

Re-City en acció: Una darrera milla sostenible

Memòria del taller realitzat el 16 de novembre de 2021, en el marc del cicle de debats “La transformació de la ciutat”

Taula de continguts

Re-City en acció: Una darrera milla sostenible.....	3
Sessió 2. Una darrera milla sostenible.....	4
• PONÈNCIA 1. La Distribució Urbana de Mercaderies: limitacions i oportunitats	5
• PONÈNCIA 2. Lliçons apreses del projecte “Comerç a casa” impulsat per Lotrans Portes SL i l’Associació de Comerciants de Sant Boi Comerç	7
• TALLER 1. L’impacte ambiental de la darrera milla	9
• TALLER 2. La sostenibilitat econòmica de la darrera milla	12
• TALLER 3. Els aspectes socials que impacten la darrera milla	15
• CONCLUSIONS FINALS: Propostes i idees per explorar	19

Re-City en acció: Una darrera milla sostenible

Re-City en acció

Els tallers de Re-City en acció, impulsats per la Fundació Catalunya Europa, volen impulsar canvis i transformar la realitat que ens envolta a partir de projectes experimentals. Canvis i transformacions que contribueixin a reduir les desigualtats o a mitigar el canvi climàtic i en general, a millorar el benestar de les persones del nostre entorn.

Al llarg del 2021 i 2022, Re-City en acció abordarà cinc temes estratègics que desbloquegin pràctiques obsoletes i ofereixin oportunitats per a una transformació real a curt termini cap a un model de ciutat més inclusiva, sostenible i resiliència:

- I. La rehabilitació sostenible del patrimoni construït
- II. **Una darrera milla sostenible**
- III. L'adaptació de la mobilitat metropolitana
- IV. La transició energètica descentralitzada
- V. La transformació del sistema econòmic cap a un model més circular.

Per a cadascun dels cinc temes s'organitzarà una sessió de treball a porta tancada, on es conviden a participar als col·lectius de professionals i als actors econòmics clau del territori català, a l'administració pública, a experts reconeguts de l'àmbit universitari i a la societat civil.

Cada sessió de treball es dividirà en dues parts. Una primera part on s'introduirà el tema a tractar i se n'identificaran les limitacions i les oportunitats, i una segona part, en format taller participatiu, on de la mà d'actors clau del sector, es facilitarà la discussió sobre aspectes específics i estratègics de la transformació.

L'objectiu de la sessió de treball és identificar aquestes accions estratègiques, així com els actors estratègics a liderar-la i recolzar-la. A partir d'aquest primer encontre, es formalitzarà un pla de treball amb els actors interessats, per dur a terme les accions més estratègiques i d'impacte a curt termini identificades per cadascun dels cinc temes.

Sessió 2. Una darrera milla sostenible

La compra online ha arribat per quedar-se, augmentant la Distribució Urbana de Mercaderies (DUM) en un moment on els centres de les ciutats s'estan fent per a vianants i transformant en Zones de Baixes Emissions (ZBE). Alhora, els desplaçaments dels vehicles de la DUM representen el 20% de trànsit i el 40% de les emissions de GEH associades a la circulació. De quina manera podem organitzar l'espai públic per fer una DUM sostenible econòmicament, mediambientalment i socialment?

Aquesta sessió es va fer a porta tancada amb la participació dels ajuntaments de la regió metropolitana de Barcelona i altres ens supramunicipals, així com d'acadèmics i persones empresàries del sector de la logística, la DUM, la darrera milla, etc.

Programa de la sessió

La sessió es va dividir en dues parts: una primera part on es van exposar les limitacions i les oportunitats de la darrera milla de la mà de **Marta Losada**, Gerent del Clúster Catalonia Logístics; i on es van compartir els aprenentatges d'un cas pràctic, el projecte "Comerç a casa" impulsat per Lotrans i l'Associació de comerciants de Sant Boi Comerç, de la mà de **Jesús Lozano**, Director General de Lotrans Portes SL. Aquest projecte va consistir en un *hub* mòbil capaç de donar servei als comerciants i la ciutadania de Sant Boi de Llobregat. El *hub* estava format per un camió ECO (GLP) amb plataforma i adaptat, que feia diferents parades dins del municipi i que exercia de *Call Center* i magatzem regulador. A la vegada, aquest anava acompanyat de vehicles lleugers (bicicletes elèctriques) encarregades de realitzar les recollides als comerços i els lliuraments al *hub*.

En una segona part, en format de taller participatiu, els assistents es van dividir en tres grups de treball on es va debatre sobre els diferents aspectes que cal tenir en compte a l'hora d'implementar un projecte de darrera milla sostenible: aspectes econòmics, logístics, ambientals, socials i culturals.

