
Posicionament de FOMENT COMERÇ vers les qüestions plantejades en la CONSULTA PÚBLICA PRÈVIA SOBRE EL PROJECTE D'ORDENANÇA FISCAL RELATIVA A LA TAXA A GRANS OPERADORES ESPECIALITZADES PER L'APROFITAMENT DEL DOMINI PÚBLIC DERIVAT DE LA DISTRIBUCIÓ A PARTICULARS DE BÉNS ADQUIRITS PER COMERÇ ELECTRÒNIC (Business to Consumer, B2C), per part de l'Ajuntament de Barcelona

21 de setembre de 2021

Adjuntem les consideracions de Foment Comerç a la consulta pública sobre el **projecte d'ordenança fiscal relativa a la taxa a grans operadors especialitzades per l'aprofitament del domini públic derivat de la distribució a particulars de béns adquirits per comerç electrònic** (business to consumer, b2c), per part de l'**Ajuntament de Barcelona**.

No obstant, cal evidenciar la dificultat de presentar al·legacions en un marc on, ara per ara, no disposem d'un text articulat de proposta d'ordenança, i per tant, podem –i així ho fem– expressar les preocupacions del sector, sense perjudici de completar o redefinir els nostres plantejaments tan aviat com es pugui accedir al text articulat de la proposta d'ordenança.

a) Els antecedents

Compartim els plantejaments, objectius, principis inspiradors i la necessitat d'evitar asimetries competitives entre els operadors del sector comercial, així com els principis ambientals, de minimització de la congestió i de gestió eficient de l'espai públic que la memòria de la proposta d'ordenança esmenta.

Sense perjudici de lo anterior, volem també posar atenció en alguns aspectes i/o matisos envers el comerç online:

- **En primer lloc considerem que és important no donar ni traslladar, en termes generals, una imatge negativa sobre la venda online i/o l'entrega a domicili**, ja que és una tendència que no és nova, que respon a una demanda dels consumidors i que inclús es promou des de la institucions, entitats del comerç etc. dins els diferents programes de digitalització existents.
- En segon lloc, el canal online i/o entrega a domicili és en molts casos una bona alternativa. Així, per exemple **trobem diferents segments on l'entrega a domicili és un bon recurs per a**

respondre a les necessitats de la població (per exemple a les persones amb dificultat de mobilitat, càrrega de pes, gent gran, etc.).

- En tercer lloc, el comerç online també és un canal i complement de la venda del comerç físic present a la ciutat. En efecte, els darrers anys molts comerços de la ciutat han realitzat una fortíssima inversió en tecnologia, formació, millora de processos i eficiència en les operacions per desenvolupar un entorn omnicanal que els permeti adaptar-se a aquesta demanda creixent dels consumidors, en franca competència amb grans plataformes globals de l'e-commerce, utilitzant també operadors de repartiment especialitzats. De fet, la digitalització del comerç forma part i és promoguda des de les pròpies institucions públiques i entitats del món del comerç.
- En aquest sentit, la modalitat de la venda online no és un problema en si mateixa. Però com a tendència d'èxit i ràpid creixement que experimenta, **és necessari i cal evitar-ne els desajustos que es puguin generar**. Desajustos que es poden emmarcar en dos grans blocs:
 - En un bloc, **les asimetries competitives que puguin existir entre els diferents operadors en matèria de fiscalitat, normativa, permisos, autoritzacions, etc.** En aquest sentit, apostem per la **igualtat de condicions entre tots els operadors, el que a nivell europeu s'anomena "Level Playing Field"**. Es fa necessari, doncs, igualar la situació (fiscal, normativa, etc.) dels nous operadors a la situació que tenim avui en dia les actuals empreses que operen en comerç a la ciutat de Barcelona (principalment físicament), **però en cap cas**, aquest exercici "d'igualar" les condicions dels diferents operadors **hauria de comportar noves cargues fiscals, costos administratius o normatius per a les actuals empreses de comerç (ni de forma directa ni indirecte) que operen a la ciutat de Barcelona.**
 - En l'altre bloc, **les externalitats negatives que es poden generar per disfuncions operatives en el model online**, com per exemple, la "logística absurda" que representa que el 11% de les entregues requereixin una segona visita, o les devolucions de producte, amb la conseqüent ocupació i congestió ineficient de l'espai públic.

b) Els problemes que es pretén solucionar amb la iniciativa.

Compartim plenament els reptes i problemes que vol solucionar la iniciativa de la present proposta d'ordenança, així com l'esperit de la mateixa, i els objectius que persegueix.

