

Estudi comparatiu internacional de normatives adreçades a l'ordenació de les externalitats negatives ocasionades pel comerç electrònic en la seva expressió física

Càtedra Escenaris de Futur del Retail

ÍNDEX

1. Introducció
2. Metodologia
3. Anàlisi
4. Conclusions i recomanacions
5. Fonts documentals

1. Introducció

La complexitat de la transformació digital al retail obliga a les administracions públiques a identificar clarament l'escenari al que s'accedeix i alhora establir els criteris per facilitar l'adaptació dels negocis presencials en les mateixes condicions i oportunitats que els virtuals.

La primera qüestió no esdevé gens fàcil, per què les tecnologies i les estratègies digitals evolucionen molt ràpidament des de començaments de la dècada de 2010 i ho seguiran fent a ritme molt més accelerat als propers anys; fins i tot en molts casos, dibuixant figures contradictòries. Això provoca que molt sovint es difumini el marc dels negocis del retail i no sigui evident quina mena de suport aplicar en cada moment per l'adaptació de les empreses individualment, via clústers de competitivitat o grups de botigues associades per Eixos o per poblacions.

La segona de les qüestions és més complicada encara, per què la diversitat de fonts legislatives i marcs jurídics a Europa impedeixen una uniformitat en l'aplicació de les normes. Però la diversitat europea és un dels majors cabals que cal preservar i incentivar, per què és font de respecte a la identitat i singularitat de cada poble, de sinèrgies i enriquiment mutu, d'innovació permanent, i de creixement econòmic. Això no impedeix avançar tots vers un objectiu comú: l'abastiment equilibrat i satisfactori de la població i la millora de la rendibilitat del retail sota les mateixes regles de joc entre els negocis online i els presencials.

1. Introducció

El desenvolupament normatiu és una tasca constant de les administracions i és bo que les lleis arribin reposadament al moment de la seva aplicació, però el més a prop possible de quan es produeixen els canvis, més encara si son disruptius com passa amb la revolució digital. En moment de canvi com l'actual no esdevé gens fàcil produir legislació. Avançar-se a redactar normes massa aviat pot tallar les ales dels processos innovadors, impedir que volin lliures i s'esplaiïn amb totes les seves capacitats; altrament, un excés de rapidesa en la producció legislativa podria deixar obsolets els texts legals com a conseqüència del propi ritme dels canvis.

Per altra banda, retardar massa la producció legislativa afavoreix una diferència de tracte entre els negocis tradicionals i els dels nous entrants, com passa ara. Hi ha una normativització exigent entre les botigues presencials, per tal de garantir els drets dels consumidors i la llibertat de mercat, mentre apareixen buits notables entre les virtuals que els hi permet una ampla flexibilitat en molts compromisos a complir. Aquest gap temporal ha permès que les plataformes tecnològiques operin amb nombroses avantatges sobre els negocis presencials, que cal redreçar quan abans.

La relació entre la innovació i la normativització ha d'ajustar-se en el temps; mentre no es produeix l'acoblament del marc legal, s'han de frenar les avantatges del nous jugadors i tanmateix generar tot el suport necessari per l'adaptació dels més perjudicats. De no operar d'aquesta manera, els que entren al mercat juguen amb una gran avantatge extraordinària i aprofiten l'avinentsa per treure del mercat als històrics, repercutint negativament en l'equilibri de l'oferta comercial.

És just en aquests moments de canvi transcendental, quan s'imposa més la col·laboració pública-privada entre els partners socials. S'han d'estrènyer les seves relacions per la immersió en matèria digital de les empreses i els treballadors, per la pervivència de les botigues presencials com a senyal de vida de les ciutats, per l'ordenació comercial, pel canvi de model de negoci al retail, per la reducció de la petjada ecològica, pel urbanisme comercial que requereix una resolució abans que es produeixi la saturació de la darrera milla..... . Es tracta de qüestions que no es resoldran si no es produeix l'esforç comú.

Les plataformes digitals estan a casa nostra i s'han guanyat el dret a competir com en qualsevol indret del món. El que s'ha de preservar és la igualtat de condicions per tot el retail. Sigui quin sigui el circuit comercial o el canal de venda de les cadenes de subministrament de les botigues online, han de garantir als clients els mateixos resultats que les presencials; és a dir, a despit de la complexitat tecnològica de cadascuna d'elles, un marc jurídic idèntic. Per ço, la governança de les plataformes digitals ha de complir els mateixos requisits que la cadena de subministrament de les botigues presencials.

1. Introducció

La digitalització ha obert el camí cap a nous models de negoci al retail, com a la resta dels sectors. La transformació digital es fonamenta en les noves eines i estratègies, les quals permeten establir una relació directa amb els clients. A les anteriors revolucions tecnològiques, les cadenes de subministrament estaven estructurades en esgraons amb molt més poder de negociació a les baules anteriors que al del comerciant que està en contacte directe amb el client. El retailer actuava com l'enllaç, era al final de la cadena de transmissió; rebia els productes i els traspassava al consumidor. Es clara que la capacitat d'escollir el gènere, la clientela, l'ordenació del porta foli, i el fet de tractar directament amb el client li donava una certa autonomia. Però a poc a poc, als darrers anys, els botiguers -com els productors de les matèries primeres- han anat perdent poder, a mesura que s'engrandia els dels altres participants en la cadena de subministrament.

Amb la digitalització, aquesta relació de forces ha canviat. El botiguer pot establir un vincle directe i estret amb la seva clientela, i conèixer-la millor gràcies a les noves eines i estratègies digitals. La *customer centricity* desenvolupa punts de contacte al llarg de tot el recorregut de compra del client (*customer journey map*): abans d'anar a la botiga, durant el temps que hi és i posteriorment. La posició canvia notòriament: el comerciant i els seus clients es converteixen en el centre de les operacions; la resta dels components de la cadena els abastiran segons la resultant d'aquesta forta unió. El client suscita, intueix necessitats i aspiracions; el comerciant les catalitza i explora conjuntament amb ell; la resta dels jugadors de la cadena de subministrament van a corre cuita a produir-los i lliurar-los. El nou model de negoci del retail consisteix en co-crear els productes i serveis de la ma del client: valors, components, tipus de servei, satisfacció, preu, canal, moment de compra i entrega....

La feina del comerciant consisteix en romandre al costat del client de forma permanent per aprofundir en el seu coneixement, negociar la mena d'experiència que desitja, facilitar-li i retenir-lo. Això acaba requerint de la creació d'una comunitat presencial/virtual que monitoritzi les relacions, competint amb les grans tecnològiques, especialistes o generalistes, amb eines semblants salvant sempre la dimensió de cada clientela. Aquest nou rol del retailer li permet convertir-se en protagonista de les vendes al costat del consumidor i recuperar una posició de referència social de la que els nous models de negoci de la distribució l'havien expulsat a les darreres dècades. Aquest relat requereix d'un nou model de negoci dual, presencial i online, que no condueix ni molt menys a la destrucció del primer, en la mesura que en països com el nostre el comerç físic segueix formant part dels atractius de la vida quotidiana, social, cultural, lúdica, esportiva i de lleure. Els canals offline i online es complementen i s'usen indistintament segons el perfil de clientela i del moment; l'un no fagocita a l'altre, a l'hora que usa múltiples canals i formats, com ara el *video-shopping*, l'email màrqueting, el SEM i el SEO, la realitat augmentada, la robòtica, el internet de les coses, els displays, els blogs, els chatbots, la veu, la imatge, la presència en les xarxes socials i totes aquelles tecnologies de contacte més adequades en cada moment.

1. Introducció

La UE ha marcat dos objectius ben clars: la digitalització i la sostenibilitat, amb fites determinants a 2030 i 2050. Per una banda, la dràstica reducció de les emissions de gasos d'efecte hivernacle pel 2030 i definitivament pel 2050; i per una altra, ingressar en l'ús quotidià de les eines i estratègies digitals al triangle empreses i corporacions, administracions públiques, i ciutadans i consumidors als propers anys. No és un experiment o una frivolitat. Per ço, està desenvolupant l'estratègia del pal i la pastanaga: una normativa dura (tsunami regulatori vers l'economia sostenible i directives que regulen els mercats digitals), junt amb fons de finançament abundants, com ara, els *Next Generation* o el reforçament dels programes *Horizon*, *Cosme*, la pròpia PAC i altres. La Comunitat Europea aprofita l'avinentsa per reequilibrar la funció social de les empreses, que estava molt malmesa, front l'econòmica-financera. Fins ara, les empreses de la UE estaven obligades a una normativa comptable i fiscal; en endavant, s'afegeix la legislació social sota el focus de la sostenibilitat. Totes es veuran obligades a declarar i demostrar les tasques desenvolupen en matèria mediambiental.

Les corporacions es converteixen d'aquesta manera en ens econòmic-socials, equilibrant les dues funcions. És a dir, s'estructuren com entitats socials vives que han d'aportar riquesa de forma més àmplia. Si fins ara no hi havia compromisos i les empreses actuaven sota la figura de la responsabilitat social corporativa, Europa fa un pas endavant passant de la filantropia i exigint la sostenibilitat. Per les empreses significa l'oportunitat d'avançar definitivament cap a corporacions ordenades, convenientment dimensionades, amb explícites aportacions a la societat, aspectes tots ells que les noves eines i les estratègies digitals les faciliten. No accedir a aquest nou estadi que esperona la UE arrisca perdre l'ocasió de la transformació amb els suports facilitats; i addicionalment formar part del grup d'empreses enrederides que van perdent competitivitat a mesura que la bretxa s'engrandeix, la qual cosa condueix inexorablement a la desaparició del mercat.

A finals d'enguany, les grans empreses europees hauran de començar a complir la normativa mediambiental molt estricta no només amb els envasos industrials i comercials, si no sobre tot en la seva organització financera i en les responsabilitats del gestió; per exemple, l'obligació d'adherir-se al Sistema Col·lectiu de Responsabilitat Ampliada del Productor (SCRAP), per la qual cosa quasi deu-centes grans empreses estan signant protocols pel compliment de la norma. No hi ha data per les pimes, però no trigarà massa en establir-se. D'aquesta manera, la UE implanta una doble velocitat per donar temps a que totes les corporacions petites i mitjanes puguin adaptar-se al nou escenari; una mica més de temps no vol dir pensar que això no es per ara i no començar a preparar-se.

1. Introducció

Quan a la digitalització, la nova llei digital europea tendeix a reduir el poder de les tecnològiques, vint anys després que la UE establís una normativa integral pel internet; aleshores Google acabava de constituir-se i Amazon encara venia llibres. Dues dècades que han empès a aquestes i a la resta de les grans a enfilarse a dalt de tot dels rànquing mundial de les empreses, i a revolucionar el mercat gràcies a campar a gust sense cortapises ni exigències. La Llei de Mercats Digitals, DMA, que inclou també els serveis digitals, limita el poder dels deu o quinze gegants tecnològics i especifica on són els límits front la competència i quines les sancions com a conseqüència del incompliment de la norma.

Aquest estudi es proposa identificar la normativa produïda a Europa sobre la transició del retail cap a l'era digital, així com les afinitats dels ciutadans i països en vers el canvi. La UE n'és el far legislatiu al respecte, la institució més avançada que marca el camí comú. Ara bé, junt a la normativa que ha produït i segueix elaborant la UE, hem descobert moltes sensibilitats que acabaran aviat cristal·litzant el lleis arreu de la Unió. Algunes ja estan introduïdes al marc legal; altres s'estan elaborant; altres s'obren pas en distints estadis del debat públic, dels parlaments i dels legislatius. Moltes d'aquestes iniciatives estan cridades a ser als propers mesos una guia tant a la UE com a la resta del món.

En la recerca realitzada, hem pogut verificar l'efervescència que s'està generant a Europa en torn la transició del retail cap a la digitalització. Aquest impuls mena a cercar a tot el cos social i tractar sense dilació aquesta qüestió a casa nostra.

2. Metodologia

Per l'elaboració de l'estudi s'han realitzat tres tasques diferenciades:

1

Definició de customer journey map / Cadena de subministrament

Fonts secundàries

2

Identificació de regulació a nivell internacional

Fonts secundàries

3

Revisió i discussió dels resultats per juristes i tecnòlegs

Fonts primàries: *focus group*

2. Metodologia

1

Definició de customer journey map / Cadena de subministrament

Per tal de centrar els àmbits de recerca s'ha elaborat, a través de fonts secundàries, una barreja del *customer journey map* del retail i dels esgraons de la cadena de subministrament del retail. La resultant parteix del consumidor com a centre i punt de partida.

S'han identificat un total de 15 ítems, agrupats en 9 àmbits diferenciats.



2. Metodologia

1

Definició de customer journey map / Cadena de subministrament



Àmbit 1:
Fase final
d'entrega

- **DARRERA MILLA**
Darrera etapa del procés de compra online, corresponent al transport de les mercaderies del centre logístic més proper a la seva destinació final. La seva correcta gestió redueix la congestió als centres urbans.

- **CLICK & COLLECT**
Model de compra híbrid, les persones compren online i recullen el producte en punts físics determinats. El model agilitza les compres a les botigues físiques i redueix l'impacte mediambiental de les compres online.



Àmbit 2:
Logística

- **TRÀNSIT DE PRODUCTES
A TRAVÉS D'INTERNET**
En determinades situacions la venda online requereix controls especials, com és el cas de la venda de productes d'especial sensibilitat (com productes farmacèutics).

- **ENVIAMENTS
CROSS BORDER**
L'*e-commerce* facilita les compres a diferents països per part del consumidor final, la qual cosa implica la necessitat d'implementar certes regulacions i controls en els enviaments entre fronteres estatals.

2. Metodologia

1

Definició de customer journey map / Cadena de subministrament



Àmbit 3:
Monetari



PAGAMENT

El pagament online requereix un especial control per tal d'evitar la vulneració de drets i abusos per part dels venedors.



FISCALITAT

La naturalesa del *e-commerce* comporta que els models fiscals vàlids pel comerç físic no ho siguin pel comerç en línia, evidenciant la necessitat de regulacions especials que reportin un impacte als països compradors.



Àmbit 4:
Venda



CADENES DE SUBMINISTRAMENT

De la mateixa manera que al comerç físic, el comerç electrònic requereix els mateixos controls en tota cadena de subministrament.



INTERCANVIS DIRECTES (C2C)

En les plataformes de venda entre consumidors les regulacions van orientades a definir i protegir els drets i obligacions de les dues parts.



VENDA DIRECTA PRODUCTOR (D2C)

El comerç en línia facilita la venda directa del productor al consumidor final.

2. Metodologia

1

Definició de customer journey map / Cadena de subministrament



Àmbit 5:
Publicitat

- **PUBLICITAT**
La publicitat online orientada al comerç electrònic necessita uns controls i regulacions especials i diferenciats dels del comerç tradicional per tal de protegir el consumidor.



Àmbit 6:
Drets i
protecció del
consumidor

- **DRETS DEL CONSUMIDOR**
El comerç electrònic requereix una protecció dels drets del consumidor molt diferent de la del comerç físic.
- **CONFIDENCIALITAT I PROTECCIÓ DE DADES**
L'entorn digital fa que el consumidor sigui molt més vulnerable en certs aspectes, per la qual cosa sorgeix la necessitat de disposar de lleis i regulacions que garanteixin la confidencialitat i protecció de les seves dades.

2. Metodologia

1

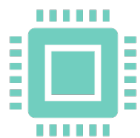
Definició de customer journey map / Cadena de subministrament



Àmbit 7:
Governança

● GOVERNANÇA DE LES COMUNITATS VIRTUALS

Dins de les comunitats virtuals, com poden ser els marketplaces, s'han de definir unes regulacions en certs aspectes concrets per garantir la protecció i compliment de les obligacions de les diferents parts.



Àmbit 8:
Algoritme

● ALGORITME

Els *e-commerce* compten amb algoritmes que, en certs àmbits, poden arribar a requerir un cert control per garantir que no es vulneren drets dels compradors.

2. Metodologia

1

Definició de customer journey map / Cadena de subministrament



Àmbit 9:
Dark Stores



DARK STORES

La recent aparició i creixement de les botigues fantasma als centres de la ciutats requereix de la creació de regulacions i mesures per tal de controlar-les i evitar el impactes negatius als centres urbans.

2. Metodologia

2

Identificació de regulació a nivell internacional

A partir dels àmbits de recerca identificats s'han emprat un total de 20 fonts secundàries i més de 100 documents, incloent normatives, reglaments, directives i notícies, entre d'altres.

3

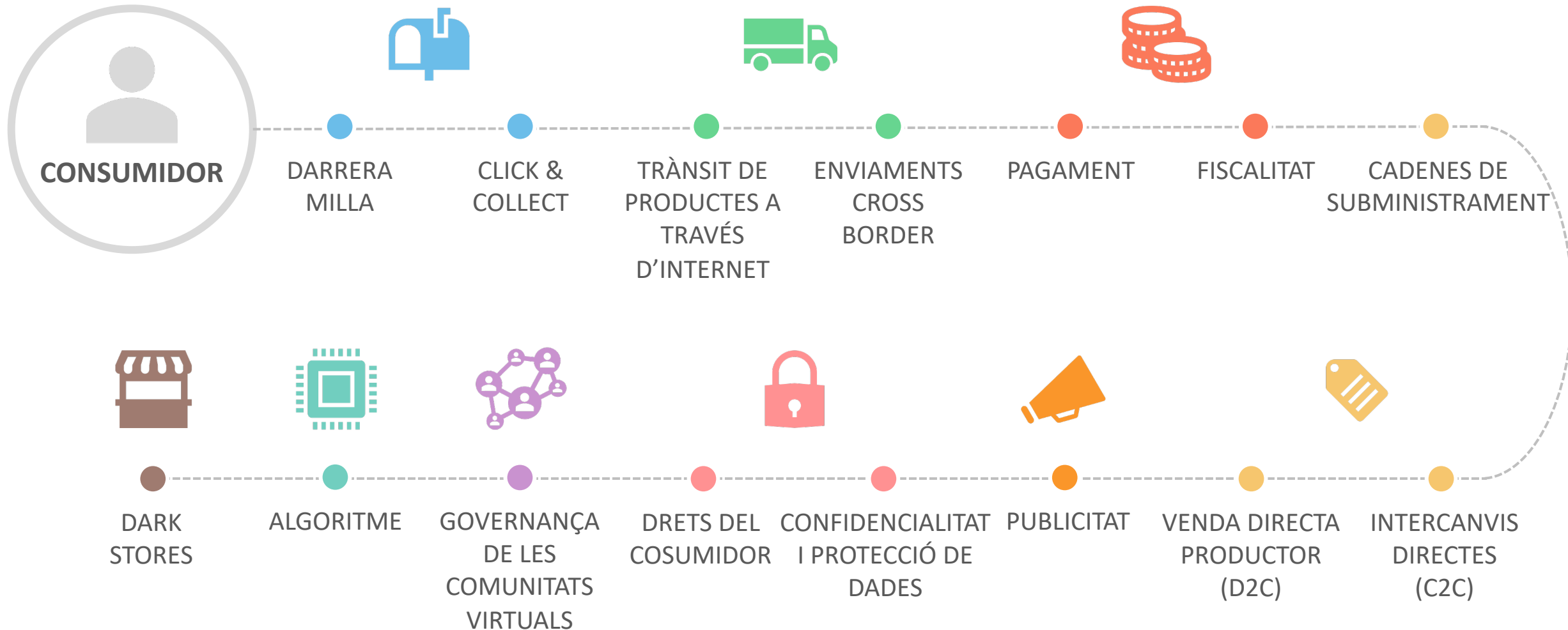
Revisió i discussió de resultats per juristes i tecnòlegs

Finalment, es va realitzar una dinàmica de grup amb juristes especialitzats en la digitalització i operadors d'*e-commerce* per tal de revisar i debatre els resultats obtinguts a la fase d'anàlisi.