Programa de la sessió	
9:00h a 9:30h	Benvinguda i introducció
	La Distribució Urbana de Mercaderies: limitacions i oportunitats, per Marta Losada , Gerent del Clúster Catalonia Logístics
	Cas pràctic: Lliçons apreses del projecte impulsat per Lotrans i l'Associació de comerciants de Sant Boi Comerç, per Jesús Lozano , Director General de Lotrans Portes SL
9:30h a 11:30h	Grups de Treball
	Taller 1. L'impacte mediambiental de la darrera milla
	Taller 2. La sostenibilitat econòmica de la darrera milla
	Taller 3. Els aspectes socials que impacten en la darrera milla
11h30 – 12h00	Conclusions i Cloenda

Objectius esperats

Identificar accions capaces d'impulsar un canvi real relacionat amb la darrera milla sostenible. Per a cada acció s'identificaran els actors que l'hauran de liderar i aquells que l'han de recolzar. El taller vol ser el punt de partida del procés d'implementació de les noves accions.

A continuació s'exposa un resum de les dues intervencions inicials, la primera sobre *La Distribució Urbana de Mercaderies: limitacions i oportunitats*, per Marta Losada, Gerent del Clúster Catalonia Logistics; i la segona sobre el cas pràctic *Lliçons apreses del projecte impulsat per Lotrans i l'Associació de comerciants de Sant Boi Comerç*, per Jesús Lozano, Director General de Lotrans Portes SL.

Després del resum de les dues intervencions inicials, s'exposen les principals reflexions de cada taller, acompanyades de possibles propostes de millora.

PONÈNCIA 1. La Distribució Urbana de Mercaderies: limitacions i oportunitats

Marta Losada, Gerent del Clúster Catalonia Logistics

El [Clúster Catalonia Logistics](#) és una associació privada sense ànim de lucre constituïda l'any 2016 i que agrupa unes quaranta empreses catalanes que operen en el sector de la logística, del transport i de la distribució de mercaderies. Com a clúster de la logística i del transport de mercaderies de Catalunya, es dedica a donar solució a tota la cadena de valor, des del productor fins al consumidor. Té per objectiu principal millorar la competitivitat dels seus associats, empreses i altres agents, mitjançant accions de cooperació, innovació i internacionalització, tenint sempre present l'equilibri entre els interessos econòmics, mediambientals i socials actuals.

Des del coneixement del sector i la realitat de les empreses que hi operen, la primera ponència va contextualitzar les actuals limitacions i oportunitats que hi ha en la DUM a la Regió Metropolitana de Barcelona i com aquesta podria esdevenir més sostenible. Per a fer-ho va identificar quatre elements bàsics i transversals: 1) La tipologia de vehicles dedicats al repartiment; 2) La diferència entre el "business-to-business" (B2B) i el "business-to-consumer" (B2C) quan parlem de DUM; 3) Com s'utilitza l'espai urbà actual i els nous usos que se li poden donar, com zones de càrrega i descàrrega, microhubs, centres de recollida, etc.; 4) Els nous models de negoci.

Actualment, a Barcelona i a l'àrea metropolitana **els vehicles que operen en la DUM** representen un 20% del total del trànsit urbà i són responsables del 40% de les emissions de Gasos d'Efecte Hivernacle (GEH) associats a la circulació. A la vegada, el transport per carretera és responsable del 33% de les emissions d'òxids de nitrogen i el 7% de

partícules contaminants PM2,5¹. A més, degut a la dificultat econòmica per canviar la flota dels vehicles, la mitjana d'antiguitat dels camions és de deu anys i per les furgonetes de set. Això fa que un 25% de les furgonetes circuli sense etiqueta ambiental, una xifra que puja al 91,9% de les furgonetes si també afegim aquelles amb Etiqueta B. També la majoria de les furgonetes, un 96%, usa el dièsel com a energia de propulsió². Aquesta realitat entra directament en contradicció amb les noves normatives que estan impulsant els municipis.

Però, la DUM no és un sector homogeni, sinó que presenta unes limitacions i unes oportunitats molt diverses en funció del destinatari final al que es dirigeixi, i per això cal abordar-les de manera separada. En aquest sentit, cal diferenciar entre:

El business-to-business (B2B). La DUM destinada a establiments i negocis requereix d'un transport fluït i diari per poder abastir-los quan ho requereixin. Donada la gran quantitat de béns que s'han de descarregar i la rapidesa amb què cal entregar-los, els vehicles de transport han de poder arribar de forma segura a prop dels establiments. Però, actualment els vehicles es troben amb impediments per circular per moltes vies per l'entrada en vigor de noves regulacions favorables als vianants i al medi ambient. A més, tampoc hi ha zones de càrrega i descàrrega suficients per la quantitat de negocis i establiments. En aquest cas, no seria viable l'utilització de *microhubs* o taquilles, però hi hauria altres oportunitats a explorar:

- Utilitzar la tecnologia per crear vehicles amb motors mediambientalment més responsables, però alhora poder tenir identificades, a través d'una app, les zones de càrrega i descàrrega i la seva disponibilitat en temps real.
- Compensar la petjada de carboni dels vehicles amb l'optimització que facin en magatzems i en desplaçaments.
- Lliurar tots els béns que siguin possibles en hores vall
- Agrupar tots els productes d'un establiment o d'un barri en un mateix viatge i no per proveïdor, tal i com fa la indústria farmacèutica en el repartiment a farmàcies.