Segons la memòria facilitada, la taxa que es vol imposar està justificada per l'aprofitament del domini públic derivat de la distribució a particulars de béns adquirits pel comerç electrònic (B2C), que fan les grans plataformes de distribució massiva de mercaderies des de punts d'origen externs a Barcelona, i segons la memòria facilitada **compartim que "l'objectiu és també deixar al marge d'aquest gravamen la distribució que fa el comerç establert al terme municipal de Barcelona quan les seves vendes online només complementen la venda presencial."**

No obstant, i a falta de disposar d'un text articulat de proposta d'ordenança, volem aprofitar per plantejar diferents dubtes i/o preocupacions del sector en relació a com poder assolir aquests objectius, tenint en compte la operativa i realitat del comerç actual de la ciutat. Tal i com hem exposat anteriorment, cal que tot procés encarat a corregir les externalitats negatives del comerç online, parteixi de la premissa que no **hauria de comportar noves cargues fiscals, costos administratius o normatius per a les actuals empreses de comerç (ni de forma directa ni indirecte) que operen a la ciutat de Barcelona.**

Aquestes preocupacions es poden estructurar en els següents aspectes:

- Gran part del comerç de la ciutat es serveix d'operadors postals per a cobrir la logística de darrera milla de les seves vendes online. **Entenem que les entregues de vendes online realitzades per el comerç de la ciutat (com a complement de la seva activitat presencial), han de quedar al marge d'aquest gravamen.**
- En aquest sentit, cal tenir present que molts comerços radicats i amb presència física a Barcelona (especialment aquells de mitjana dimensió en amunt), per eficiència i operativa logística, serveixen les comandes online des de magatzems situats en sòl industrial/logístic fora de la ciutat. **Són per tant empreses que tenen presència a la ciutat, però que disposen de magatzems d'operacions fora del terme municipal per a servir les comandes a domicili, i per tant, entenem que també han de quedar al marge d'aquest gravamen.** De no ser així, s'estaria penalitzant establiments amb forta presència física a la ciutat que, per raons d'eficiència operativa i logística, tenen el magatzem en altres poblacions properes, respecte aquelles que tenen el magatzem dins la ciutat.

- A falta de disposar del text articulat, la informació facilitada permet conèixer que seran subjectes de l'impost els qui constin al Registre d'operadors postals, del Ministeri de Transports, Mobilitat i Agenda Urbana. D'aquests operadors postals, seran exclosos els que no arribin a un volum de facturació determinat, així com els autònoms i els *riders*. **Ens preocupa que aquest fet, pot comportar un procés d'atomització dels operadors postals per, precisament, evitar la taxa.**
- **A més a més de les excepcions anteriors, considerem que cal deixar exempts els comerços de productes essencials i de primera necessitat (alimentació, farmàcia, alimentació animal, etc.).** En primer lloc, en molts casos, és un comerç l'entrega a domicili del qual està dirigit a cobrir necessitats socials o de persones vulnerables, (persones amb problemes de mobilitat, etc.). En segon lloc, per eficiències operatives i logístiques (fruit de les múltiples referències i productes), els magatzems d'operacions d'aquests sectors es troben en moltes ocasions fora de la ciutat de Barcelona, tot i ser empreses amb botigues físiques a tota la ciutat. En tercer lloc, són sectors que en la majoria dels casos no treballen amb operadors de paqueteria i *couriers*, sinó que disposen de flota o operador logístic propi per les característiques dels seus productes (per exemple en el sector alimentari, que per motius de seguretat alimentària, manteniment de la cadena de fred, etc. cal que el repartiment es faci amb operadors logístics especialitzats).

En definitiva, i sense conèixer el text articulat, ens preocupa la forma de com vertebrar el present gravamen només sobre *"l'activitat comercial desenvolupada exclusivament a través de l'e-commerce sense estar localitzada al municipi de Barcelona"*, i que no acabi esdevenint un nou cost (directe o indirecte) per al comerç físic de la ciutat que també ha desenvolupat el seu canal online, com a complement de la seva venda física.

c) La necessitat i oportunitat de la seva aprovació.