A la dinàmica celebrada el 26 de maig de 2022 a la BSM hi van participar un total de 8 experts, concretament:

- **Alexander Salvador Cerqueda** - Senior corporate law, Ernst & Young Abogados, S.L.P
- **David de Falguera Llobet** - Digital Law, Ernst & Young Abogados, S.L.P
- **Eric Romero Prades** – Advocat. Senior Manager, Àrea de Propietat Intel·lectual, Noves Tecnologies i Protecció de Dades, KPMG Abogados, S.L.P
- **Fco. Javier García Pérez** - Advocat, Uría Menéndez
- **Joan Mir** - Imotion Analytics, business development manager
- **Silvana Churruca** - CEO Payment Innovation Hub
- **Daniel Viniegra** - CEO Go Global Ecommerce
- **Oriol Llimona Cuscó** - Finance, Legal Payment Innovation Hub
- **Itziar Labairu-Trenchs** - equip investigador
- **Josep-Francesc Valls** - equip investigador

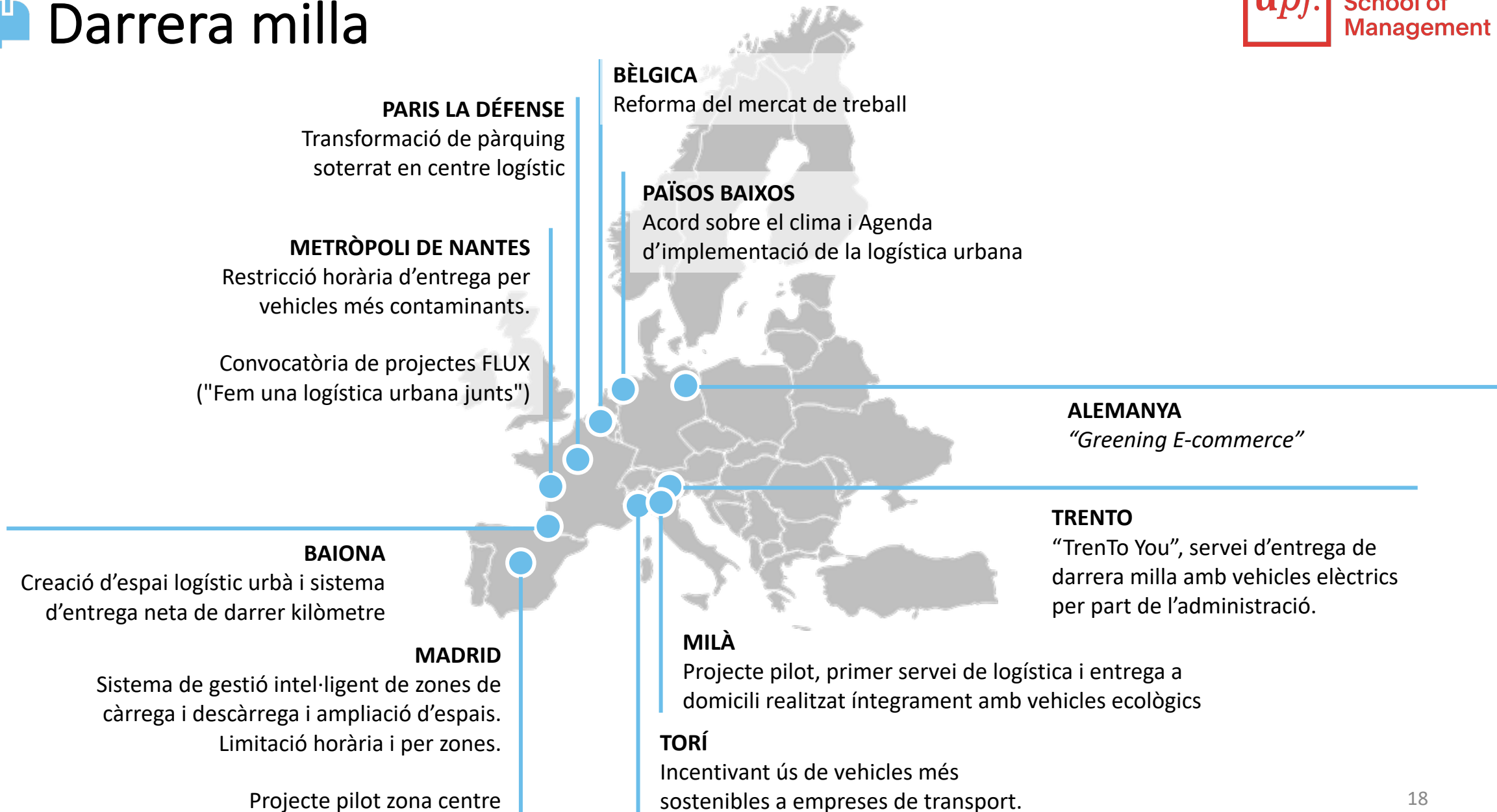
3. Anàlisi



Darrera milla



Darrera milla



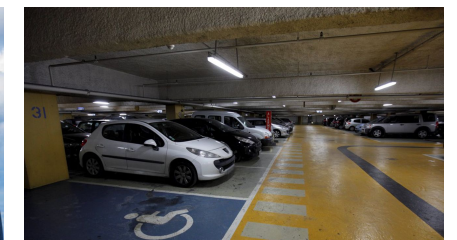
Darrera milla

FRANÇA - Paris La Défense

El barri de negocis de *La Défense* el desembre de 2021 va signar un acord amb l'empresa de logística Sogaris per millorar la logística urbana.

Amb l'ambició de convertir-se en el primer districte comercial post-carboni a escala global, a través del conveni s'instal·laran una o més plataformes de "darrera milla" per limitar les distàncies a la vegada que es redueix la congestió a les vies.

Una de les inversions previstes és **transformar un pàrquing soterrat una mica apartat i sobredimensionat en centre logístic per millorar els fluxos logístics. El nou centre logístic acollirà els camions amb les mercaderies, i després aquestes es repartiran en bicicletes fins els destinataris.** Actualment estan realitzant els estudis tècnics de la transformació de l'aparcament (redimensió d'accessos, reforç d'estructures, adequació de normes contra incendis, etc).



Darrera milla

FRANÇA – Baiona (Bayonne)

Només els vehicles nets poden conduir pel centre de la ciutat durant tot el dia.

A finals de 2014 la ciutat va implementar un projecte de creació d'un espai logístic urbà (ELU) per tal de que els transportistes amb vehicles no sostenibles es poguessin apropar el màxim possible al centre de la ciutat sense entrar-hi. Es va obrir un concurs públic per crear un establiment a l'epicentre per poder realitzar entregues de darrera milla netes.

Durant casi 5 anys l'empresa guanyadora del concurs ha realitzat entregues al centre de la ciutat amb vehicles elèctrics (inclosos tricicles) pels comerços que ho desitjaven.

L'epicentre està tancat al transit i els vehicles de repartiment només poden circular-hi durant unes hores concretes. El consistori vol ampliar el perímetre on s'aplica aquesta mesura. Paral·lelament, per incentivar l'adaptació de les empreses de transport, el municipi ofereix ajudes per la compra de vehicles elèctrics.

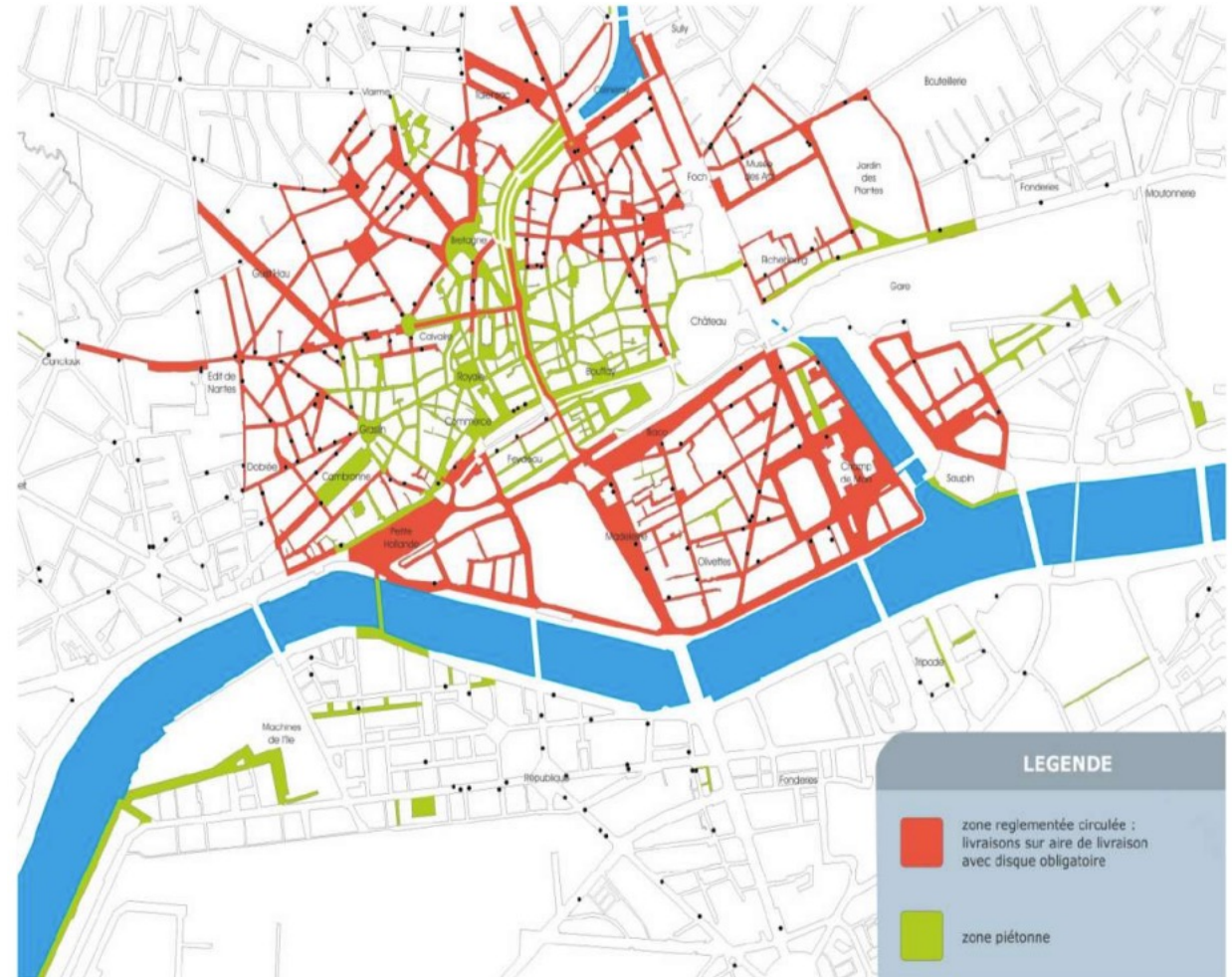


Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: restricció horària

A través d'una regulació local, des del juny de 2019 s'ha **restringit l'horari d'entrega amb vehicles tradicionals al centre de la ciutat de Nantes** (de 7:30h a 11:30h del matí), mentre que els vehicles amb energies alternatives poden fer entregues durant tot el dia (de 4h del matí a 23h).

L'objectiu és animar a les empreses de distribució a fer el canvi cap a solucions de transport més sostenibles.



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX

Per tal de reconfigurar el model logístic del territori i contribuir a la transformació de les empreses, Nantes Métropole obre un concurs de projectes innovadors de distribució urbana anomenada **FLUX** “*Fabriquons la Logistique Urbaine Ensemble*”, “Fem una logística urbana junts”). Es van premiar 13 projectes i altres 4 es van classificar om “FLUX seeds”, ja que necessitaven madurar una mica més el projecte abans d’implementar-lo. Als projectes premiats se’ls van oferir espais per poder desenvolupar i testar el projecte a escala industrial. El procés de la convocatòria va ser el següent:

Setembre 2018 – Llançament de convocatòria i esdeveniment de presentació amb els agents de la logística urbana i potencials candidats

Tardor 2018 – Organització d’esdeveniments orientats a possibles candidats (visites a espais urbans posats a disposició pels socis de la convocatòria, tallers, ...)

31 desembre 2018 - Tancament de fase de presentació de candidatures

12 juny 2019 - anunci de resultats i projectes premiats

Primavera 2019 - Inici d’implementació de projectes



Socis de la iniciativa :



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

URBY NANTES - LU 360°

Desenvolupament d'àrees logístiques interconnectades a diferents escales de la ciutat:

1. Agrupació dels fluxos a través d'un *pooling center* situat a l'entrada de la ciutat, des d'on la flota de vehicles de baixes emissions optimitza els circuits d'entrega

2. Espais de lliurament urbans al centre de Nantes

Els vehicles utilitzats per la distribució urbana son camions elèctrics o de gas natural (GNV) i bicicletes.

FONT: mysmartlife.eu



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

ESPACE URBAIN DE DISTRIBUTION – ILE DE NANTES (EUD DE BERGERON)

Espai urbà de distribució

Creació d'un espai urbà de distribució (EUD) integrat a un projecte d'edificació amb usos mixtes a l'antiga *Alstom Bergeron* situat a l'illa de *Beaulieu* (centre de la ciutat).

L'espai comptarà amb una superfície d'entre 1.500 i 2.000m².

L'explotació de l'espai la realitzaran dos operadors de transport, el grup DPD i *Les Triporteurs de l'Ouest*.

La posada en funcionament del centre està prevista pel 2023/2024.



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

SUPERFLUX

Hub urbà innovador situat al centre de la ciutat que combina un espai logístic urbà (ELU) dedicat a models sense carboni (micro-fret, entregues en bicicleta) amb l'impuls d'activitats comercials o artesanals en espais de micro botigues (micro-shop), donant suport al seu desplegament operatiu i financer.

El projecte ja es va posar en marxa al barri de Wattignies, on un antic garatge de 1.200m² es va reconvertir en un espai amb una triple funcionalitat:

- (1) Espai logístic urbà on una empresa de fruites i hortalisses diposita les mercaderies i des d'allí es distribueixen en bicicleta als restaurants de la ciutat;
- (2) Impuls de comerç local llogant espais per 200€/mes durant 4 o 6 mesos i si aquests no cobreixen les necessitats del barri es canvien;
- (3) Assessorament estratègic per nous projectes.

FONT: mysmartlife.eu



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

GRAND NANTES VERT – Nantes verd

Optimitzar la plataforma logística de l'empresa *Transports Jouve* per la distribució urbana a l'àrea metropolitana de Nantes. La plataforma aglutinarà les entregues provinents de fora de la ciutat per optimitzar els fluxos i les distribuirà amb vehicles menys contaminants. Preveu la conversió progressiva de tota la flota de vehicles en NGV (gas natural vehicles).



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

LCN, LOGISTIQUE URBAINE A VELO (LCN, LOGÍSTICA DE BICICLETA URBANA)

Promoció d'una cooperativa local d'entregues amb bicicletes, implementant polítiques solidàries i sostenibles. El projecte preveu la inversió en 9 remolcs elèctrics per augmentar la seva capacitat de lliurament.



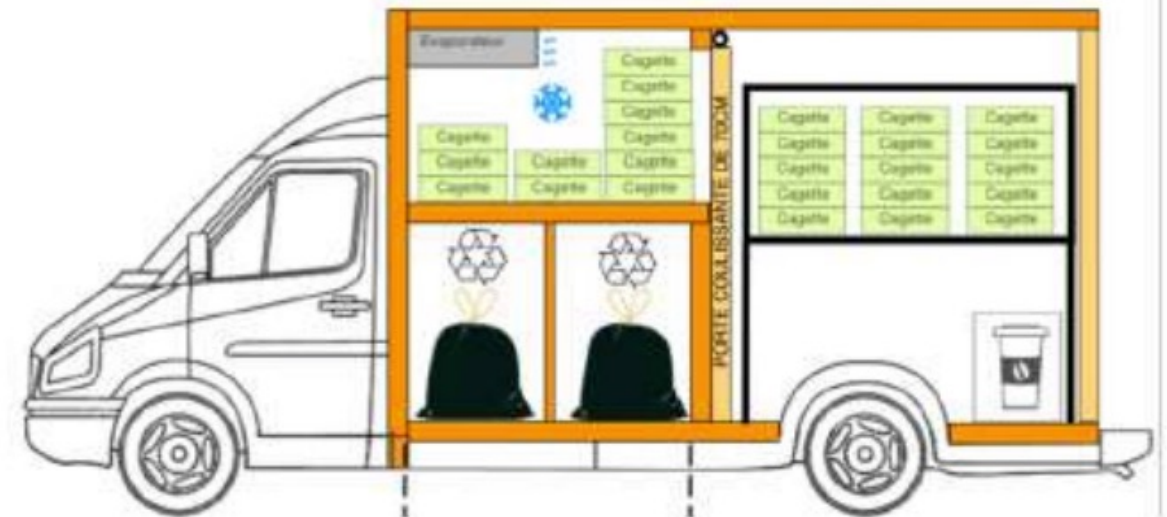
Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

FLUO (Fluidifier les livraisons urbaines par optimisation) *Optimització dels lliuraments urbans*

Creació d'un nou hub d'emmagatzematge combinat amb vehicles elèctrics i logística inversa per subministrar distribuïdors automàtics en zones comercials al detall.

Gràcies a una cèl·lula dedicada al transport de residus, els vehicles de repartiment recullen envasos retornables i/o reciclables mentre entreguen paquets de productes frescs. "La nostra feina és reomplir les màquines expenedores. L'objectiu és arribar plens i sortir plens per optimitzar els viatges".

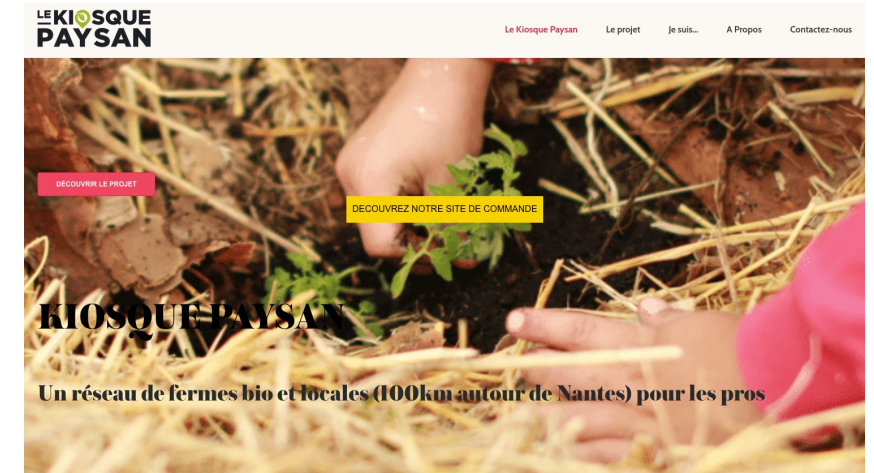


Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

PROJET KIOSQUE PAYSAN – El quiosc de la pagesia

Plataforma logística gestionada per un col·lectiu de productors i distribuïdors que persegueixen facilitar el transport de productes ecològics i locals.



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

PROMUS BOX – Caixa promocionada

Creació d'una xarxa de contenidors d'emmagatzematge refrigerat intel·ligents a dues escales:

1. Instal·lació a les afores per la recollida de mercaderies dels productors (primera milla)
2. Instal·lació a la ciutat pel lliurament de la darrera milla.



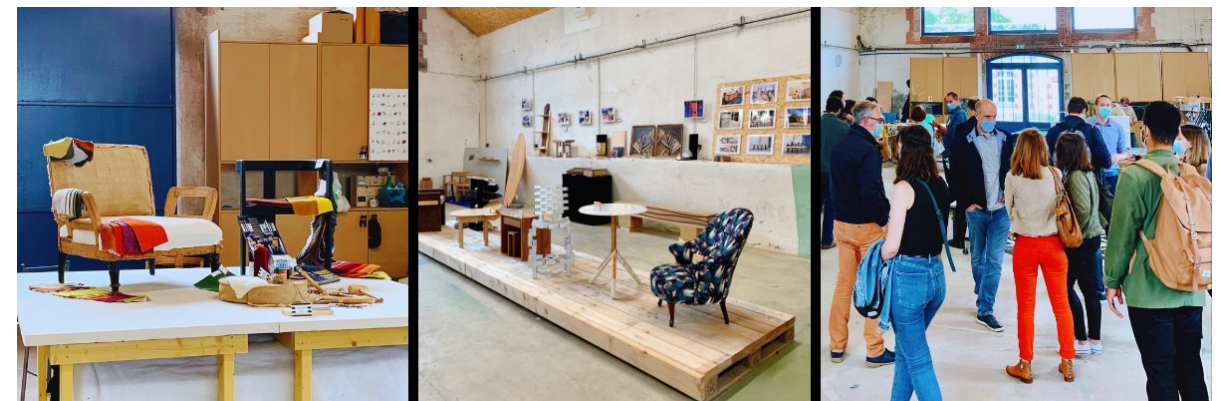
Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

ICI NANTES – Aquí Nantes

Desenvolupament d'un centre de lliurament, emmagatzematge i producció col·laborativa i solidària per artesans al centre de la ciutat. Un espai on els artesans poden treballar amb l'equip adequat sota la mirada dels habitants.

En el cas d'Ici Nantes, la implantació ja s'està tramitant: Al cor de Mellinet, un projecte urbà de 13,5 ha, acaba d'obrir l'espai de treball col·laboratiu Make ICI. Aquest indret únic de 1500m2 reuneix artesans i els ajuda - entre d'altres- a compartir coneixements i eines. Més de 10 artesans ja formen part d'aquesta aventura única.



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

ELECTROO-VOLTAIC BARGE (LA BARGE ZERO)

La barcassa zero

Entrega de productes utilitzant als rius *Loire* i *Erdre* amb barques impulsades per energia solar, equipades amb motors elèctrics i un sostre solar. Per realitzar els darrers quilòmetres i proveir les botigues del centre les entregues es realitzaran utilitzant vehicles elèctrics.



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

STATION GNV: DEUX DE PLUS DANS LA MÉTROPOLE

Estació de GNC: dos més a la metropolis

Instal·lació de dos estacions públiques de distribució de GNV/BioNGV a Tougas i al sector Prairie-de-Mauves. "Estem brindant una solució de combustible alternatiu".



FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

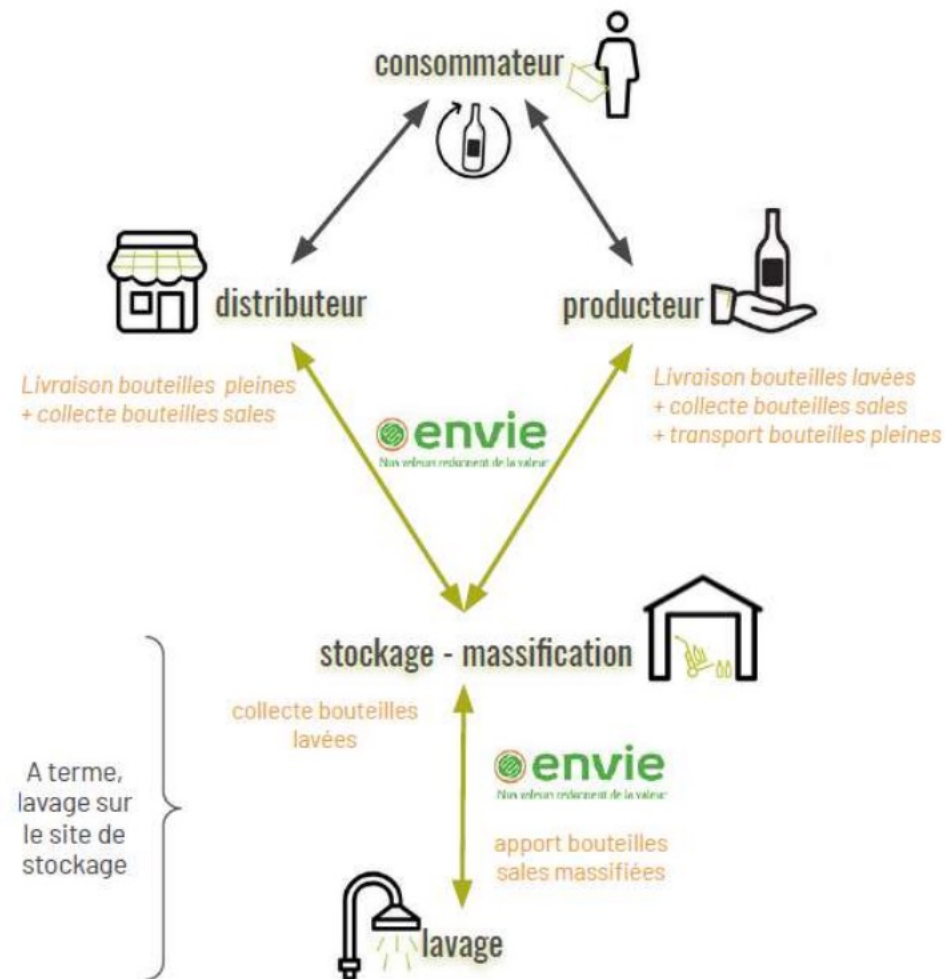
LOGISTIQUE SOLIDAIRE POUR UNE ECONOMIE CIRCULAIRE

Logística solidària per una economia circular

Recollida d'ampolles retornables en circuit tancat amb vehicles nets i valorització dels treballadors en programa de reinserció.

El projecte l'impulsen dos actors:

- Envie 44, una empresa centrada en la integració professional, l'economia circular i la creació de llocs de treball a través de la reutilització o desmuntatge d'electrodomèstics abandonats.
- Bout' à Bout': una associació de reutilització d'ampolles de vidre, realitzant la recollida i posada a punt per la seva reutilització.



Darrera milla

FRANÇA – Nantes Métropole: FLUX - projectes premiats

TITI EXPRESS, LE LIVREUR COOPÉRATIF (

Titi Express, el repartidor cooperatiu

Titi Floris és una empresa cooperativa i participativa (SCOP) especialitzada en el transport i suport de persones amb discapacitat.

El projecte Titi Express proposa aprofitar els cotxes elèctrics que l'empresa utilitza pel transport escolar per realitzar entregues de mercaderies al centre de la ciutat durant les hores que l'empresa no els necessita.



55 vehicles elèctrics

Ús optimitzat a més del transport escolar.



Lliurament de mercaderies

Servei de repartiment entre les 9:30 i les 15:30.



Conductors formats

Reactivitat, puntualitat i saber fer.



Àrea d'emmagatzematge

i innovadores estacions de recàrrega.

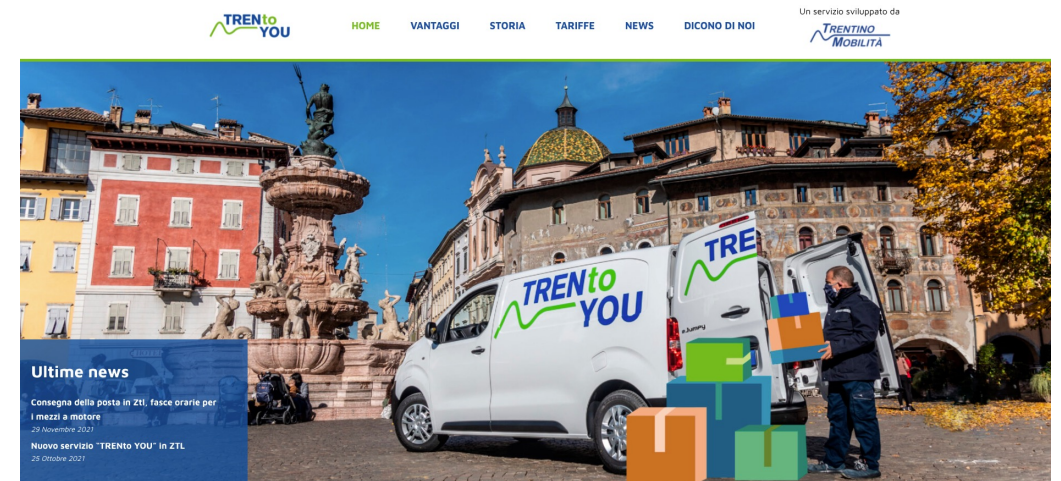
Darrera milla

ITÀLIA – Trento

Des de finals del 2021 el municipi està implementant un projecte experimental, “TRENto YOU”. El projecte es basa en un servei d’entrega de darrera milla dirigit a empreses de transport i operadors del centre històric per tal d’optimitzar les entregues a les Zones de Trànsit Limitat (ZTL).

La iniciativa sorgeix en el marc de la participació de Trento al projecte europeu “Stardust”, al que es va unir l’any 2017. Stardust és un projecte de Smart Cities en el marc del Horitzó UE 2020, que reuneix ciutats europees avançades com pols d’innovació.

El servei d’entrega el realitza l’administració local a través de l’empresa de transport municipal *Trentino Mobility*. El consistori compta amb 2 vehicles elèctrics de 3,5 tones i un magatzem de 450m2 en una ubicació interportuària. Aquests dos vehicles podran entrar a les ZTL durant les 24h del dia, mentre que la resta de transports de mercaderies només ho poden fer de 7h a 10h i de 14h a 16h.



Darrera milla

ITÀLIA – Milà (Milano)

De març de 2019 a desembre de 2020 la ciutat de Milà va implementar el projecte pilot del primer servei de logística i entregues a domicili fet íntegrament amb vehicles ecològics.

En aquesta prova pilot es realitzaven les entregues a 11 punts de venda situats a la zona entre Porta Romana i Vettabia amb 9 furgonetes 100% elèctriques i 2 bicicletes de càrrega assistides amb pedal.

Amb aquesta flota de vehicles sostenibles el municipi donava cobertura a 20km², atenent a uns 2.000 clients per un total d'unes 50.000 entregues l'any.

El servei el va realitzar l'empresa For-services, guanyadora de la licitació.



Darrera milla

ITÀLIA – Torí (Torino)

2012 – Projecte “PUMAS” per implementar iniciatives de darrera milla dins de la ZTL, finançat pel programa ALPINE SPACE. El projecte incloïa:

- Recollida de dades (creuant BBDD de monitorització civil i d’entrades a la ZTL)
- Signatura d’un memoràndum d’enteniment entre la ciutat, Cambra de Comerç i principals associacions comercials i de transport, incloent mesures “PULL” que recompensaven els operadors adherits a la iniciativa.
- Prova de camp de mesures “PULL” del memoràndum.

Memoràndum:

- 1) Entrega de mercaderies a ZTL central per vehicles comercials de categoria Euro 5 i superior o ecocompatibles
- 2) Ús de dispositius telemàtics ja instal·lats per altres funcions capaces de detectar i transmetre a distància dades relatives a la ubicació del vehicle i connectats al centre de trànsit.

Beneficis dels subscriptors (mesures “PULL”):

- Ampliació horaris d’accés a ZTL
- Accés permès per operacions de càrrega i descàrrega de 6h a 24h
- Cost gratuït de permisos temporals de circulació a ZTL durant el projecte pilot
- Ús d’àrees específiques de càrrega i descàrrega a ZTL central
- Ús de carrils reservats per transport públic a tota la ciutat (menys ZTL central)



Darrera milla

ITÀLIA – Torí (Torino)

2015 – Projecte NOVELOG, un projecte pilot amb 20 vehicles de les principals empreses de transport professional. Amb el projecte es va demostrar la sostenibilitat ambiental i social del projecte.

2018 – 2021 Continuitat del projecte vinculant a operadors de transport i incentivant l'ús de vehicles de gas natural o elèctrics. El projecte s'ha anat prorrogant anualment fins l'any 2021.

El permís NOVELOG l'han de sol·licitar les empreses i permet:

1. Circular per les zones ZTL central, zona romana (incloses vies i carrils reservats al transport públic i incloses zones peatonals de ZTL excepte Valentino) de 6h a 24h.
2. Estacionar a la zona blava de les ZTL, complint amb el pagament de l'estacionament durant les hores d'operació dels estacionaments sense límit de temps per la parada.
3. Accedir, fora de la ZTL, als carrils reservats pel transport públic i zones peatonals de 6h a 24h.

Per participar a la prova és necessari realitzar entregues de mercaderies amb vehicles comercials de categoria Euro 5 o superior o ecocompatibles o propulsats per metà o zero emissions.



Darrera milla

ESPANYA – Madrid

- Sistema de gestió intel·ligent de l'ús de reserves de càrrega i descàrrega (45 minuts si la senyalització no indica el contrari).
- Reserves de càrrega i descàrrega a zones residencials per repartiment domiciliari
- Punts d'entrega de càrrega i descàrrega a tots els aparcaments públics
- Horaris de Distribució de Mercaderies (DUM): vehicles de menys de 8 tones de 7h a 22h (exempts distintiu ambiental ZERO), vehicles de més de 8 tones o amb 3+ eixos de 22h a 7h sempre que compleixin la normativa de soroll.
- Restriccions ambientals per vehicles de DUM a àrees d'accés restringit. A Zones de Baixes Emissions (ZBEDEP) només vehicles amb categoria ambiental ZERO, ECO o C. Horaris especials limitats per vehicles A i B.
- Creació de registre municipal de vehicles de distribució urbana (registre DUM).



Darrera milla

ESPANYA – Madrid

A finals de 2021, en el marc del projecte col·laboració europeu LEAD, la ciutat de Madrid impulsa un projecte pilot de distribució urbana de baixes emissions a la zona centre. Concretament han creat un *micro hub* logístic a l'aparcament de la Plaza Mayor amb una flota de vehicles 100% elèctrics.

El projecte l'implementen l'Empresa Municipal de Transports de Madrid (EMT) en col·laboració amb l'empresa CITYlog i s'inicia amb 10 vehicles 100% elèctrics.



Darrera milla

ALEMANYA

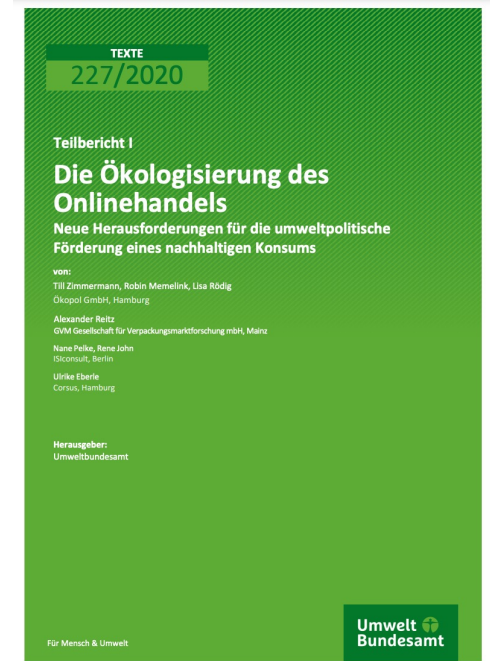
GREENING E-COMMERCE

El 2020 l'Agència Federal de Medi Ambient va realitzar un informe que incloïa una consideració general dels efectes ecològics de la venda al detall en línia. Les avaluacions mostren que en la majoria dels casos els majors impactes ambientals resulten dels processos de transport, en particular del transport durant l'última milla.

El informe constitueix la base dels escenaris per a possibles futures formes de venda al detall en línia, així com un full de ruta per al desenvolupament sostenible del comerç al detall en línia, recomanacions d'actuació i serveis d'assessorament per al Centre de Competències per al Consum Sostenible.

Els primers enfocaments que poden contribuir a l'ecologització del comerç en línia, que ja s'han identificat i considerat amb més detall en el curs posterior de l'estudi, són, especialment en el cas del lliurament de l'última milla:

- L'ecologització de la flota de vehicles, per exemple, mitjançant l'ús de vehicles elèctrics.
- L'entrega (empaquetada) a llocs de lliurament alternatius ("punts de recollida", com ara estacions d'embalatge, etc.).
- L'ampliació de conceptes alternatius de lliurament (micro hubs + e-cargo bikes, etc.).



Darrera milla

BÈLGICA

REFORMA DEL MERCAT DE TREBALL

La relaxació de les normes del comerç electrònic entre les 20:00 i la mitjanit és un dels esculls de la reforma del mercat de treball, un projecte en mans del ministre d'Ocupació Pierre-Yves Dermagne que es preveu que el Govern federal revisi aquest any. Els partits liberals ho demanen des de fa temps, argumentant que les empreses marxen cap a països veïns com els Països Baixos, on les normes ja són més flexibles; mentre que el partit socialista francòfon PS Paul Magnette ha demanat a Bèlgica que surti al màxim del comerç electrònic. "Fem de Bèlgica un país sense comerç electrònic, amb botigues reals i ciutats animades".



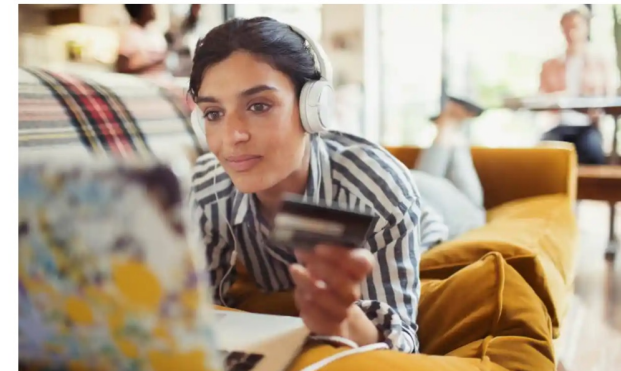
'Let's make Belgium a country without e-commerce,' say socialists

Tuesday, 8 February 2022



Abolish internet shopping in Belgium, says leader of party in coalition

Paul Magnette, the Socialist party leader, describes e-commerce as 'social and ecological degradation'



The Covid pandemic has increased the proportion of people making online purchases. Photograph: Tony Taltec/Alamy

Darrera milla

PAÏSOS BAIXOS

ACORD SOBRE EL CLIMA I AGENDA D'IMPLEMENTACIÓ DE LA LOGÍSTICA URBANA

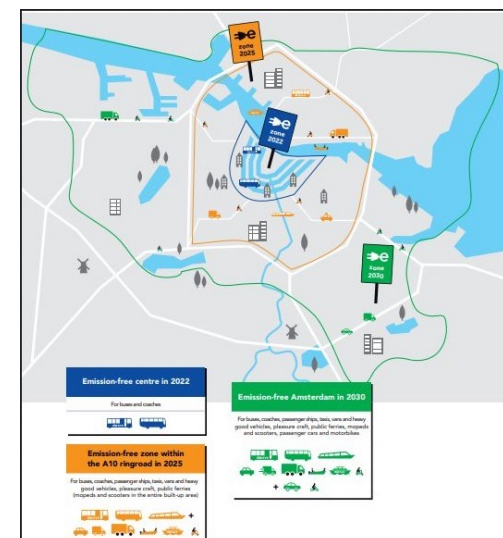
L'Acord sobre el Clima estableix que l'any 2025 un mínim de 30 ciutats han d'haver implantat una zona d'emissions zero per a la logística urbana. Això constitueix un pas important cap a un trànsit rodat totalment lliure d'emissions per a l'any 2050.

Agenda d'implementació de la logística urbana:

Les zones de zero emissions per al trànsit de lliurament estan arribant a almenys **14 municipis dels països baixos** (previsió 2025).

- Només deixaran passar furgonetes i camions de lliurament purament elèctrics a partir del 2025.
- Establiran acords sobre aprovisionaments urbans totalment nets i sobre ciutats que permetin als transportistes i als empresaris fer la seva feina correctament.
- A tot el país, les ciutats implementaran zones d'emissions zero a partir del 2025, a la recerca de lliuraments sense emissions.
- Hi haurà subvencions per ajudar els empresaris a canviar a furgonetes o camions de neteja.

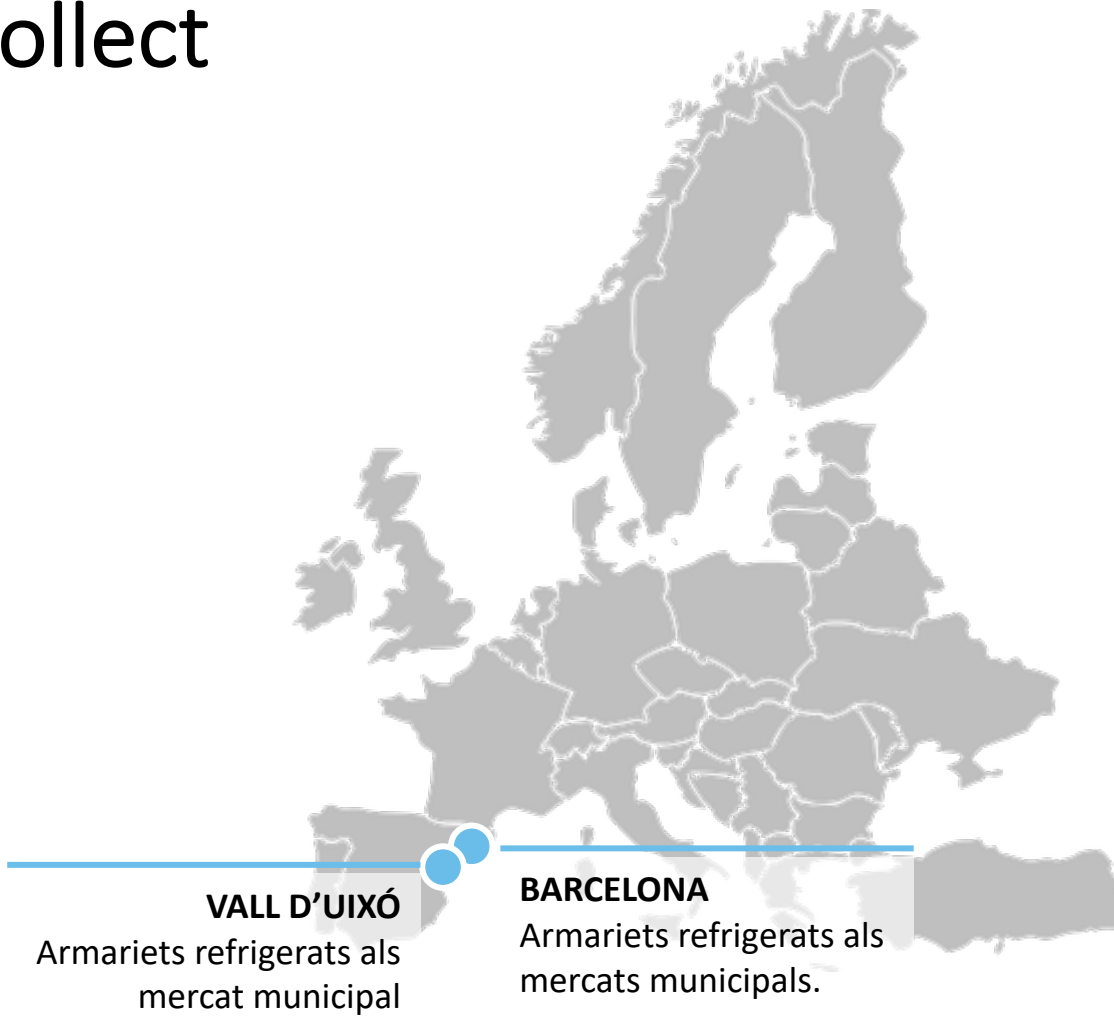
Els Països Baixos també s'han convertit en un **laboratori per provar diversos conceptes de nucli urbà** destinats a reduir el nombre de quilòmetres, millorant l'**agrupació de paquets fora dels centres de les ciutats** per assegurar un lliurament 100% sense emissions de l'última milla.



