmetres** en els quals es fixarà l'ordenança fiscal per a determinar el valor de mercat de l'espai públic utilitzat o disposat pels grans operadors, no exempt de dificultats, si tenim en compte:

- Que aquestes operadores transporten i lliuren mercaderies de particulars, administracions i de comerços, locals, nacionals i internacionals.
- Lliuraments de mercaderies que, pel seu volum, precisen d'un major temps d'ús de l'espai públic.
- Lliuraments de productes de primera necessitat, aliments, sanitaris. Especialment a persones vulnerables.
- Que per estudis elaborats dins de EDUM (Estratègia Municipal de la Distribució Urbana de Mercaderies 2030), la infraestructura de Cid (càrrega i descàrrega) que utilitza B2C és compartida amb altres models de DUM (Distribució Urbana de Mercaderies) i tipologies d'usuaris. Prenent com a model el districte de l'Eixample: B2C comporta només el 9% del temps d'ús d'aquest espai. B2B ho duplica, amb el 18% i a molta distància DUS (Distribució urbana de Serveis) ho ocupa amb el 46% del temps.

Així com unes altres, que es poden afegir i que albiren la dificultat d'obtenir un resultat ajustat que coonesti la valoració amb la quota corresponent a liquidar per cada operador.

#### **D) ELS OBJECTIUS DE LA NORMA.**

Entenem que amb la informació facilitada no és possible admetre que el projecte d'ordenança fiscal relativa a la taxa a grans operadors especialitzats per a l'aprofitament del domini públic derivat de la distribució a particulars de béns adquirits

a través del comerç electrònic (B2C), sigui l'instrument idoni per a aconseguir els objectius que es persegueixen.

## **E) POSSIBLES SOLUCIONS ALTERNATIVES REGULADORES I NO REGULADORES.**

Ens vam mostrar contraris a qualsevol mesura que penalitzi l'omnicanalitat com a instrument de desenvolupament del comerç de la ciutat i del benestar dels seus ciutadans.

Estem conformes amb sistemes d'ajudes al comerç en el seu procés de transformació digital, afavorint-la i amb això aconseguir una modernització dels seus processos i operacions, sense incloure mesures restrictives que deteriorin la competitivitat del sector.

Ressaltem la conveniència d'una regulació que permeti cohonestar l'ús de l'espai públic (major disponibilitat d'espai i horaris) contemplant les necessitats d'operadors logístics, *marketplaces* i dels ciutadans, equilibrant demanda amb ús racional d'aquest espai. Fórmula per a evitar la indisciplina i la congestió.

Potenciar els punts de recollida. Les grans superfícies ja estan implementant aquest sistema com a contribució a una distribució més sostenible.

Incentius fiscals que afavoreixin el lliurament de mercaderies a través de sistemes respectuosos amb el medi ambient, sense que suposi sancionar l'ús de la resta de sistemes per a no incórrer en un greuge comparatiu.