- La memòria presentada de la proposta d'ordenança indica com a elements que promouen la necessitat i l'oportunitat d'aquesta nova taxa: *"L'augment del trànsit, la contaminació, la congestió i la planificació territorial i urbana de la ciutat de Barcelona."*, i que *"l'activitat comercial desenvolupada exclusivament a través del Comerç electrònic sense estar ubicada al municipi de Barcelona, no competeix amb més avantatges amb el comerç situat a la ciutat, cosa que contribueix al pressupost municipal i a la configuració efectiva d'una ciutat de*

proximitat.”. Com ha hem expressat, **compartim plenament aquests objectius, necessitat i oportunitat de la proposta d’ordenança.**

- No obstant, **ens sorgeixen molts dubtes en relació a que una taxa d’aquestes característiques** (amb la precaució que no coneixem el text articulat al detall) **pugui complir amb aquests objectius**, per tot el que ja hem exposat en l’apartat anterior b).
- **A més a més, considerem que la present proposta d’Ordenança, s’ha d’encabir en una estratègia global i ben coordinada entre les diferents Administracions Públiques per garantir el “Level Playing Field” al que fèiem referència en l’apartat a).** En particular, posem de manifest que també es troba en procés l’avantprojecte de llei per regular determinats aspectes de la venda a distància per part de la Generalitat de Catalunya, així com un possible impost a la venda online vehiculat a través d’una figura similar al actual IGEC. En aquest sentit, constatem la importància d’evitar una doble imposició entre les diferents iniciatives existents.
- D’altra banda, cal destacar que els canvis en matèria urbanística que s’estan executant a la ciutat de Barcelona (per exemples les Superilles) dificulten encara més l’accés dels compradors als eixos comercials de la ciutat, i el comerç online esdevé per aquests comerços un canal alternatiu per arribar als seus clients.

d) Els objectius de la norma.

- Sense una proposta de text articulat, és molt difícil poder establir si la proposta d’ordenança és el vehicle adequat per assolir els objectius que es persegueixen, objectius que si compartim.

e) Les possibles solucions alternatives reguladores i no reguladores.

- Creiem que podria ser interessant **incorporar a la proposta d’ordenança elements propositius i incentius de caràcter fiscal** (bonificacions, etc.) **per a millorar l’eficiència del canal**, per exemple, a títol enunciatiu però sense caràcter limitatiu:
 - Mesures de fiscalitat progressiva (bonificacions, reduccions, etc.) per a l’electrificació de flotes de vehicles.
 - Promoció de mecanismes per a la concertació de cita en les entregues per reduir els lliuraments fallits, i conscienciació del consumidor per reduir les devolucions.

- La digitalització de les zones de càrrega i descàrrega per una millor gestió i més eficient del trànsit d'aprovisionament i de repartiment a domicili.
- Caldria també adoptar un enfoc propositiu per promoure el *click&collect*, així com un millor aprofitament en la utilització d'infraestructures públiques existents a totes les ciutats i ubicades en localitzacions estratègiques, **com són els aparcaments ubicats al centre de les ciutats, per impulsar-hi la constitució de plataformes d'última milla, alliberant a la ciutat del trànsit d'agitació.** La xarxa d'aparcaments públics ubicats al centre de la ciutat son espais idonis per a facilitar una distribució i recollida eficient de mercaderies, reduint el trànsit de furgonetes i vehicles dedicats a l'entrega i devolució de mercaderies. La xarxa d'aparcaments es configura com a petites naus logístiques al centre de la ciutat, on podria arribar el vehicle en horaris de menys circulació, com durant la nit i des de les quals podrien ser repartides durant el dia amb vehicles de mobilitat personal, petits vehicles elèctrics, o a peu. Aquesta utilització de l'aparcament queda avalada per les Directrius aprovades pel MITECO sobre les zones de baixes emissions (ZBE), que expressament criden a reorientar els aparcaments subterranis cap a hubs, plataformes que impulsen la mobilitat sostenible i proporcionen diferents serveis, facilitant l'accés a les distintes opcions de mobilitat, personal i col·lectiva (mobilitat compartida, bicicletes, patinets, VMP), amb dotació d'infraestructura de recarrega elèctrica i afavorint la intermodalitat. Així doncs, **considerem que la proposta hauria de promoure la implantació d'aquestes microplataformes, per lo que és necessari que es faciliti el procés d'autorització d'aquestes, especialment en els contractes de concessió, autoritzant-se la realització de les instal·lacions necessàries a aquest fi de la manera procedimental més simplificada possible.**
- En darrer lloc, considerar també que les estratègies DUM actuals intenten promoure que la logística d'aprovisionament a les botigues es faci en moments en que les infraestructures viàries estan menys transitades (compatibilitat i aprofitament segons usos temporals), promovent entre altres la logística nocturna. **És raonable pensant que el mateix criteri inspirador pot tenir lloc en la logística associada a les compres a distància** (per exemple per abastir guixetes i punts de *click&collect*, etc.)