Click & collect



Click & Collect



VALL D'UIXÓ
Armariets refrigerats als
mercat municipal

BARCELONA
Armariets refrigerats als
mercats municipals.

Click & collect

ESPANYA – Barcelona (Catalunya)

L'any 2021 s'instal·len armariets refrigerats a mercats municipals com a prova pilot. Concretament s'instal·len a 6 mercats de la ciutat i a 4 aparcaments de B:SM ubicats al costat.

Gestió a través d'una app i de la pàgina web. El portal web permet realitzar reserves i els comerciants o els serveis d'enviament reserven els armariets.

A més, les instal·lacions compten amb un servei d'atenció personalitzada operatiu de dilluns a divendres de 9 a 21 hores i dissabtes de 9 a 15 hores.

La mateixa app comunica automàticament els diferents estats del cicle de vida d'una comanda. El missatge inclou l'armariet de lliurament, la data i la franja horària; els codis de recollida i de dipòsit; i l'estat de la comanda.



Click & collect

ESPANYA – Vall d'Uixó (València)

L'Ajuntament ha instal·lat armariets intel·ligents i refrigerats con a sistema de click & collect de les compres realitzades a través del portal web www.compralavallduixo.es.

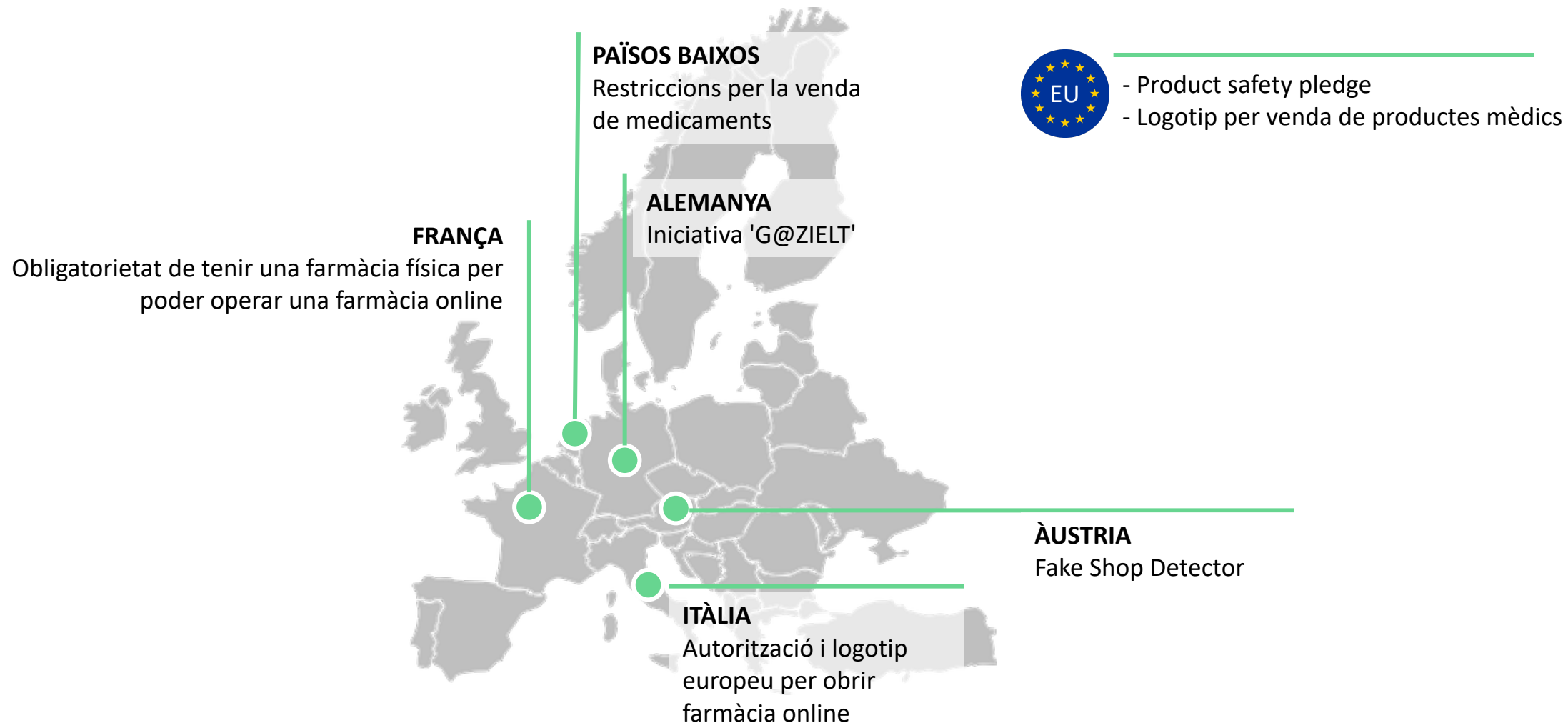
Les instal·lacions es troben a l'entrada del mercat municipal i ofereixen la possibilitat de recollida 24h. Els armariets compten amb una pantalla on l'usuari ha d'introduir un codi per accedir a la comanda.



Trànsit de productes a través d'Internet



Trànsit de productes a través d'Internet



Trànsit de productes a través d'Internet

UNIÓ EUROPEA

PRODUCT SAFETY PLEDGE

Compromís de seguretat del producte

Compromís voluntari que prenen els marketplaces de prendre mesures per mantenir els compradors en línia segurs de productes nocius.

Estableix accions dels mercats en línia per reforçar la seguretat dels productes, com ara proporcionar una manera clara perquè els clients notifiquen les llistes de productes perillosos.

Actualment en formen part empreses com: Joom, Etsy, bol.com, eMAG, Wish.com, AliExpress, Amazon, eBay, Rakuten France, Allegro i Cdiscount.



Trànsit de productes a través d'Internet

UNIÓ EUROPEA

LOGOTIP DE VENDA DE PRODUCTES MÈDICS

La UE compta amb un logotip que facilita identificar les empreses que poden vendre productes mèdics.

- Els estats membres han de garantir que les disposicions legals sobre el logotip comú s'apliquen al seu país
- Les autoritats reguladores nacionals de la UE estan obligades a enumerar tots els minoristes de medicaments en línia registrats al seu país als seus llocs web
- Tots els minoristes de medicaments en línia registrats a la UE han de mostrar el logotip.

La Directiva obliga els Estats membres a dur a terme i promoure campanyes d'informació sobre:

- Els perills dels medicaments falsificats
- El risc dels medicaments subministrats il·legalment en línia
- El funcionament del logotip comú per a la venda en línia de medicaments



Trànsit de productes a través d'Internet

FRANÇA

Segons la llei n° 2020-1525, **“L'activitat de comerç electrònic s'ha de desenvolupar dins d'una farmàcia oberta al públic titular de la llicència esmentada en els articles L. 5125-10 o L. 5125-18.**

“Els farmacèutics amb lloc web són responsables del contingut publicat i de les condicions per a la implantació de l'activitat de comerç electrònic de medicaments, en particular del compliment de les bones pràctiques de dispensació de medicaments previstes a l'article L. 5121-5 i de les normes tècniques aplicables a la telemàtica. webs de venda de medicaments previstes a l'article L. 5125-39. »;



Trànsit de productes a través d'Internet

ITÀLIA

Transposant la directiva europea (directiva 2011/83/UE), per obrir un *e-commerce* d'una farmàcia a Itàlia cal demanar **autorització** i obtenir el **logotip de reconeixement al Ministeri de Sanitat**.



Trànsit de productes a través d'Internet

ALEMANYA

INICIATIVA 'G@ZIELT'

Les autoritats competents a Alemanya han establert una oficina central conjunta dels estats federals "**Control dels productes de la LFGB i els productes del tabac comercialitzats a Internet**", '**G@ZIELT**'. L'oficina duu a terme activitats preparatòries per al seguiment oficial del comerç en línia de productes d'acord amb el Codi d'Aliments i Pinsos i de productes del tabac. G@ZIELT continuarà amb les mesures establertes amb èxit com la **recerca de productes perillosos per a la salut a les botigues en línia** o la **comprovació del registre d'operadors d'empreses alimentàries en línia**, evitant duplicitats en el treball de recerca.

Els "productes de la LFGB" són aliments, pensaments, cosmètics i béns de consum. L'oficina oficial, que està a la càrrega dels estats federals, ofereix l'avantatge de poder manejar millor el comerç d'Internet, que no coneix fronteres.



Trànsit de productes a través d'Internet

PAÏSOS BAIXOS

La venda de medicaments en línia està subjecta a restriccions addicionals.

És un delictes receptar medicaments a través d'Internet a persones que el prescriptor no ha conegut mai personalment o de les quals es desconeix l'historial de medicació. Els infractors poden incórrer en una multa administrativa. Aquests delictes també es classifiquen com a delictes econòmics (penible per la llei penal).



Trànsit de productes a través d'Internet




ÀUSTRIA

El **detector de botigues falses**, desenvolupat per l'AIT Austrian Institute of Technology, l'Institut austríac de telecomunicacions aplicades (ÖIAT) i X-Net Services, ja està disponible en una versió beta: **Els usuaris que instal·lin l'eina són avisats de les botigues falses en temps real o poden continuar comprant amb tranquil·litat si el Detector dona llum verda.**

El detector de botigues falses comprova tots els llocs web als quals s'accedeix en dos passos: primer, es cerca una base de dades que conté botigues en línia legítimes i fraudulentess. El programa ja coneix més de 10.000 botigues falses i més de 25.000 minoristes en línia de confiança a la regió de DACH.



The screenshot shows the website for 'Fake-Shop Detector beta'. At the top left is the logo, which consists of a stylized eye icon with a red 'beta' tag below it. To the right of the logo is the text 'Fake-Shop Detector beta'. On the top right, there is a blue 'Download' button. Below the logo and text is a navigation menu with the following items: 'Über uns', 'Shopbewertungen', 'Tipps', 'Forschung', 'FAQ', 'Kooperationen', and 'Presse'. The main heading is 'Ihr Schutz vor Fake-Shops' in a large, bold, blue font. Below this heading is a sub-heading in German: 'Der Fake-Shop Detector warnt Sie rechtzeitig vor betrügerischen Angeboten, direkt in Ihrem Internetbrowser'. To the left of the text is an illustration of a person standing at a computer workstation, with a magnifying glass icon in the foreground. To the right of the text are three bullet points, each with an icon and a title:

-  **Überprüft Onlineshops sofort**
Shoppern Sie sicherer mit dem Detector!
-  **Speichert keine privaten Daten**
Datenschutz und Transparenz sind uns wichtig!
-  **Erkennt Fake-Shops in Echtzeit**
Warnt sofort vor betrügerischen Onlineshops!

Enviaments *cross-border*



Enviaments *cross-border*



- Registre d'empreses de transport i tarifes

Trànsit de productes a través d'Internet

UNIÓ EUROPEA

Tots els països han de recollir i entregar dades sobre les empreses de distribució que operen al seu territori (dades de l'empresa, de transaccions i tarifes).

Els països han d'avaluar les tarifes de transaccions internacionals, identificant les excessivament elevades i elaborar un informe.

Les sancions es defineixen i apliquen sota el criteri de cada estat membre.



Pagament





Pagament



ESPANYA

Llei General per la Defensa dels
Consumidors i Usuaris i altres lleis
complementàries



- Discriminació geogràfica
- eIDAS. Identificació electrònica i serveis de confiança UE
- Directiva sobre serveis de pagament a la UE (PSD2)

Pagament

UNIÓ EUROPEA

DISCRIMINACIÓ GEOGRÀFICA

Segons el reglament (UE) 2018/302 del Parlament Europeu i del Consell, el tractament diferenciat queda prohibit si es compleixen les tres condicions següents:

1. Els pagaments es realitzen a través de transaccions electròniques per transferència, càrrec domiciliat o un instrument de pagament basat en una targeta dins de la mateixa marca i categoria de pagament.
2. Es compleixen els requisits d'autenticació.
3. Els pagaments s'efectuen en una moneda que el comerciant accepta.



Pagament

UNIÓ EUROPEA

eIDAS. IDENTIFICACIÓ ELECTRÒNICA I SERVEIS DE CONFIANÇA UE

El reglament defineix requisits relacionats amb la identificació, la verificació física, les signatures electròniques i les certificacions digitals per recollir i processar les transaccions electròniques.

Del reglament destaca:

1. Servei d'autenticació de llocs web. S'estableixen els requisits que han de reunir els certificats qualificats d'autenticació de llocs web.
1. Etiqueta de confiança de la UE



Pagament

UNIÓ EUROPEA

DIRECTIVA SOBRE SERVEIS DE PAGAMENT A LA UE (PSD2)

La directiva fixa normes relatives a:

1. Sistema de concessió de llicències per les institucions de pagament, incloses aquelles que ofereixen serveis d'informació sobre comptes i de iniciació de pagaments (banca oberta)
2. La transparència de les condicions i els requisits d'informació pels serveis de pagament, incloses les despeses
3. Els drets i obligacions dels usuaris i dels proveïdors de serveis de pagament
4. Requisits estrictes de seguretat pels pagaments electrònics i la protecció de les dades financeres dels consumidors per tal de garantir una autenticació segura i reduir el risc de frau.

La directiva es complementa amb el reglament (UE) 2015/751, que estableix un límit màxim destinat a taxes d'intercanvi entre bancs per les transaccions realitzades amb targeta.



Pagament

ESPANYA

LLEI GENERAL PER LA DEFENSA DELS CONSUMIDORS I USUARIS I ALTRES LLEIS COMPLEMENTÀRIES

Prohibeix que l'empresari cobri al consumidor càrrecs per l'ús de mitjans de pagament que excedeixin el cost suportat per l'empresari per l'ús d'aquests mitjans.



Fiscalitat





Fiscalitat



BÈLGICA

Plantejament d'Impost de Serveis Digitals

ITÀLIA

IVA a la pàgina inicial del portal web



- IVA, modificacions juliol de 2021 (Directiva (UE) 2019/1995)
- Imposició Mínima de Societats (Proposta de directiva europea, en procés d'aprovació)
- Impost de societats (IS) per presència digital significativa (Proposta de directiva europea)

UNIÓ EUROPEA

IVA, MODIFICACIONS JULIOL DE 2021 (DIRECTIVA (UE) 2019/1995)

- **S'aplica l'IVA a tots els béns que entrin a la UE**, a partir d'ara NO queden exemptes les mercaderies amb valor inferior als 22€.
- **Umbral comú de la UE de 10.000€ de facturació a tots els països**, per sobre d'aquest volum el IVA s'ha d'abonar a l'estat membre on s'entreguen els béns.
- **Creació d'una finestra única ("One Stop Shop")** on els venedors online es poden inscriure i complir totes les obligacions en matèria de IVA dins de la UE.
- **Creació d'una finestra única d'importació pels venedors de fora de la UE**, facilitant el registre a efectes de IVA a la UE i garantint que a cada estat membre li arribi l'import d'IVA que li correspon. Tots els venedors hauran d'incloure l'IVA al preu (posant fi a les sol·licituds de duanes o a empreses de missatgeria que demanen sobrecost a l'arribada de les mercaderies).



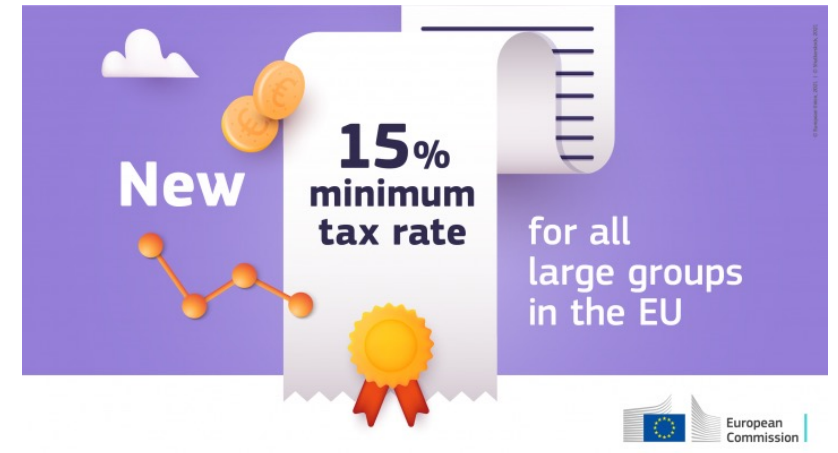
UNIÓ EUROPEA

IMPOSICIÓ MÍNIMA DE SOCIETATS (Minimum corporate taxation)

(Proposta de directiva europea, en procés d'aprovació)

El 22 de desembre de 2021, la Comissió Europea va proposar una Directiva que garanteix un tipus impositiu efectiu mínim per a les activitats globals de grans grups multinacionals.

El tipus impositiu efectiu s'estableix per jurisdicció dividint els impostos pagats per les entitats de la jurisdicció pels seus ingressos. Si el tipus impositiu efectiu per a les entitats d'una jurisdicció concreta és inferior al mínim del 15%, s'activen les regles del pilar 2 i el grup ha de pagar un impost addicional per augmentar el seu tipus fins al 15%. Aquest impost addicional es coneix com a "Regla d'inclusió de la renda". Aquesta recàrrega s'aplica independentment de si la filial es troba en un país que hagi subscrit o no l'acord internacional OCDE/G20. S'aplicaria a qualsevol grup gran, tant nacional com internacional, inclòs el sector financer, amb ingressos financers combinats superiors als 750 milions d'euros anuals i amb una empresa matriu o una filial situada en un Estat membre de la UE. També preveu una exclusió de minimis en cas de que els ingressos siguin reduïts.



UNIÓ EUROPEA

IMPOST DE SOCIETATS (IS) PER PRESENCIA DIGITAL SIGNIFICATIVA (Proposta de directiva europea)

La proposta de directiva planteja el pagament de l'Impost de Societats per aquelles empreses amb una “presència digital significativa” a un Estat membre. Es considera que la presència digital és significativa si es compleix com a mínim un dels següents requisits:

- a) +7M€ ingressos anuals pels usuaris ubicats en aquest Estat membre
- b) +100.000 usuaris en aquest Estat membre
- c) +3.000 contractes empresarials amb usuaris ubicats en aquest Estat membre

Els beneficis atribuïbles o relacionats amb una presència digital significativa en un Estat membre només estan subjectes a imposició en el marc de l'impost de societats d'aquest Estat membre.



Fiscalitat

ITÀLIA

A través d'un decret a Itàlia és obligatori que l'IVA es mostri a la pàgina d'inici del portal web.

També s'ha d'indicar obligatòriament l'IVA als espais purament publicitaris.



BÈLGICA

IMPOST DE SERVEIS DIGITALS (ISD)

Bèlgica està considerant un Impost de Serveis Digitals (DST) del 3% i actualment està esperant el lideratge de la UE.

A l'agenda del Comitè de Finances del Parlament Federal es va incloure una proposta per implantar un gravamen temporal del 3% sobre els ingressos generats pels anomenats gegants d'Internet mitjançant algunes de les seves activitats en línia. El 2018, la Comissió va proposar efectivament un impost sobre serveis digitals (DST), un impost basat en els ingressos dirigit específicament als gegants digitals.

La proposta de la UE encara està en forma d'esborrany, ja que no s'ha pogut arribar a un acord a causa de l'oposició d'un grapat d'estats membres (es requereix unanimitat al Consell de Ministres per a qüestions fiscals de la UE). La proposta legislativa de la Comissió i les diferents esmenes proposades pel Consell encara estan oficialment sobre la taula, però s'han suspès amb l'esperança que sorgeixi un compromís més ampli a nivell de l'OCDE.



Cadenes de subministrament





Cadenes de subministrament



ALEMANYA

Llei de la Cadena de Subministrament



- Directiva de Responsabilitat
Ampliada al Productor (EPR)

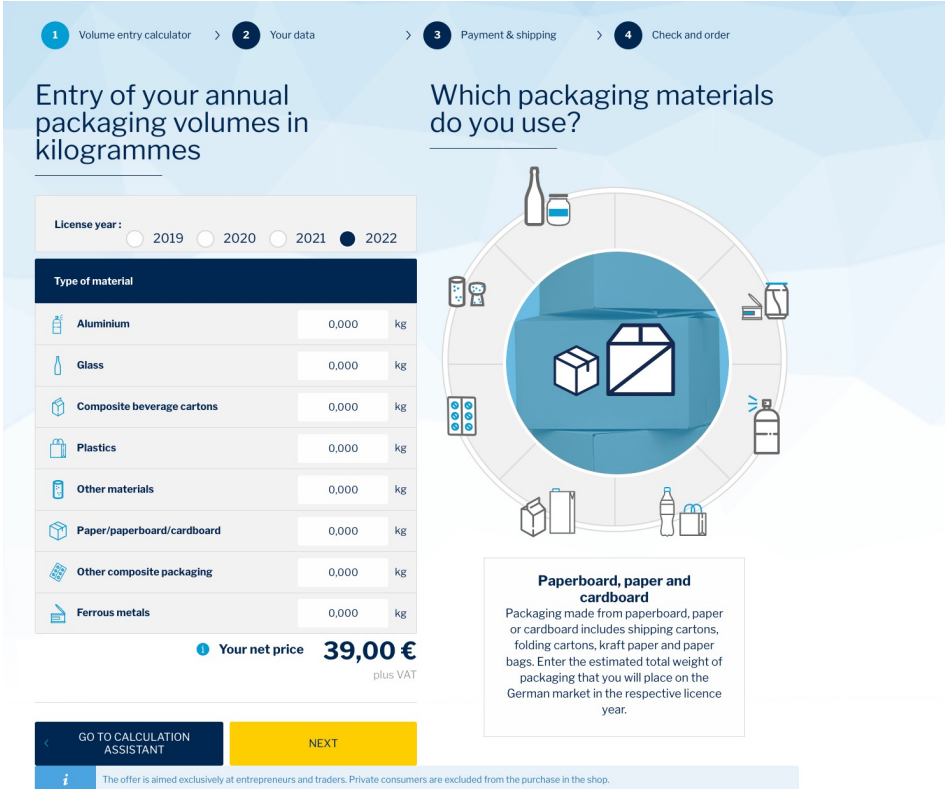
Cadenes de subministrament

UNIÓ EUROPEA

DIRECTIVA DE RESPONSABILITAT AMPLIADA DEL PRODUCTOR (EPR) APLICADA A MARKETPLACES

La Responsabilitat Ampliada del Productor (EPR) és una política mediambiental europea que responsabilitza els productors de tot el cicle de vida dels productes que introdueixen al mercat, des del seu disseny fins al final de vida (incloent la recollida i el reciclatge de residus). Segons la normativa EPR, les empreses responsables han de mitigar els impactes ambientals dels seus productes durant tot el cicle de vida del producte.

La Directiva ERP europea estableix que “per tal de millorar la reutilització, la prevenció, el reciclatge i la valorització dels residus, els Estats membres podran adoptar mesures legislatives o no legislatives per garantir que qualsevol persona física o jurídica que desenvolupi, fabriqui, processa, tracti, vengui o importi productes de forma professional (el productor del producte) vegi ampliada la seva responsabilitat de productor.”



1 Volume entry calculator > 2 Your data > 3 Payment & shipping > 4 Check and order

Entry of your annual packaging volumes in kilogrammes

License year: 2019 2020 2021 2022

Type of material	Weight (kg)
Aluminium	0,000 kg
Glass	0,000 kg
Composite beverage cartons	0,000 kg
Plastics	0,000 kg
Other materials	0,000 kg
Paper/paperboard/cardboard	0,000 kg
Other composite packaging	0,000 kg
Ferrous metals	0,000 kg

Your net price **39,00 €** plus VAT

Which packaging materials do you use?

Paperboard, paper and cardboard
Packaging made from paperboard, paper or cardboard includes shipping cartons, folding cartons, kraft paper and paper bags. Enter the estimated total weight of packaging that you will place on the German market in the respective licence year.

GO TO CALCULATION ASSISTANT NEXT

The offer is aimed exclusively at entrepreneurs and traders. Private consumers are excluded from the purchase in the shop.

Cadenes de subministrament

ALEMANYA

LLEI DE LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT

El 25 de juny del 2021 el Consell Federal va aprovar la llei. **L'objectiu és millorar la protecció dels drets humans a les cadenes de subministrament globals.**

No es tracta d'implementar les normes socials alemanyes a tot el món, sinó del compliment de les normes fonamentals de drets humans, com ara la prohibició del treball infantil i el treball forçós. La llei per enfortir les organitzacions i cadenes de subministrament al sector agrícola preveu la prohibició de les pràctiques comercials deslleials més perjudicials a la cadena alimentària.

Conté prohibicions generals sobre certes pràctiques comercials deslleials. Aquestes pràctiques pertanyen a l'anomenada "llista negra".

En implementar la directiva, **Alemanya va més enllà de la protecció mínima a nivell de tota la UE a certes àrees.** La Llei de Enfortiment d'Organitzacions Agrícoles i Cadenes de Subministrament al Sector Agropecuari prohibeix tres pràctiques més que estarien permeses sota la Directiva UTP com a part de l'anomenada llista gris amb previ acord clar i inequívoc.

D'una banda, el comprador té prohibit tornar al proveïdor els productes agrícoles i alimentaris no venuts sense pagar el preu de compra. També és prohibit repercutir al proveïdor els costos de cotització del comprador dels productes llançats al mercat i els costos d'emmagatzematge. Una distribució unilateral del risc a costa dels productors ja no serà possible en el futur.



Intercanvis directes (C2C)





Intercanvis directes (C2C)



FRANÇA
Informació a proporcionar
per la plataforma



- Orientacions polítiques (sense regulació específica)

Intercanvis directes (C2C)

UNIÓ EUROPEA (1/2)

La Comissió Europea realitza les següents recomanacions al Parlament Europeu, al Consell, al Comitè Econòmic i Social Europeu i al Comitè de les Regions.

Prestadors de serveis professionals

Quan es torni a avaluar la justificació i la proporcionalitat de la legislació aplicable a l'economia col·laborativa, les autoritats nacionals haurien de considerar en general les característiques específiques dels models de negoci de l'economia col·laborativa i els instruments que poden establir per abordar les preocupacions de política pública, per exemple pel que fa a l'accés, la qualitat o la seguretat.

Les prohibicions absolutes i les restriccions quantitatives d'una activitat constitueixen normalment una mesura d'últim recurs.

Prestadors de serveis entre pars

En el context de l'economia col·laborativa, un element important per avaluar si un requisit d'accés al mercat és necessari, està justificat i proporcionat, pot ser si els serveis són oferts per prestadors professionals o més aviat per particulars de manera ocasional.

La legislació de la UE no estableix expressament quan un parell es converteix en un prestador de serveis professional a l'economia col·laborativa

Intercanvis directes (C2C)

UNIÓ EUROPEA (2/2)

Plataformes col·laboratives

Aquestes plataformes poden estar o no subjectes a requisits d'accés al mercat en funció de la seva activitat. Si només ofereixen un servei d'informació no poden estar subjectes a autoritzacions prèvies o altres requisits equivalents, mentre que si exerceixen funcions de prestadors de serveis sí que ho poden estar.

Règims de responsabilitat

Els Estats membres no poden imposar a les plataformes col·laboratives, en la mesura que presten serveis d'allotjament de dades, una obligació general de supervisar i fer cerques actives de fets o circumstàncies que indiquin activitats il·lícites. L'exempció de responsabilitat s'aplica a condició de que la plataforma, una vegada tingui coneixement d'accions il·lícites, actuï ràpidament per retirar les dades o impossibilitar el seu accés.

Fiscalitat

Els Estats membres han de preveure obligacions proporcionades i condicions de competència equitatives. Haurien d'aplicar obligacions fiscals similars des del punt de vista funcional a les empreses que presten serveis comparables.

Els subministraments de mercaderies i serveis prestats per les plataformes col·laboratives i a través d'aquestes pels usuaris són, en principi, transaccions subjectes a l'IVA. La Comissió prepara diverses iniciatives per augmentar la capacitat de les administracions fiscals en el marc del pla d'acció sobre l'IVA

Intercanvis directes (C2C)

FRANÇA

Segons la llei per al creixement, l'activitat i la igualtat d'oportunitats econòmiques, **si la plataforma connecta consumidors o no professionals**, també ha de proporcionar informació sobre la **qualitat de l'anunciant i sobre els drets i obligacions de les parts en matèria civil i fiscal**.

El dictamen del Consell Nacional del Consumidor (CNC) sobre plataformes digital col·laboratives estableix la informació que les plataformes han de proporcionar obligatòriament a les parts:

- **La naturalesa de l'oferta** : detallant si es tracta d'una venda, d'un lloguer, d'un servei, etc.
- **El preu total**: En cas de que s'escaigui ha d'incloure qualsevol cost afegit (enviament, pagament, comissions, etc).
- **Pagament**: mitjans acceptats, etc.
- **La llei aplicable**: Com a mínim ha d'informar al comprador de la no aplicació de la llei de consum a les vendes entre particulars (CtoC), i en particular de l'absència del dret de desistiment, de garantia legal de conformitat dels productes; i a l'oferent la seva responsabilitat sobre el producte o servei ofert i la responsabilitat de compliment del contracte.
- **Obligacions fiscals a l'anunciant**: facilitant als usuaris la documentació necessària per a que puguin complir amb les obligacions fiscals.
- **Informació de l'assegurança: informació sobre** si l'ús previst és compatible amb els contractes d'assegurança ja subscrits i, en cas de ser necessari, informació sobre l'assegurança oferta per la plataforma.
- **Els contactes a entrar i el procediment a seguir en cas de conflicte**.

EL CNC també indica la informació a proporcionar per la plataforma en cada fase:

Fase 1 – abans de crear un compte: informació sobre el funcionament de la plataforma.

Fase 2 – durant l'ús de la plataforma: en cada procés dins de la plataforma aquesta ha d'indicar les normes regals que regulen els contractes que s'hi signen. Si el pagament es realitza dins de la plataforma aquesta també ha de proporcionar una determinada informació tant al consumidor com al comprador.

Venda directa productor (D2C)





Venda directa productor (D2C)



Venda directa productor (D2C)

ALEMANYA

LLEI DE LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT

En aquest cas també influeix la Llei de la Cadena de Subministrament aprovada el juny de 2021, que persegueix protegir els drets humans a tota la cadena de subministrament a nivell global. En el cas de la venda directa del productor al consumidor, la llei es centrarà en que tant a la fase d'aprovisionament, producció i enviament es compleixin els criteris de bones pràctiques i no s'incorri en les pràctiques comercials deslleials que preveu la llei.



Publicitat





Publicitat



-
- Condicions per comunicacions comercials

UNIÓ EUROPEA

DIRECTIVA EUROPEA DE E-COMMERCE

La directiva estableix quins criteris han de complir les comunicacions comercials d'un *e-commerce*.

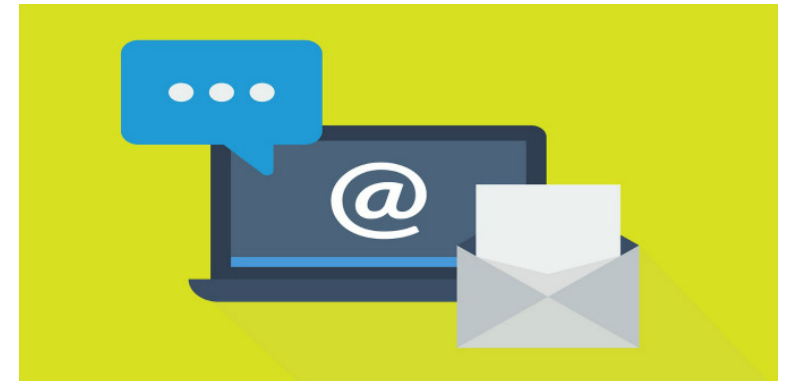
Comunicacions comercials sol·licitades

- Han de ser identificables com a comunicacions comercials
- S'ha de poder identificar la persona física/jurídica responsable
- Han de ser fàcilment identificables i accessibles les ofertes, promocions, i accions comercials proposades.
- Els concursos o jocs promocionals han de ser identificables com a tals, i les condicions de participació han de ser accessibles i comprensibles.

Comunicacions comercials no sol·licitades

No es pot enviar publicitat correcta per correu electrònic sense el consentiment exprés dels clients, a no ser que existeixi una relació empresarial o comercial prèvia. En aquests casos:

- L'empresa ha de ser fàcilment identificable
- Obligatorietat de consultar periòdicament les llistes d'exclusió voluntària.



Confidencialitat i protecció de dades





Confidencialitat i protecció de dades



- General Data Protection Regulation (GDPR)
- Ciberseguretat



FRANÇA
Sistemes de criptologia

ALEMANYA
Llei de Protecció de Dades de
Telecomunicacions (TTDSG)

Confidencialitat i protecció de dades

UNIÓ EUROPEA

GENERAL DATA PROTECTION REGULATION (GDPR) (1/2)

Principis de protecció de dades que estableix el GDPR:

1. **Legalitat, equitat i transparència:** s'han de complir aquests tres elements en el tractament de les dades.
2. **Limitació de la finalitat:** només es poden processar les dades per a les finalitats concretes i legítimes que es van indicar a l'interessat en el moment de la recollida de dades.
3. **Minimització de dades:** només es poden recollir i processar les dades necessàries per a les finalitats especificades.
4. **Exactitud:** s'han de mantenir les dades personals exactes i actualitzades.
5. **Limitació d'emmagatzematge:** només es poden emmagatzemar dades d'identificació personal durant el temps necessari per a la finalitat especificada.
6. **Integritat i confidencialitat:** el processament s'ha de fer garantint la seguretat, la integritat i la confidencialitat adequades (per exemple utilitzant el xifratge).
7. **Responsabilitat:** el responsable del tractament de dades és responsable de poder demostrar el compliment del RGPD amb tots aquests principis.

Confidencialitat i protecció de dades

UNIÓ EUROPEA

GENERAL DATA PROTECTION REGULATION (GDPR) (2/2)

Seguretat de les dades

S'han de gestionar les dades de manera segura, implementant les "mesures tècniques i organitzatives adequades". Si es produeix una violació de dades es tenen 72 hores per comunicar-ho als interessats o fer front a sancions. (Aquest requisit no és imprescindible en cas de que s'utilitzin mesures de seguretat tecnològiques, com ara l'enciptació, per inutilitzar les dades per a un atacant).

Protecció de dades per disseny i per defecte

A partir de l'aprovació del GDPR, tot el que es realitzi dins les empreses han de tenir en compte "per disseny i per defecte" la protecció de dades.

Consentiment

1. Ha de ser "atorgat lliurement, específic, informat i inequívoc"
2. La seva sol·licitud de ser "clarament distingible d'altres qüestions" i presentada en "llenguatge clar i senzill"
3. Els interessats el poden retirar sempre que vulguin
4. Els menors de 13 anys necessiten el permís dels pares per donar el seu consentiment
5. L'empresa ha de conservar la prova documental del consentiment

Confidencialitat i protecció de dades

UNIÓ EUROPEA

CIBERSEGURETAT

La Comissió Europea, a través d'una directiva específica sobre ciberseguretat, estableix que els estats membres han de velar per a que els proveïdors de serveis digitals prenguin mesures tècniques i organitzatives adequades i proporcionals per gestionar els riscos existents.



Confidencialitat i protecció de dades

FRANÇA

SISTEMES DE CRIPTOLOGIA

Les persones físiques i jurídiques poden utilitzar lliurement “qualsevol maquinari o programari dissenyat o modificat per transformar dades, ja siguin informacions o senyals, mitjançant convencions secretes o per dur a terme l'operació inversa amb o sense acord secret”.

És legal el subministrament i la transferència des d'un Estat membre de la Comunitat Europea o la importació d'un mitjà de criptologia que ofereixi exclusivament funcions d'autenticació o de control de la integritat de les dades (article 30-II).

En cas de sistemes que no es limiten a autenticar o comprovar la integritat d'un missatge, és obligat:

- Declarar prèviament al primer ministre del subministrament, transferència o importació del sistema.
- Ser autoritzat pel primer ministre per transferir i exportar un sistema d'aquestes característiques.

És sancionable el fet d'oferir, posseir, cedir o posar a disposició material informàtic que permeti la comissió d'una infracció (article 323-3-1 del Codi Penal).



Confidencialitat i protecció de dades

ALEMANYA

LLEI DE PROTECCIÓ DE DADES DE TELECOMUNICACIONS (TTDSG)

La nova “Llei de Protecció de Dades de Telecomunicacions” (TTDSG) va entrar en vigor l'1 de desembre de 2021. És particularment important per al comerç en línia perquè canvia la base legal per a l'ús de diverses galetes.

Per tant, les webs han d'adaptar els textos legals corresponents, com la declaració de protecció de dades. El que és bo o dolent segons el teu punt de vista: No hi ha canvis reals al contingut. La posició legal roman. Amb això, però, també les ambigüitats existents.

En el futur, consumidors haurien de poder donar el seu consentiment per a la configuració de galetes a través dels sistemes de gestió d'informació personal (PIMS) i la configuració del navegador.



Drets del consumidor





Drets del consumidor



- Bloqueig geogràfic i informació al consumidor
- Directiva europea de *e-commerce*
- Resolució de litigis
- *New Deal For Consumers* (proposta de directiva)

FRANÇA

Informació a proporcionar per l'e-commerce



ESPANYA

Llei General per la Defensa dels Consumidors i Usuaris i altres lleis complementaries (LGDCU)

ITÀLIA

Codi de Consum

Drets del consumidor

UNIÓ EUROPEA

BLOQUEIG GEOGRÀFIC I INFORMACIÓ AL CONSUMIDOR (REGLAMENT (UE) 2018/644)

Prohibició de bloqueig geogràfic

Si no existeix cap llei nacional o de la UE que digui el contrari, tots els consumidors tenen dret a visualitzar els productes encara que no tinguin l'opció d'enviament al seu país. També es prohibeix la redirecció sense el consentiment de l'usuari, és a dir, l'usuari pot voler visualitzar la versió francesa del *e-commerce* per comparar preus.

Informació sobre opcions i cost d'enviament

Sempre que sigui possible, els *e-commerce* que realitzin contractes de venda que incloguin enviaments transfronterers a la fase de precontractual han de facilitar informació sobre les opcions i el cost dels enviaments. Les sancions s'apliquen sota criteri de cada estat membre.



UNIÓ EUROPEA

DIRECTIVA EUROPEA DE E-COMMERCE

Principals principis que inclou la directiva:

1. **Principi de no autorització prèvia:** L'accés a l'activitat de prestador de serveis a la societat de la informació no es pot sotmetre a autorització prèvia ni a requisits especials (com llicències).
2. **Informació general exigida:** Els e-commerce han de facilitar, com a mínim, la següent informació:
 - a) Nom de l'empresa
 - b) Localització
 - c) Dades de contacte
 - d) N^o de registre on consta l'empresa (si aplica)
 - e) Si l'activitat està subjecta a un règim d'autorització, les dades de l'autoritat de supervisió
 - f) A les professions regulades: col·legi professional, títol, referència a les normes professionals aplicables
 - g) Si l'activitat està gravada per IVA, el número d'identificació
3. **Comunicacions comercials** (informació inclosa a la secció de publicitat del present document)
4. **Comunicacions comercials no sol·licitades** (informació inclosa a la secció de publicitat del present document)
5. **Realització d'una comanda:** L'empresa ha de confirmar la recepció de la comanda per via electrònica; l'empresa ha de facilitar identificar i corregir les dades de la comanda. No es pot excloure ni limitar l'aplicació del Dret en matèria de protecció dels consumidors a través d'un acord.

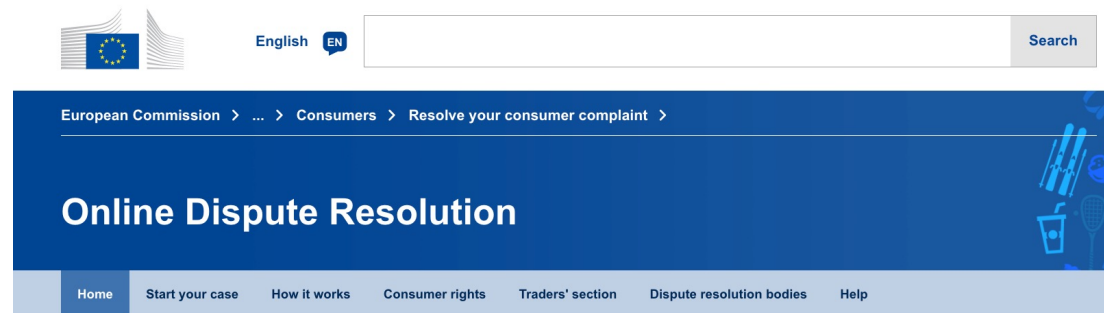
Drets del consumidor

UNIÓ EUROPEA

RESOLUCIÓ DE LITIGIS (REGLAMENT (UE) No 524/2013)

Establiment d'una plataforma de resolució de litigis online per part de la Comissió Europea. La plataforma funcionarà a mode de finestreta única pels usuaris i empreses que desitgin resoldre extrajudicialment els litigis.

Cada estat membre nombrarà un punt de contacte de resolució de litigis en línia.



Find a solution to your consumer problem

Tell us about your consumer problem to find suitable options for resolving it.

[Find a solution >](#)

[More info >](#)



Drets del consumidor

UNIÓ EUROPEA

NEW DEAL FOR CONSUMERS (Proposta de Directiva)

Proposta realitzada a principis del 2020 i que persegueix garantir una major transparència per les transaccions comercials realitzades online.

La Directiva proposada inclou les següents restriccions als comerços en línia:

- Prohibició de ressenyes falses
- Prohibició de patrocinis que transmetin missatges falsos
- Transparència al informar si el producte el ven un particular o un comerciant
- Prohibició de promoure reduccions de preu falses
- Els comparadors de preu han d'especificar els criteris de classificació



FRANÇA

INFORMACIÓ A PROPORCIONAR PER L'E-COMMERCE (1/3) (Loi du 21/06/04)

INFORMACIÓ DEL VENEDOR

Els *e-commerce* han de mostrar en un lloc visible i intuïtiu:

- **Si el responsable és una persona física:** cognoms, noms, adreça, telèfon i, si escau, el número de la seva inscripció al RCS (Registre Mercantil i Mercantil). En el cas d'actuar a títol no professional, pot preservar el seu anonimat indicant només el nom i l'adreça del seu amfitrió, sempre que hagi proporcionat a aquest últim la seva identitat exacta.
- **Si el responsable és una persona jurídica:** nom o denominació social, l'adreça del domicili social, telèfon, número de registre al RCS (comerç i societats) i l'import del seu capital social.
- **Si es venen productes o serveis:** sense cap restricció o excepció, cognom i nom o la seva raó social, adreça, e-mail, telèfon, número d'inscripció en el Registre Mercantil i de societats (RCS), l'import del seu capital social, l'adreça del domicili social, número d'IVA i, si s'escau, la denominació de l'autoritat que ha atorgat la seva autorització per exercir l'activitat, i referència a la normativa professional aplicable, el seu títol professional, l'estat en què es va concedir el títol, i el nom de l'ordre professional en què està inscrit.

La manca d'aquesta informació es sanciona amb un any de presó i 75.000 euros de multa (article 6-VI). Les persones jurídiques poden ser sancionades amb una multa de 375.000 euros, la prohibició d'exercir la seva activitat professional durant 5 anys i/o l'obligació d'exhibir o distribuir la resolució del Tribunal perquè sigui conegut per tots.

Drets del consumidor

FRANÇA

INFORMACIÓ A PROPORCIONAR PER L'E-COMMERCE (2/3) (Loi du 21/06/04)

TARIFES, CONDICIONS GENERALS I CORRECCIÓ

Els *e-commerce* han de publicar obligatòriament la següent informació:

- Condicions generals de venda al web (dins del procés de celebració del contracte)
- Possibilitat de rectificar els errors de dades comesos durant registre
- Les llengües en què es pot celebrar el contracte
- Condicions d'accés al contracte arxivades pel venedor o la possibilitat de consultar les normes professionals a les quals està subjecte el venedor.
- La validesa d'un contracte celebrat a Internet està subjecta a la possibilitat que s'ofereix al consumidor de comprovar tots els punts de la seva comanda (adreça, quantitat, preu) i corregir qualsevol error.



FRANÇA

INFORMACIÓ A PROPORCIONAR PER L'E-COMMERCE (3/3) (loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016)

TARIFES, CONDICIONS GENERALS I CORRECCIÓ

Els *e-commerce* han de proporcionar al consumidor informació justa, clara i transparent sobre:

- Les condicions generals d'ús del servei que s'ofereix
- Els mètodes de referència, classificació i desreferenciació dels continguts, béns o serveis que es mostren al web

Quan el *e-commerce* permet influir en la classificació o referenciació dels continguts, béns o serveis oferts o posats en línia, aquest està obligat a informar sobre si existeixen els següents elements

- una relació contractual amb les persones referenciades
- vincles de capital amb les persones de referència
- retribucions en benefici propi de les persones referenciades

Si els consumidors es posen en contacte amb professionals o no professionals, la plataforma està obligada a facilitar informació sobre la qualitat de l'anunciant i els drets i obligacions de les parts en matèria civil i fiscal.

Les plataformes "l'activitat de les quals superi un nombre llindar de connexions definit per decret" hauran de desenvolupar i difondre "bones pràctiques dirigides a reforçar les obligacions de claredat, transparència i lleialtat".

ITÀLIA

CODI DE CONSUM

El Codi del Consum s'aplica només en comerços B2C, aquest reforça el que proposa la Directiva Europea ambles següents proteccions del consumidor:

- L'*e-commerce* ha de proporcionar tota la informació sobre l'empresa
- Al web s'han d'indicar totes les característiques dels productes que es venen. Si es necessiten instruccions per l'ús del producte aquestes s'han de mostrar abans de completar la compra
- El preu ha de ser clar, indicant el preu total i desglossant els costos afegits (impostos, enviament, etc.)
- S'ha de proporcionar informació sobre costos i terminis d'entrega, i l'entrega sempre s'ha de realitzar en un període màxim de 30 dies a no ser que em comprador concedeixi una pròrroga
- El venedor ha d'informar al comprador abans de formalitzar la compra que disposa de 14 dies per rescindir el contracte. En el moment en el que el client expressa el seu interès per desestimar el contracte aquest està obligat a tornar la mercaderia i el venedor a retornar el preu de la mateixa.

Drets del consumidor

ESPANYA

LLEI GENERAL PER LA DEFENSA DELS CONSUMIDORS I USUARIS I ALTRES LLEIS COMPLEMENTARIES (LGDCU)

CONTINGUT MÍNIM EXIGIT ALS CONTRACTES

Als contractes B2B I B2C s'exigeix que, com a mínim, figuri la següent informació:

- Identitat del venedor
- Característiques del producte, preu, despeses de transport i, si aplica, despeses de l'ús de mitjans de comunicació a distància si es calcula sobre una base diferent a la tarifa bàsica
- Mètodes de pagament i modalitats d'entrega
- Termini de validesa de l'oferta i, si aplica, durada mínima del contracte
- Existència del dret de dissentiment o resolució i situacions en les quals el venedor podria proporcionar un producte de característiques i preu equivalent
- Procés extrajudicial de resolució de conflictes al qual està adherit el venedor
- Recordatori de l'existència d'una garantia legal
- Situacions en les quals el venedor ha d'assumir els costos de devolució

La llei també inclou el règim de condicions i clàusules abusives i el dret de dissentiment (14 dies)

GARANTIES EN LA VENDA DE BÉNS DE CONSUM

S'estableixen les mesures que garanteixen la protecció del consumidor, com son una garantia gratuïta de 2 anys a favor del consumidor pels bé de consum. També estableix les opcions que té el consumidor quan no està conforme amb els termes del contracte, poden requerir la reparació o substitució del bé.

Governança de les comunitats virtuals





Governança de les comunitats virtuals



FRANÇA

Directiva de Responsabilitat Ampliada del Productor (EPR) aplicada a marketplaces

Contingut audiovisual web



- Llei de Mercats Digitals (DMA) (proposta de llei, entrarà en vigor a l'estiu)
- Llei de Serveis Digitals (DSA) (Proposta de regulació)
- Directiva ÓMNIBUS

ALEMANYA

Directiva de Responsabilitat Ampliada del Productor (EPR) aplicada a marketplaces

Governança de les comunitats virtuals

UNIÓ EUROPEA

LLEI DE MERCATS DIGITALS (DMA) (Proposta de llei, entrarà en vigor a l'estiu)

Les grans plataformes:

- No poden incloure el seu propi software per defecte als mòbils o ordenadors
- Han de garantir que els seus programes siguin interoperables amb els de la competència
- No poden utilitzar les dades dels clients per millorar els serveis que ofereixen ells mateixos (com amazon)
- No poden obligar als desenvolupadors a utilitzar sistemes de pagament propis per quedar-se una comissió (com Spotify amb Apple)

Les plataformes comptaran amb aproximadament mig any per adaptar-se als canvis.

Les mesures seran aplicables a empreses que compleixin les següents condicions:

- Ingressos anuals a la UE de +7.500M€ en els 3 darrers exercicis o una capitalització de mercat de 75.000 M
- 45M d'usuaris a la UE i 20.000 empreses clients

Sancions: 10% dels ingressos globals la primera vegada i fins un 20% si reincideixen.



Governança de les comunitats virtuals

UNIÓ EUROPEA

LLEI DE SERVEIS DIGITALS (DSA) (Proposta de regulació)

Defineix nomes per (A) serveis de intermediació, (B) serveis d'allotjament de dades, (C) plataformes online que reuneixen venedors i compradors, i (D) grans plataformes online. Obligacions:

- Informes de transparència (tots)
- Requisits sobre les condicions de servei tenint en compte els drets fonamentals (tots)
- Cooperació amb les administracions nacionals amb arreglo a ordres (tots)
- Punts de contacte i, en el seu cas representant legal (tots)
- Notificació i adopció de mesures i obligació d'informar a usuaris (B,C i D)
- Mecanismes de reclamació i recurs i resolució extrajudicial de litigis (C i D)
- Alertadors fiables (C i D)
- Mesures contra les notificacions i contra notificacions abusives (C i D)
- Comprovació de les credencials de tercers proveïdors (principi de coneixement del client empresarial) (C i D)
- Transparència de la publicitat en línia per als usuaris (C i D)
- Denúncia d'infraccions penals (C i D)
- Obligacions sobre gestió de riscos i responsables del compliment (D)
- Auditoria externa de riscos i rendició pública de comptes (D)
- Transparència dels sistemes de recomanació i possibilitats d'elecció dels usuaris per a l'accés a la informació (D)
- Intercanvi de dades amb administracions i investigadors (D)
- Codis de conducta a (D)
- Cooperació en matèria de resposta a la crisi (D)

Governança de les comunitats virtuals

UNIÓ EUROPEA

DIRECTIVA ÓMNIBUS

Defineix les següents pràctiques comercials com a deslleials:

- Ometre informació sobre si el venedor és un consumidor o una empresa.
- No facilitar informació sobre els criteris tinguts en compte a l'hora de posicionar els resultats i la seva rellevància. Aquesta informació s'ha de facilitar, a més, de manera específica i accessible des del mateix lloc on se n'ofereixen els resultats.
- Quan es mostren valoracions o opinions de consumidors, no indicar les mesures adoptades per verificar que son reals
- La comercialització d'un producte en un Estat membre com a idèntic al mateix producte comercialitzat en un altre Estat, quan hi ha diferències substancials entre tots dos sense que les diferències estiguin justificades objectivament.
- Proporcionar resultats de cerques de productes o serveis sense indicar si la realització de pagaments permet obtenir una millor posició a la classificació.
- Revendre entrades d'esdeveniments si es van adquirir utilitzant mitjans automàtics per eludir qualsevol restricció establerta pel venedor com el límit d'entrades per compra.
- Indicar que les opinions d'un producte són realitzades per consumidors que realment han fet servir o comprat el producte sense haver pres mesures raonables i proporcionades verificar-ho.
- Induir a persones a publicar comentaris o opinions falses, així com tergiversar comentaris o valoracions realitzades per consumidors a les xarxes socials, per tal de promoure productes.
- No anunciar correctament els descomptes indicant el nou preu juntament amb el preu més reduït que hagi estat aplicat durant els 30 dies anteriors a l'aplicació de la reducció del preu.

La Directiva obliga els Estats a establir mecanismes perquè els consumidors afectats per pràctiques comercials deslleials puguin reclamar una reparació com, per exemple, una compensació econòmica, una reducció de preu o la resolució del contracte

Governança de les comunitats virtuals

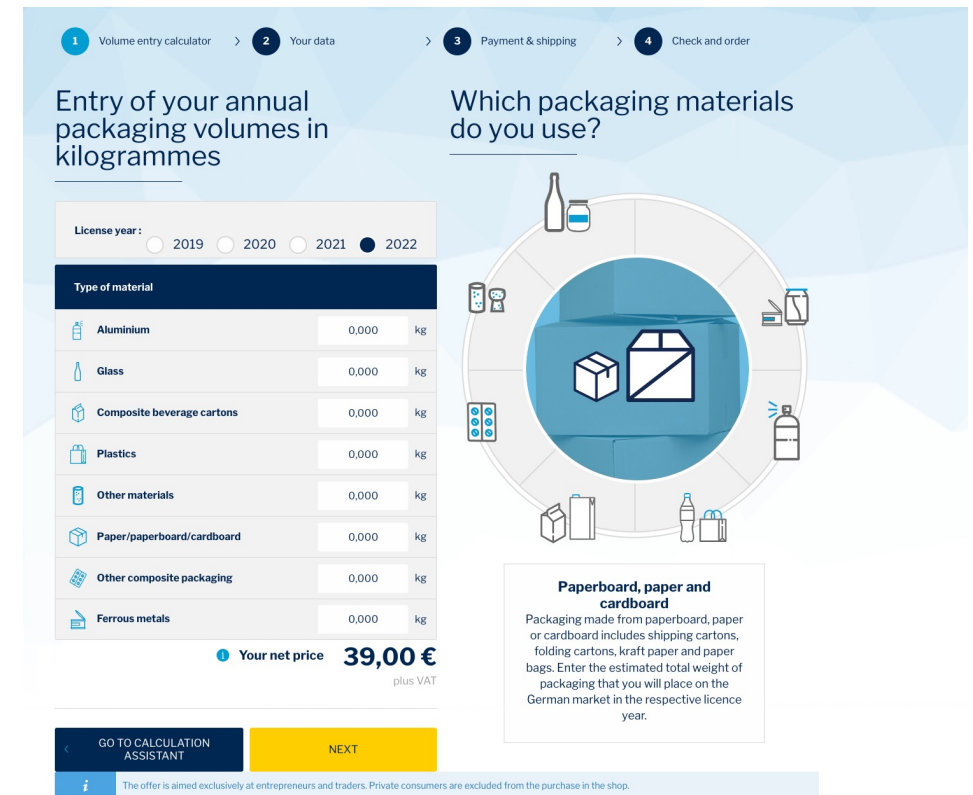
FRANÇA I ALEMANYA

DIRECTIVA DE RESPONSABILITAT AMPLIADA DEL PRODUCTOR (EPR) APLICADA A MARKETPLACES

La Responsabilitat Ampliada del Productor (EPR) és una política mediambiental europea que responsabilitza els productors de tot el cicle de vida dels productes que introdueixen al mercat, des del seu disseny fins al final de vida (incloent la recollida i el reciclatge de residus). Segons la normativa EPR, les empreses responsables han de mitigar els impactes ambientals dels seus productes durant tot el cicle de vida del producte.

França i Alemanya, a partir del juliol de 2022, també exigiran el compliment de la EPR als marketplaces. Aquestes plataformes hauran de demanar als usuaris que venen a través de la seva plataforma les dades de registre del EPR i assegurar-se de que realitzen el pagament corresponent.

Els marketplaces que entre les seves activitats incloguin l'embalatge i enviament de paquets també hauran de demanar el EPR al fabricant i generar el seu propi EPR per la fase de la cadena de subministrament que realitzen ells.



1 Volume entry calculator > 2 Your data > 3 Payment & shipping > 4 Check and order

Entry of your annual packaging volumes in kilogrammes

License year: 2019 2020 2021 2022

Type of material	Weight (kg)
Aluminium	0,000 kg
Glass	0,000 kg
Composite beverage cartons	0,000 kg
Plastics	0,000 kg
Other materials	0,000 kg
Paper/paperboard/cardboard	0,000 kg
Other composite packaging	0,000 kg
Ferrous metals	0,000 kg

Your net price 39,00 € plus VAT

Which packaging materials do you use?

Paperboard, paper and cardboard
Packaging made from paperboard, paper or cardboard includes shipping cartons, folding cartons, kraft paper and paper bags. Enter the estimated total weight of packaging that you will place on the German market in the respective licence year.

GO TO CALCULATION ASSISTANT | NEXT

The offer is aimed exclusively at entrepreneurs and traders. Private consumers are excluded from the purchase in the shop.

Governança de les comunitats virtuals

FRANÇA

CONTINGUT AUDIOVISUAL WEB (projecte de decret)

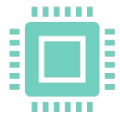
Les plataformes d'intercanvi de vídeos destinades al públic francès hauran de contribuir a la producció de pel·lícules i obres audiovisuals en el règim que actualment només s'aplicava als proveïdors de serveis francesos. Els proveïdors de serveis en qüestió podran signar un acord amb el regulador de l'audiovisual francès (Conseil supérieur de l'audiovisuel – CSA) en què s'estableixi les seves obligacions. Les obligacions de les plataformes estrangeres dirigides al públic francès pel que fa a la seva contribució al finançament de la producció audiovisual francesa i europea.

El projecte de decret, que preveu **aportacions fixes d'entre el 20% i el 25% de la facturació generada a França**, va ser notificat el 18 de desembre a la Comissió Europea, que, juntament amb els estats membres, té fins al 19 de març per presentar les seves observacions.



Algoritme





Algoritme



-
- Reglament per fomentar l'equitat i transparència pels usuaris professionals de serveis d'intermediació en línia

UNIÓ EUROPEA

REGLAMENT PER FOMENTAR L'EQUITAT I TRANSPARÈNCIA PELS USUARIS PROFESSIONALS DE SERVEIS D'INTERMEDIACIÓ EN LÍNIA

- 1. Els proveïdors de serveis d'intermediació en línia assenyalen en les seves condicions generals els paràmetres generals de classificació i els motius pel que aquells que tenen una importància relativa superior a la d'altres paràmetres.**
- 2. Els proveïdors de motors de cerca en línia exposaran els paràmetres principals més significatius a l'hora de determinar la classificació i la importància relativa d'aquests paràmetres principals**, presentant una descripció d'accés fàcil i públic, redactada de manera senzilla i comprensible, als motors de cerca en línia que ofereixen. La descripció ha de mantenir actualitzada.
- 3. Si existeix la possibilitat d'influir en la classificació remunerant directament o indirectament el proveïdor corresponent**, aquest també exposarà una descripció d'aquesta possibilitat i dels efectes que surti la remuneració a la classificació
- 4. Si un proveïdor d'un motor de cerca en línia ha alterat l'ordre de la classificació en un cas concret o ha exclòs un lloc web determinat com a conseqüència de la notificació d'un tercer**, oferirà a l'usuari d'un lloc web corporatiu la possibilitat de examinar el contingut de la notificació.
- 5. Les descripcions indicades als apartats 1, 2 i 3 seran suficients per permetre als usuaris professionals o als usuaris de llocs web corporatius entendre de manera clara si el mecanisme de classificació té en compte el següent** i, en cas afirmatiu, com i en quina mesura: les característiques dels béns i serveis oferts als consumidors, la importància d'aquestes característiques per als consumidors, (motors de cerca) característiques de disseny de les webs utilitzades pels usuaris dels llocs web corporatius.
- 6. Per al compliment dels requisits inclosos en aquest article, no s'exigeix als proveïdors dels serveis d'intermediació en línia ni als proveïdors de motors de cerca en línia revelar algorismes o informació** que, dins d'un grau de certesa raonable, podria induir a error els consumidors o causar-los un perjudici mitjançant la manipulació dels resultats de les cerques.

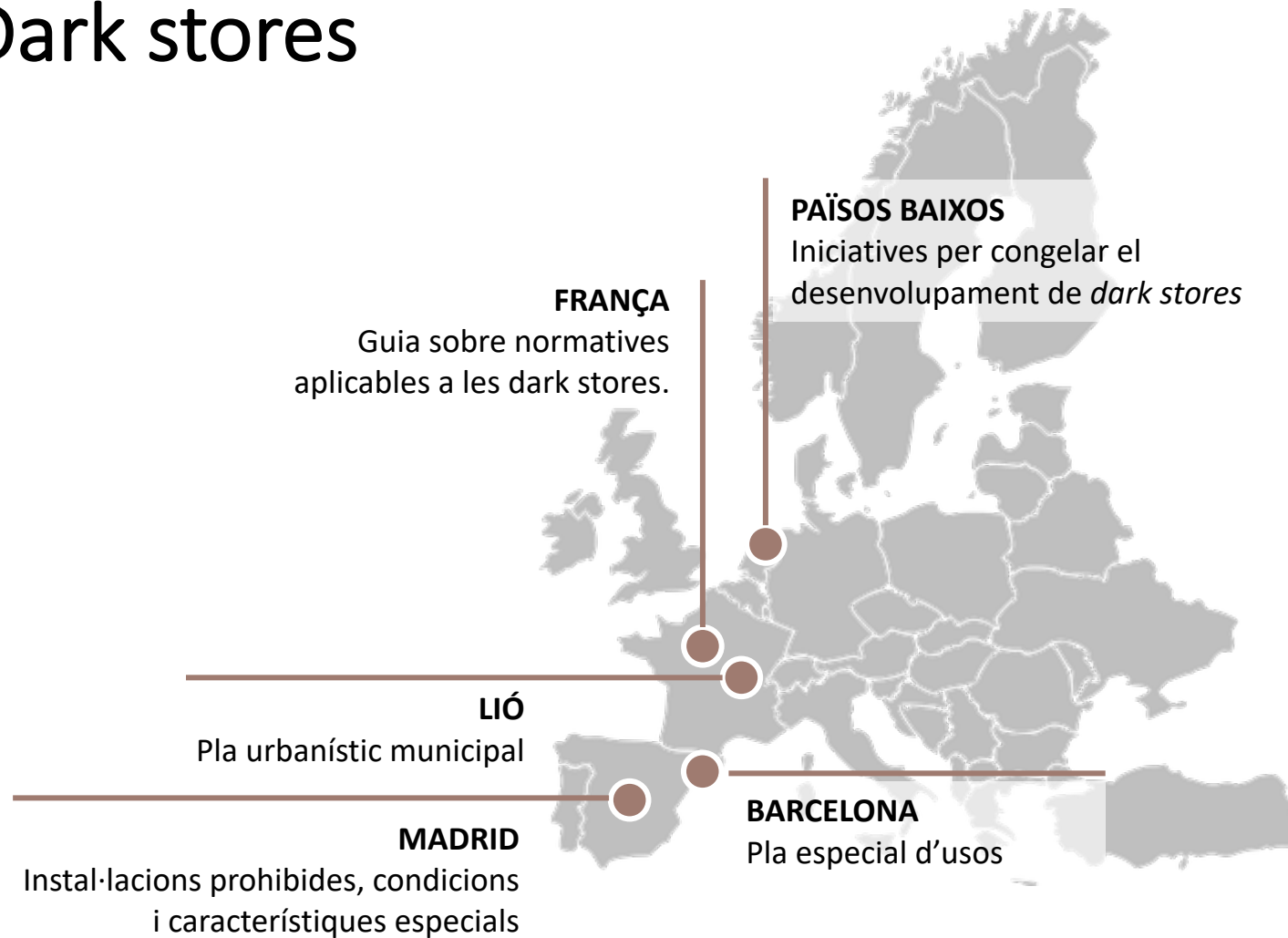
A petició del Parlament Europeu, la Comissió està duent a terme una anàlisi en profunditat de la transparència dels algorismes i la responsabilitat.

Dark stores





Dark stores



FRANÇA – Govern estatal

El govern francès posa a disposició dels ajuntaments de tot l'estat una guia sobre la normativa aplicable a les *dark stores* per tal de que coneguin quines son les **eines normatives existents per regular la implementació de les *dark stores***. Les eines normatives existents a França:

1. Planificació urbana

a) Els Plans Locals d'Urbanisme (PLU). Els PLU poden:

- **Limitar les activitats que es poden exercir a cada zona.**
- **Identificar i delimitar barris, illes, vies en què s'ha de preservar la diversitat comercial, en particular a través del comerç minorista i de proximitat**, i definir els requisits susceptibles de garantir aquest objectiu.
- Regular la implantació d'estructures logístiques a través del "dret positiu", ja que la normativa preveu que els PLU poden "**delimitar, en nuclis urbans o per urbanitzar, els sectors en què sigui necessària la preservació o el desenvolupament de les infraestructures i dels equipaments logístics**" i definir, si cal, la naturalesa d'aquest equipament així com els requisits".
- Definir unes **directrius de desenvolupament i programació (OAP)** que poden, d'una banda, **afavorir la diversitat funcional en preveure un percentatge d'operacions destinades a la creació de comerços**, i d'altra banda **sotmetre l'establiment de dark stores a condicions especials**. A més, a falta d'un esquema de coherència territorial, **un PLU intermunicipal ha d'aportar, fins i tot, "unes directrius relatives als equipaments comercials, artesanals i logístics" i determinar les condicions per a la implantació d'aquest equipament.**

b) Esquemes de coherència territorial (SCoT). És possible definir a escala del SCoT, la ubicació preferent de les instal·lacions logístiques que pot afectar a les *dark stores* així com les condicions "que permetin el desenvolupament o el manteniment del comerç de proximitat als nuclis urbans i el més proper possible a l'hàbitat", que permetran regular la seva ubicació al centre de la ciutat.

Dark stores

FRANÇA – Govern estatal

2. Aplicació de llei del sòl.

Si una dark store integra la recollida dels clients al local per canviar de la categoria de "magatzem" a la de "artesanía i comerç minorista", aquest canvi està subjecte a una llicència d'obres quan vagi acompanyat d'una modificació de la façana o de l'estructura portant (c.de l'article R.421-14 codi urbanístic). Així les autoritats competents podran emetre autoritzacions urbanístiques per controlar el canvi de categoria pel que fa a les disposicions normatives del PLU, però també en presència del carnet municipal, o quan, a falta de documentació municipal, de planificació, són aplicables les normes de la normativa urbanística nacional (RNU). Efectivament, **la targeta comunal i la RNU autoritzen el canvi de categoria, però la llicència d'obres o la declaració prèvia segueixen sent necessaris per canviar de categoria.**

2. Autorització d'explotació comercial (AEC).

Quan correspon a un negoci, el local està subjecte a un permís d'explotació comercial quan les normes de dret comú així ho exigeixen (un local no comercial que esdevé comercial i inclou una superfície de venda igual o superior als llindars que requereixen l'obtenció d'un AEC; la represa d'un comerç que tenia un AEC però que havia estat cancel·lat o caducat ...).

Dark stores

FRANÇA – Lió

Limita les *dark stores* a través del Pla Urbanístic Municipal, que no permet l'establiment d'espais logístics al nucli dels barris/casc antic (UC).



Bienvenue sur le
Plan Local d'Urbanisme
de la Métropole de Lyon

Dark stores

ESPANYA – Madrid

En determinades zones no es permet la instal·lació de 3 tipus d'empreses concretes, i en d'altres han de complir amb unes característiques i condicions concretes:

Cuines agrupades: una nova categoria de local amb espais individuals per la preparació d'aliments amb serveis a restaurants o a domicili. Han de tenir un espai interior d'espera pels repartidors i els seus vehicles (motos/bicis). Poden estar en sòl d'ús residencial si tenen $\leq 350\text{m}^2$ (tipus I), els locals més grans només en sòl industrial (tipus II).

Magatzems amb repartiment domiciliari: S'inclouen dins de la classe d'emmagatzematge. Es limita la superfície a $\leq 350\text{m}^2$ (tipus I) i entre 350m^2 i $\leq 1.000\text{m}^2$ (tipus II) si compten amb informe favorable dels serveis tècnics de mobilitat. Pels locals grans en zones residencials s'exigeix zona de càrrega i descàrrega i zona d'espera pels repartidors i les motos i bicis de repartiment.

Emmagatzematge logístic: Superfície limitada a $\leq 350\text{m}^2$ (tipus I) i entre 350 i 1.000m^2 (tipus II). Independentment de si està en sòl residencial com industrial requerirà un informe dels serveis tècnics de mobilitat que en funció de les condicions de l'establiment i l'entorn imposarà les condicions addicionals necessàries per minimitzar l'impacte a la xarxa viària. Si no es poden adotar les mesures especials no es podrà implantar el local.

Zones d'afectació: Àmbits de les Normes Zonals 1,3,4,5,6, i 8, Áreas de Planeamiento Incorporado (API), Áreas de Planeamiento Específico (APE), Áreas de Planeamiento Remitido (APR), Sectores de suelo urbanizable programado incorporado (UZI), Suelo urbanizable sectorizado pormenorizado (UZPp), Suelo urbanizable programado (UZP) i Suelo urbanizable no programado (UNP), l'ús qualificat del qual sigui el residencial i la normativa particular del qual admeti com a ús complementari i/o alternatiu l'industrial.

Dark stores

ESPANYA – Barcelona

El març de 2022 govern municipal va realitzar l'aprovació inicial d'un nou Pla especial d'usos, posteriorment va quedar obert un període d'exposició pública de 2 mesos i actualment es troba en un procés participatiu que implica al veïnat, entitats i partits polítics. Les mesures que inclou el pla son les següents:

1. No concedeixen més llicències d'obertura de supermercats fantasma.
2. Mesures restrictives a les cuines fantasma (cuines industrials o agrupades): només poden operar en sòl industrial i amb requisits molt restrictius. Només poden estar a carrers amb més de 25m d'ample i a 400m d'altres establiments del mateix tipus. Mai contigües a vivendes.
3. Es limita a 1 el número de nous locals de plats preparats en un radi de 100 metres, i els locals de més de 100m² no podran situar-se en carrers de menys de 7 metres d'ample ni superar els 300m².
4. Nova taxa al *delivery* a tots els establiments de menjar preparat (també als que tenen espai per a que la clientela consumeixi al local)
5. Els locals de restauració amb servei d'entrega a domicili han de tenir un espai d'espera pels repartidors i els seus vehicles (proporcional al local i sempre dins l'establiment). Les macrocuines hauran de reservar 10m² per estació de cocció o per cada 100m² de superfície, i els locals de plats preparats que tinguin més de 100m² hauran de reservar 5 metres per cada 100m² dins de l'establiment per l'espera dels repartidors i els seus vehicles.
6. Els restaurants de menys de 150m² situats en carrers de més de 7 metres d'ample i situats a la xarxa d'eixos verds o de prioritats per a vianants/prioritat invertida hauran de reservar 3m² per cada 100m² de local. Els locals de més de 150m² hauran de reservar 5m² per cada 100m² del local. Els locals fora d'aquests paràmetres poden disposar del permís sense haver de reservar espai.

Dark stores

PAÏSOS BAIXOS (1/2)

Als Països Baixos, per petició dels residents, s'han pres diverses iniciatives per congelar el desenvolupament de les *dark stores*:

- Limitació de la velocitat de les bicicletes elèctriques dels conductors de lliurament
- Obligatorietat de mantenir els magatzems fora de determinades zones urbanitzades

Després de mesos de consultes, Flink SE, Getir i Gorillas van signar un **codi de conducta conjunt que podria limitar la seva capacitat per fer lliuraments súper ràpids en un conjunt de municipis holandesos**. Per evitar problemes amb els residents locals, els serveis de lliurament com Flink i Gorillas volen tenir més cura a l'hora de triar la seva ubicació per a botigues fosques. **En el “codi de conducta conjunt”, prometen, per exemple, que ja no es traslladaran als magatzems dels carrers comercials.**



Dark stores

PAÏSOS BAIXOS (2/2)

Els regidors de les ciutats **d'Amsterdam i Ròterdam van votar per congelar el desenvolupament de botigues fosques** després de les queixes provocades per la velocitat de creixement dels serveis de lliurament ràpid durant la pandèmia. Ara, altres ciutats holandeses estan disposades a seguir el seu exemple, amb **mesures per restringir les aplicacions de lliurament en curs a 23 municipis més.**

Amsterdam va decidir prohibir que les empreses de lliurament ràpid de comestibles estableixin més punts de distribució en àrees residencials després d'un augment de les queixes dels locals sobre el soroll i la congestió.

Rotterdam, La Haia, Groningen, Arnhem i Amstelveen estan preparant mesures per regular els serveis de lliurament súper ràpid i Amsterdam i Rotterdam ja els han prohibit en algunes àrees. En particular, les ciutats estan interessades a assegurar-se que els nous serveis no afegixin pressió a les carreteres i ciclovies que ja estan molt transitades, ni bloquegin les voreres on es troben els seus centres de lliurament.

Bloomberg

Subscribe 

Technology

Rapid Grocery Apps Take it Slowly After Dutch Cities Push Back

- Apps agree to restrictions after cities blocked new warehouses
- Flink says limits could undermine ten-minute delivery target



4. Conclusions i recomanacions

De les diverses produccions, sensibilitats, experiències i projectes jurídics analitzats, apareixen uns tendències generals cap a les que s'encaminen les legislacions sobre la transformació digital al retail.

L'anàlisi de les sensibilitats existents a Europa i les principals fonts jurídiques analitzades permeten deduir un interès creixent per afrontar les grans qüestions que afecten a la transició del retail cap a l'era digital. Mentre la UE va definint el marc general a través de la normativa comunitària, distints governs nacionals i municipals impulsen iniciatives de diversa mena demostrant les inquietuds tant dels legislatius i executius com de la ciutadania. Els pioners que cal seguir en aquest moments son França, Països Baixos, Alemanya, Itàlia, París, Nantes, Lió i Amsterdam. En aquest estat d'efervescència legal, es desenvolupen a bon ritme iniciatives que donen resposta a aquestes inquietuds, moltes de les quals acaben adquirint cos legal. Es evident que s'avança a distintes velocitats, però l'empremta de la UE imposa un ritme fort, mentre cada país defineix la seva via.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 1:
Fase final d'entrega

CONCLUSIONS

● DARRERA MILLA

A nivell europeu els països i ciutats analitzades estan optant principalment per tres estratègies diferenciades.

- Restricció horària d'entrega a determinades zones de les ciutats pels vehicles no sostenibles. Trobem mesures d'aquest tipus a Nantes, Madrid, Torí i a ciutats dels Països Baixos.
- Instal·lació de pàrquings soterrats de grans dimensions als centres comercials per rebre totes les mercaderies i distribuir-les pel barri mitjançant vehicles nets, com està desenvolupant el districte de negocis de París La Défense, dins els quals s'ubicaran un o diversos centres logístics.
- Instal·lació de centres logístics a les afores dels centres urbans per reduir l'impacte. Com exemple trobem la ciutat de Baiona
- Servei d'entrega amb vehicles nets gestionats per l'administració local, com és el cas de Trento i Milà.

Entre les iniciatives analitzades destaca el cas de Nantes, on l'administració crea un concurs de propostes d'iniciatives de logística urbana sostenible. Els projectes guanyadors presentats per empreses, cooperatives i diferents tipus d'organismes són finançats i implementats.

● CLICK & COLLECT

La pràctica més estesa és la instal·lació d'armariets refrigerats a l'entrada dels mercats municipals per tal de recollir les compres realitzades online.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 1:
Fase final d'entrega

RECOMANACIONS

- Iniciativa per establir espais al centre de les poblacions per instal·lar un o diversos centres logístics, a partir del qual distribuir les mercaderies amb vehicles nets i negociar-ho amb els principals actors del retail.
- Tendir a establir uns horaris de distribució laxos pels vehicles nets i restringir els tradicionals.
- Excel·lent iniciativa de l'administració de Nantes la de crear un concurs de propostes per plantejar resolucions a la darrera milla.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 2:
Logística

CONCLUSIONS

● TRÀNSIT DE PRODUCTES A TRAVÉS D'INTERNET

No s'han trobat iniciatives generalistes pel seu tractament, però la legislació que s'està generant en torn les botigues de farmàcia i d'alguns productes especials podria representar un avenç del que podria esdevenir al retail en general. En aquest aspecte de les farmàcies, la UE ha establert un logotip que identifica les empreses que hi formen part i, complementàriament, a alguns països es prenen altres mesures com és el cas dels Països Baixos, on és delictes receptor medicaments a través de internet si el metge no ha tractat presencialment al pacient.

A nivell general de tot el retail, Europa ha impulsat un compromís de bones pràctiques on s'han adherit voluntàriament marketplaces com Amazon, Rakuten France i Ebay. En l'àmbit nacional s'identifiquen iniciatives diverses, com ara a Alemanya on s'ha constituït una oficina central pel seguiment oficial dels productes del gran consum i el tabac a través de internet; i Àustria on funciona en versió Beta un detector de botigues falses en temps real, que ja ha descobert 10 mil botigues fraudulentas.

● ENVIAMENTS CROSS BORDER

Comença a funcionar a la UE un registre sobre les tarifes dels enviaments per tal d'evitar els preus abusius.

4. Conclusions i recomanacions

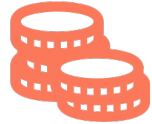


Àmbit 2:
Logística

RECOMANACIONS

- Les empreses que venen productes i serveis a través d'internet han de ser convenientment identificades, sota qualsevol distintiu, com ara passa amb les farmàcies.
- En aquesta línia, es podria crear una oficina central pel seguiment tant dels productes que es venen a través de la xarxa com de les empreses que hi operen.
- Igualment es podrien signar compromisos amb les grans plataformes per impulsar bones pràctiques d'*ecommerce*.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 3:
Monetari

CONCLUSIONS

● PAGAMENT

A nivell de la UE, no està permesa la discriminació geogràfica entre països, la qual cosa obliga a realitzar les transaccions electròniques -pels diferents sistemes disponibles i en la moneda determinada pel comerciant-, un cop han estat autenticades. Addicionalment, la legislació exigeix l'autenticació dels llocs web, la qual cosa inclou la verificació física, la signatura electrònica i l'etiqueta de confiança de la UE; igualment està establert el marc legal per la transparència als serveis de pagament

● FISCALITAT

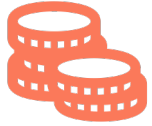
Tant a nivell de la UE com dels països es tendeix a implantar impostos per tal d'equilibrar la imposició de les empreses online a la que estan sotmeses les empreses físiques. D'aquesta manera es busca que les empreses físiques i online competeixin en les mateixes condicions i es garanteixi un impacte econòmic proporcional al país d'origen i destinació dels productes comercialitzats en línia.

En aquest sentit, dins el marc legal de la UE, s'inclouen noves obligacions en relació al pagament de l'IVA, destacant l'abonament a cada país a través de la finestreta única. Alguns països fixen requisits especials, com és el cas d'Itàlia on s'ha de mostrar l'IVA a la home page del portal web i als espais publicitaris.

En estat de proposta de directiva es proposen dos impostos als *e-commerce*:

- El primer, el pagament de la Imposició Mínima de Societats, segons la facturació de cada societat. A Bèlgica, el Comitè de Finances del Parlament Federal està estudiant la fixació de l'Impost de Serveis Digitals del 3%.
- I, en segon lloc, protocol·litzar l'Impost de Societat per part de les empreses digitals amb més de 100 mil usuaris anyals.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 3:
Monetari

RECOMANACIONS

- Estar amatent a la legislació comunitària i a la transposició de les directives al respecte a l'Estat Espanyol.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 4:
Venda

CONCLUSIONS

● CADENES DE SUBMINISTRAMENT

La regulació existent en relació a la cadena de subministrament està orientada a compensar i mitigar l'impacte mediambiental del comerç. A nivell europeu s'impulsa la Directiva de Responsabilitat Ampliada del Productor (EPR), i en el cas d'Alemanya es compta amb una Llei de Cadena de Subministrament que és més exigent pel que fa als estàndards de protecció dels drets humans i a la consideració de pràctiques comercials deslleials.

● INTERCANVIS DIRECTES (C2C)

Actualment no es compta amb una regulació específica a nivell europeu, però la Comissió Europea realitza algunes recomanacions en quant a la regulació per esperonar els models d'economia col·laborativa. En el cas de França s'estableix quina informació han de proporcionar les plataformes als usuaris per tal de protegir els seus drets.

● VENDA DIRECTA PRODUCTOR (D2C)

Les fonts utilitzades no ens permeten aclarir ni la visió ni el desenvolupament jurídic d'aquest camp. Encara que les cadenes de subministrament tendeixen a reduir-se i la relació directa entre el productor i el venedor o el productor i el client directament son cada cop més freqüents, no podem constatar cap iniciativa evident ni regulació específica en aquest sentit.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 4:
Venda

RECOMANACIONS

- Realitzar una campanya de sensibilització a les empreses catalanes sobre els requisits de la Directiva de Responsabilitat Ampliada del Productor (EPR), avançant-se a la transposició que farà l'Estat Espanyol en el seu moment.
- Incentivar el model d'economia col·laborativa entre els productors de matèries primeres, ramaders, pagesos i pescadors, per tal d'esperonar la venda directa a les botigues i als consumidors.
- Juntament amb Turisme es podria desenvolupar el suport a les cadenes de valor entre els productors primaris de cada zona amb el sector turístic per impulsar la producció quilòmetre 0.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 5:
Publicitat

CONCLUSIONS

● PUBLICITAT

Les directives de la UE sobre aquesta matèria es centren en establir els criteris a complir en les comunicacions comercials online.

RECOMANACIONS

- Gestionar amb l'Agència Catalana del Consum aquelles accions adreçades als consumidors que puguin repercutir en les empreses del retail.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 6:

Drets i protecció del consumidor

CONCLUSIONS

● DRETS DEL CONSUMIDOR

A través de la Regulació general de protecció de dades europea (GDPR) i una directiva específica de ciberseguretat, es defineixen els principis a seguir a tota la Unió. En el cas de França es compta amb criteris específics i diferenciats en relació als sistemes de criptografia.

● CONFIDENCIALITAT I PROTECCIÓ DE DADES

La directiva europea de l' Ecommerce garanteix que els prestadors de serveis de la informació no s'hagin de sotmetre a cap autorització prèvia, diferenciant-los de les plataformes prestadores de serveis. D'altra banda també estableix mesures per protegir el consumidor, com son la prohibició del bloqueig geogràfic i la determinació de la informació a proporcionar a l'usuari prèviament a la transacció. A alguns països com França i Itàlia augmenten les exigències d'informació a proporcionar als compradors

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 6:

Drets i protecció del consumidor

RECOMANACIONS

- Estrènyer les relacions amb el departament de Polítiques Digitals per tal de sensibilitzar a les empreses del retail en el que afecta a la gestió dels clients a través de les xarxes i en matèria de ciberseguretat, així com avançar-se, con França, en el terreny de la criptografia.
- Incrementar els esforços vers la protecció dels consumidors, identificant les obligacions de les empreses del retail respecte a les informacions que cal proveir als consumidors.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 7:
Governança

CONCLUSIONS

● GOVERNANÇA DE LES COMUNITATS VIRTUALS

La legislació comunitària es decanta per legislar l'*e-commerce* amb la mateixa intensitat que el retail presencial. A l'estiu entrarà en vigor la Llei de Mercats Digitals de la UE que estableix certes condicions de funcionament als marketplaces; i d'altra banda s'està elaborant la proposta de regulació de la Llei de Serveis Digitals (DSA) que defineix les obligacions dels diferents actors de les plataformes online. Actualment està en vigor la directiva Òmnibus que defineix les pràctiques comercials deslleials i les sancions aplicables en cada cas.

A nivell nacional, a partir de juliol d'enguany, França i Alemanya, exigiran que tots els marketplaces compleixin amb la Directiva de Responsabilitat Ampliada del Productor.

4. Conclusions i recomanacions

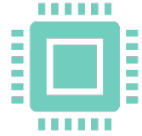


Àmbit 7:
Governança

RECOMANACIONS

Avançant-se a l'aplicació de la nova legislació europea, reforçar la relació amb els marketplaces per establir accions comunes, com ara manuals de bones pràctiques, identificació de les mercaderies a través de l'*e-commerce*,....

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 8:
Algoritme

CONCLUSIONS

● ALGORITME

Actualment la UE no compta amb regulació específica pels algoritmes dels *e-commerce*, només existeix un reglament orientat a fomentar l'equitat i transparència pels usuaris professionals des serveis d'intermediació en línia.

RECOMANACIONS

- Estar amatent a la normativa que es pugui plantejar des de la UE

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 9:
Dark Stores

CONCLUSIONS

● DARK STORES

Hi ha una convergència general cap a controlar-les per evitar els impactes negatius als espais urbans, com és el cas dels Països Baixos i Lió, que no permeten la seva instal·lació a certes zones de la ciutat com és el centre urbà.

També destaca la mesura presa pel govern francès, el qual ha posat a disposició dels ajuntaments una guia normativa per regular la implantació de les *dark stores* i evitar que puguin escapar-se d'aquest control per alguna esclatxa legal.

4. Conclusions i recomanacions



Àmbit 9:
Dark Stores

RECOMANACIONS

- Redactar una Guia Normativa per regular la implantació de les botigues fosques, per posar-la al servei dels municipis catalans.

5. Fonts documentals

Akstmk.at. (2018). Paketdienste

Amsterdam University of Applied Sciences & CMI HvA Centre for Market Insights. (2021). European E-commerce Report 2021.

Aplicació de la directiva 2011/83/UE sobre drets dels consumidors, modificant les directives 93/13/CEE i 1999/44/CE i derogant les directives 85/577/CEE i 97/7/CE. (14G00033) (Sèrie General GU n.58 de 03-11-2014)

Ayuntamiento de Madrid, Dirección General de Planeamiento. (2022). Normativa municipal de Madrid

Ayuntamiento de Madrid. (2021). Ordenanza de Movilidad Sostenible

Ayuntamiento de Madrid. (2022). Plan de Movilidad Sostenible Madrid 360 (2022-2030)

Boffey, D. (2022, 11 febrero). Abolish internet shopping in Belgium, says leader of party in coalition. The Guardian.

<https://www.theguardian.com/world/2022/feb/11/abolish-internet-shopping-belgium-says-paul-magnette-socialist-leader-coalition>

BVL - G@ZIELT: Sicher im Internet einkaufen. (2022). www.bvl.bund.de.

https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01_Lebensmittel/01_Aufgaben/06_UeberwachungInternethandel/lm_ueberwachung_internethandel_node.html

C.T. (2022). Trentoyou. [Trentoyou.it](https://www.trentoyou.it). <https://www.trentoyou.it>

Città di Torino. (2022). Deliberazione della Giunta Comunale 29 dicembre 2020

Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229.

Comissió Europea. (2016). Comunicació de la Comissió al Parlament Europeu, al Consell, al Comitè econòmic i social europeu i al Comitè de les regions - Una Agenda Europea pèr l'economia col·laborativa

5. Fonts documentals

Commission implementing regulation (EU) No 699/2014 of 24 June 2014 on the design of the common logo to identify persons offering medicinal products for sale at a distance to the public and the technical, electronic and cryptographic requirements for verification of its authenticity (2014). European Commission

Conseil National de la Consommation. (2016). Avis du Conseil national de la consommation sur les plateformes numériques collaboratives

Cookie-Banner: Klage gegen Google. (2022, 6 abril). Verbraucherzentrale NRW. <https://www.verbraucherzentrale.nrw/aktuelle-meldungen/digitale-welt/cookiebanner-klage-gegen-google-72223>

Council Directive 2006/112/EC of 28 November 2006 on the common system of value added tax (2006). European Council

Council Directive 2006/112/EC of 28 November 2006 on the common system of value added tax. European Council

Datenverarbeitung im Webshop und auf der Website. (2022). WKO.at. <https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/datenverarbeitung-webshop-website.html>

Décret n° 2017-330 du 14 mars 2017 relatif aux droits des personnes faisant l'objet de décisions individuelles prises sur le fondement d'un traitement algorithmique

Decreto del Presidente della Repubblica del 26/10/1972 n. 633 -Istituzione e disciplina dell'imposta sul valore aggiunto

Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70 "Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico"

Der Versandhandel bis Juni 2021. (2021). WKO.at. https://www.wko.at/service/steuern/Der_Versandhandel.html

Digital Services Tax. (2020, 15 julio). KPMG. <https://home.kpmg/be/en/home/insights/2020/07/txl-digital-service-tax.html>

Directiva (UE) 2015/2366 sobre serveis de pagament en tota la Unió Europea. (2015) Parlament i Consell Europeu

5. Fonts documentals

Directiva (UE) 2016/1148, sobre ciberseguretat (Directiva NIS) (2016). Parlament Europeu i Consell

Directiva (UE) 2019/2161 del Parlament Europeu i del Consell de 27 de novembre de 2019 per la que es modifica la Directiva 93/13/CEE del Consell i les Directives 98/6/CE, 2005/29/CE i 2011/83/UE del Parlament Europeu i del Consell, pel que fa a la millora de l'aplicació i la modernització de les normes de protecció dels consumidors de la Unió

Directiva 2000/31/CE del Parlament Europeu i del Consell de 8 de juny de 2000 relativa a determinats aspectes jurídics dels serveis de la societat de la informació, en particular el comerç electrònic al mercat interior (Directiva sobre el comerç electrònic) (2000). Parlament Europeu i Consell

E-commerce normativa 2021: la mini-guida. (2021). legalfordifital.it. <https://legalfordigital.it/e-commerce/e-commerce-normativa/>

E-Commerce: Das Herkunftslandprinzip und seine Ausnahmen. (2022). WKO.at. https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/E-Commerce_Das_Herkunftslandprinzip_und_seine_Ausnahmen.html

European Commission. (2017). Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets

European Commission. (2019). Commission Notice Guidelines on ranking transparency pursuant to Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council 2020/C 424/01

European Commission. (2021). Product Safety Pledge

European Commission. (2021). VAT: New e-commerce rules in the EU will simplify life for traders and introduce more transparency for consumers

FAQs E-Commerce seit 1. Juli 2021. (2021). bmf.gv.at. <https://www.bmf.gv.at/themen/zoll/post-internet/FAQs-E-Commerce.html>

FLUX : ces lauréats qui s'attaquent au « dernier kilomètre ». (2019). metropole.nantes.fr. <https://metropole.nantes.fr/actualites/2019/economie-emploi/flux>

5. Fonts documentals

FLUX Call for Projects: “Let’s build urban logistics together” – How to improve Last Mile Delivery in Nantes Metropole. (2019). Mysmartlife.
<https://www.mysmartlife.eu/mysmartlife/>

From bricks to clicks: The challenges of online retail in Belgium. (2019). The Bulletin. <https://www.thebulletin.be/bricks-clicks-challenges-online-retail-belgium>

Gellert, M. (2022, 8 abril). Last Mile Innovation in the Netherlands in 2022: How the Country of Bicycles Transforms Last Mile Delivery. Brand Growth Inspiration.
<https://www.brand-experts.com/brand-distribution/last-mile-delivery/>

Gouvernement. (2022). Fiche Modalités de régulation des dark stores

Grand Lyon. (2014). Plan Local d'Urbanisme - Grand Lyon (2005 - 2019)

Information zur Datenverarbeitung Gemäß Artikel 13 und 14 der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). (2022). stmk.arbeiterkammer.at.
<https://stmk.arbeiterkammer.at/Datenschutz.html>

Institut für Handel, Absatz und Marketing. (2022). Click & Collect - Online-Distanz trifft auf Offline-Nähe

Légifrance. (2022). Code de la consommation

Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia.

Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores

Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.

5. Fonts documentals

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información.

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Lieferkettengesetz. (2022). Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.
<https://www.bmel.de/DE/themen/internationales/aussenwirtschaftspolitik/handel-und-export/utp-richtlinie.html>

Lieferkettengesetz. (2022). Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. <https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/lieferkettengesetz>

Logistique Urbaine - Nouveaux Enjeux, Nouvelles réponses. (2017). Les cahiers de l'audap, 5-18.

Loi du 21/06/04 ou "loi pour la confiance dans l'économie numérique"

LOI N° 2014-344 DU 17 MARS 2014 RELATIVE À LA CONSOMMATION

LOI n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques (1)

LOI n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique

Loi n° 2018-700 du 3 août 2018 ratifiant l'ordonnance n° 2017-1252 du 9 août 2017 portant transposition de la directive 2015/2366 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2015 concernant les services de paiement dans le marché intérieur

LOI n° 2020-1525 du 7 décembre 2020 d'accélération et de simplification de l'action publique (1)

5. Fonts documentals

Manthey, N. (2021, 16 febrero). Dutch municipalities to set-up zero-emission zones by 2025. Electrive.Com. <https://www.electrive.com/2021/02/15/dutch-municipalities-to-set-up-zero-emission-zones-by-2025/>

Ministère de l'economie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique. (2019). Règlement général sur la protection des données (RGPD)

Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. (2021, 11 febrero). New agreements on urban deliveries without CO2 emission. News Item | Government.NL. <https://www.government.nl/latest/news/2021/02/11/new-agreements-on-urban-deliveries-without-co2-emission>

Novelog. (2018). Novelog Project - WP7- Business models and guidance

OnePass | Thomson Reuters. (2021). Thomsonreuters.Com. [https://signon.thomsonreuters.com/1-620-2591?productid=PLCUS&viewproductid=PLCUS&lr=0&culture=en-US&returnto=https%3a%2f%2fcontent.next.westlaw.com%2fCosi%2fSignOn%3fredirectTo%3d%252f1-620-2591%253f__lrTS%253d20200905110606742%2526transitionType%253dDefault%2526contextData%253d\(sc.Default\)%2526firstPage%253dtrue&tracetoken=0610220434020Ms8AdVE8Vhb50nYzjW8chEKCVOWwEEsZF-S2YCPkIPAYGHY4dKw81Erzxljlx-_Aki0IbhNWuNt6Y4Zb9XSHzpRDC8vS4_ghxiE1of8yeqgzBZpBJX30lrZwnY43tEzIdivmx_lpmTD0B4OefUsU_oTN1hqNcG7ZmypZJ8kikDUxOVu-RFk7uxVhcu7ocLdjZoO6wna8mLg9AU8jXnJNIsVpEJaefHseF8O-V_DXvnLRVqZsIAA6JT027Ky1ZSgBwV978TTY1_DoY268uEHS3PWCpzT6ncxuf3xEvF65N9R4Huw5JzeLmQHezq6RTxyBEsRdCQxs3264yo5T_X1ac-XOpIdbbdhsYa0s1tPj4jCUtVv9q-wcqRZyB7cFbXg](https://signon.thomsonreuters.com/1-620-2591?productid=PLCUS&viewproductid=PLCUS&lr=0&culture=en-US&returnto=https%3a%2f%2fcontent.next.westlaw.com%2fCosi%2fSignOn%3fredirectTo%3d%252f1-620-2591%253f__lrTS%253d20200905110606742%2526transitionType%253dDefault%2526contextData%253d(sc.Default)%2526firstPage%253dtrue&tracetoken=0610220434020Ms8AdVE8Vhb50nYzjW8chEKCVOWwEEsZF-S2YCPkIPAYGHY4dKw81Erzxljlx-_Aki0IbhNWuNt6Y4Zb9XSHzpRDC8vS4_ghxiE1of8yeqgzBZpBJX30lrZwnY43tEzIdivmx_lpmTD0B4OefUsU_oTN1hqNcG7ZmypZJ8kikDUxOVu-RFk7uxVhcu7ocLdjZoO6wna8mLg9AU8jXnJNIsVpEJaefHseF8O-V_DXvnLRVqZsIAA6JT027Ky1ZSgBwV978TTY1_DoY268uEHS3PWCpzT6ncxuf3xEvF65N9R4Huw5JzeLmQHezq6RTxyBEsRdCQxs3264yo5T_X1ac-XOpIdbbdhsYa0s1tPj4jCUtVv9q-wcqRZyB7cFbXg)

OnePass | Thomson Reuters. (2021c). Thomsonreuters.Com. [https://signon.thomsonreuters.com/w-006-9683?productid=PLCUK&viewproductid=UKPL&lr=0&culture=en-US&returnto=https%3a%2f%2fuk.practicallaw.thomsonreuters.com%2fCosi%2fSignOn%3fredirectTo%3d%252fw-006-9683%253ftransitionType%253dDefault%2526contextData%253d\(sc.Default\)%2526firstPage%253dtrue&tracetoken=0610220439180XuqrWviVVQ4LdYPUVy28uWeekRTSS5aM1R9IGU1x0-6jy4Uk_IG9DdiKw8lpmJ0BKWH4cN9FcjaLdqB5AX_TKc56w_Gnf5PkL6djtYpxHSTvht9sEcjcSDrBwCelDa_8PDSWJZYtycBU_0iiHdC92PLfVjOr7T38q_I1f8ezOJR_0igtV-5UCVnKRPOQZpjM8B3ltxdL0KR29u98nGTBOM97FgQbO0QrX_-cNnfdBn__YLKRofkK8O7aFNudH9IB5Dw6goapqLzbyBJ9E9q2Z7yPKlanY1jrESp8s68Gef-65YX89DhiGQnjHOkEolHFEWkXtS-SqKVnXajqbyKp_Oz8353k9pnKaLkWHf2kwJFFic_jr5eYyTmuCgLOuJJ](https://signon.thomsonreuters.com/w-006-9683?productid=PLCUK&viewproductid=UKPL&lr=0&culture=en-US&returnto=https%3a%2f%2fuk.practicallaw.thomsonreuters.com%2fCosi%2fSignOn%3fredirectTo%3d%252fw-006-9683%253ftransitionType%253dDefault%2526contextData%253d(sc.Default)%2526firstPage%253dtrue&tracetoken=0610220439180XuqrWviVVQ4LdYPUVy28uWeekRTSS5aM1R9IGU1x0-6jy4Uk_IG9DdiKw8lpmJ0BKWH4cN9FcjaLdqB5AX_TKc56w_Gnf5PkL6djtYpxHSTvht9sEcjcSDrBwCelDa_8PDSWJZYtycBU_0iiHdC92PLfVjOr7T38q_I1f8ezOJR_0igtV-5UCVnKRPOQZpjM8B3ltxdL0KR29u98nGTBOM97FgQbO0QrX_-cNnfdBn__YLKRofkK8O7aFNudH9IB5Dw6goapqLzbyBJ9E9q2Z7yPKlanY1jrESp8s68Gef-65YX89DhiGQnjHOkEolHFEWkXtS-SqKVnXajqbyKp_Oz8353k9pnKaLkWHf2kwJFFic_jr5eYyTmuCgLOuJJ)

5. Fonts documentals

Ordenança de transposició de la Directiva (UE) 2018/1808, coneguda com a Directiva de Serveis de Mitjans Audiovisuals (AVMSD)

Owen-Burge, C. (2021, 17 agosto). These Dutch cities will allow only zero-emission deliveries by 2025. Climate Champions. <https://climatechampions.unfccc.int/these-dutch-cities-will-allow-only-zero-emission-deliveries-by-2025/>

Paris la Défense veut améliorer sa logistique du « dernier kilomètre ». (2021). LesEchos.

PERSONAL DATA PROTECTION CODE Containing provisions to adapt the national legislation to Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC

Proposal for a Council Directive laying down rules relating to the corporate taxation of a significant digital presence (2018). European Council

Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC. (2020). European Parliament and Council

Proposal for a Regulation on Digital markets act (DMA). (2020). European Commission

PSD2: New Payment Services Law in Belgium | Timelex. (2018). Timelex.Eu. <https://www.timelex.eu/en/blog/psd2-new-payment-services-law-belgium>

PUMAS. (2012). Let's plan together a now mobility

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Real Decreto-ley 12/2018, de 7 de septiembre, de seguridad de las redes y sistemas de información.

5. Fonts documentals

Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera.

Real Decreto-ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia.

Reglament (UE) 2018/302 del Parlament Europeu i del Consell de 28 de febrer de 2018 sobre mesures destinades a impedir el bloqueig geogràfic injustificat i altres formes de discriminació per raó de la nacionalitat, del lloc de residència o del lloc d'establiment dels clients al mercat interior i pel que es modifiquen els Reglaments (CE) n.o 2006/2004 y (UE) 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE. (2018) Parlament i Consell Europeu.

Reglament (UE) 2018/644 del Parlament Europeu i del Consell de 18 d'abril de 2018 sobre els serveis de paqueteria transfronterers (2018). Parlament Europeu i Consell

Reglament (UE) No 524/2013 del Parlament Europeu i del Consell de 21 de maig de 2013 sobre resolució de litigis en línia en matèria de consum i pel que es modifica el Reglament (CE) no 2006/2004 i la Directiva 2009/22/CE (2013). Parlament Europeu i Consell

Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) (2016). European Parliament and Council

Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services (Text with EEA relevance) (2019). European Parliament and Council.

Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services (Text with EEA relevance) (2019). European Parliament and Council.

Report & Research. (2022). E-commerce en Europa: Cambios normativos para los mercados y la gestión de data en 2022

5. Fonts documentals

RIS - E-Commerce-Gesetz - Bundesrecht konsolidiert, Fassung vom 10.06.2022. (2022). [www.ris.bka.gv.at.
https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001703](http://www.ris.bka.gv.at/https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001703)

RIS - E-Commerce-Gesetz - Bundesrecht konsolidiert, Fassung vom 10.06.2022. (2022b). [www.ris.bka.gv.at.
https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001703](http://www.ris.bka.gv.at/https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001703)

RIS - Mediengesetz - Bundesrecht konsolidiert, Fassung vom 10.06.2022. (2022). [www.ris.bka.gv.at.
https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000719](http://www.ris.bka.gv.at/https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000719)

Schneider, J. (2021, 15 enero). Wo ist «Click and Collect» erlaubt? Selbst abholen vor Ort: Wo ist «Click and Collect» erlaubt? - ZDFheute. <https://www.zdf.de/nachrichten/wirtschaft/corona-click-collect-einkaufen-100.html>

Sitzung der Ministerkonferenz für Raumordnung am 16.11.2018 in Berlin

Staff, R. (2022, 27 enero). Amsterdam puts freeze on opening «dark store» distribution centres. U.S. <https://www.reuters.com/article/amsterdam-dark-stores-idUSKBN2K129D>

Sterling, T. (2022, 3 febrero). Rotterdam joins Amsterdam in freezing new «dark stores». Reuters. <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/rotterdam-joins-amsterdam-freezing-new-dark-stores-2022-02-03/>

Teilbericht I. Die Ökologisierung des Onlinehandels. (2020). Umweltbundesamt.

Times, T. B. (2022). Belgium in Brief: Fighting online giants. [Www.Brusselstimes.Com. https://www.brusselstimes.com/205310/belgium-in-brief-fighting-online-giants](https://www.brusselstimes.com/205310/belgium-in-brief-fighting-online-giants)

Times, T. B. (2022b). 'Let's make Belgium a country without e-commerce,' say socialists. [Www.Brusselstimes.Com. https://www.brusselstimes.com/belgium/205259/lets-make-belgium-a-country-without-e-commerce-urges-magnette;](https://www.brusselstimes.com/belgium/205259/lets-make-belgium-a-country-without-e-commerce-urges-magnette;)

5. Fonts documentals

TVA - Régimes d'imposition et obligations déclaratives et comptables - Redevable de la taxe - Cas particulier des opérations du commerce électronique facilitées au moyen d'interface numérique. (2021). Bulletin Officiel des Finances Publiques-Impôts

VAT rules for e-commerce since 1 July 2021 | FPS Finance. (2021). Finance.Belgium.Be. https://finance.belgium.be/en/customs_excises/private-individuals/sending-and-receiving-parcels/new-vat-rules-e-commerce

Webshops: Die wesentlichen Bestimmungen der Verbraucherrechte-Richtlinie. (2022). WKO.at. https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/Webshops_Die_wesentlichen_Bestimmungen_derVerbRichtli.html

What time is I.T. Manufacture d'imaginaires. (2018). Appel à manifestation d'intérêt programme «superflux» 2019 - 2021. - Création d'un consortium pour répondre à l'Appel à projet de Nantes Métropole «FLUX - Fabriquons la logistique urbaine ensemble.

WKO (2020). E-commerce rechtsfibel

Zoll. (2021). Änderungen ab dem 1. Juli 2021 beim E-Commerce. https://www.zoll.de/DE/Privatpersonen/Postsendungen-Internetbestellungen/Sendungen-aus-einem-Nicht-EU-Staat/Zoll-und-Steuern/Aenderungen_ab_01072021/aenderungen_ab_01072021_node.html