El business-to-consumer (B2C). La DUM destinada al consumidor final que compra en línia és un sector que creix més d'un 20% anualment. El sistema de lliurament preferit en un 73% és el domicili, front el 15% a punts d'entrega i el 12% al lloc de treball. Aquesta preferència pel domicili comporta que un 15,2% dels lliuraments siguin fallits i requereixin d'una segona visita. Aquí se li ha d'afegir el fet que el voltant del 10% dels productes comprats són retornats, sent superior en articles de moda i equipament de la

¹[Inventario Nacional de Contaminantes Atmosféricos \(miteco.gob.es\), Informe IIR, Informative Inventory Report \(en anglès. Marzo 2021\); es_iir_2021_tcm30-523944.pdf \(miteco.gob.es\)](https://www.miteco.gob.es/informacion/informative-inventory-report)

² http://saladeprensa.racc.cat/wp-content/uploads/2017/09/Dossier_estudi_Vehicles-i-Emissions-Area-Metropolitana.pdf

persona³. Sembla que el creixement del comerç en línia és un fenomen que ha vingut per quedar-se, i no podem deixar que això passi a qualsevol preu. A més, el nivell de consciència que la població té sobre els efectes econòmics, socials i ambientals del comerç en línia és baix i, per tant, cal incidir en les repercussions del quan, on i com s'entrega un producte. Tenint en compte que no totes les solucions valen per les diferents tipologies de B2C, algunes oportunitats a explorar són:

- Incentivar la recollida de paquets en punts concrets a cada barri o municipi, com ara a comerços locals, espais públics cedits, taquilles, bústies intel·ligents, entre d'altres.
- Crear *microhubs* urbans o atorgar llicències per zones.
- Incentivar econòmicament el canvi de vehicles per aquells mediambientalment més sostenibles
- Millorar les condicions laborals dels treballadors

De manera transversal, per un costat la **tecnologia és clau i essencial en tot el procés** per tal de millorar rutes i planificar millor les entregues, conèixer el trànsit, aparcament i punts de recàrrega, saber on es troba la mercaderia o conèixer quants productes entren a cada barri. I això és una tasca que les empreses ja estan liderant. Però, si a més es vol que aquestes facin un **canvi de flota de vehicle**, prèviament el que cal per part de les administracions és conèixer quines són les apostes en el territori i, en conseqüència, dotar a la ciutat dels elements necessaris per a fer-les possibles. Per tant, en ambdós casos **urgeix una col·laboració pública-privada** per tirar endavant solucions viables als reptes de la DUM.

PONÈNCIA 2. Lliçons apreses del projecte “Comerç a casa” impulsat per Lotrans Portes SL i l’Associació de Comerciants de Sant Boi Comerç

Jesús Lozano, Director General de Lotrans Portes SL

[Lotrans Portes SL](#) és una empresa familiar de Sant Boi de Llobregat fundada als anys setanta i dedicada al transport de mercaderies nacional i internacional i logística. És un operador logístic jove i dinàmic, que busca el transport òptim de mercaderies des d'un punt de vista integral, prioritzant també obrir el mercat al petit comerç.

Arran de la pandèmia, el comerç en línia va augmentar exponencialment i es va exemplificar encara amb més força un model econòmic de desavantatge dels petits comerços locals enfront les multinacionals i els grans operadors logístics. La major part del comerç local no disposa de plataformes en línia pel seu cost econòmic o perquè prioritza una venda directa, ni tampoc pot permetre's el cost del repartiment dels productes.

³ http://ccam.gencat.cat/web/.content/05_arees_actuacio/comerc/estudis/Mobilitat-de-les-compres-online.-Anys-2018-2020.pdf

Davant d'aquesta realitat, des de Lotrans juntament amb l'Associació de Comerciants de Sant Boi Comerç i amb el recolzament de l'ajuntament de Sant Boi de Llobregat, es va impulsar la iniciativa "Comerç a casa" per adaptar el comerç de proximitat a la realitat del mercat actual, on les compres en línia guanyen terreny, oferint-los la infraestructura necessària per oferir el servei de compra en línia. La iniciativa no només busca brindar una sostenibilitat econòmica per aquests comerços, sinó que a més busca un equilibri amb la sostenibilitat mediambiental, utilitzant camions de baixes emissions, i amb la sostenibilitat social, col·laborant amb entitats d'integració sociolaboral per facilitar l'ocupació de persones en risc d'exclusió social.

Concretament, la prova pilot consisteix en un *hub* mòbil, és a dir, un *call center* i un magatzem regulador en moviment constant capaç de donar servei a la ciutat sense realitzar grans desplaçaments per abastir-se ni per entregar comandes. Consta d'un camió GLP que realitza un circuit establert 3 vegades al dia, i cada vegada fa 4 parades dins del barri. El camió va acompanyat de vehicles lleugers (bicicletes elèctriques), que són les que recullen les comandes als comerços, les entreguen al camió-magatzem i des d'allà es gestiona perquè o bé els particulars les recollir al *hub* o les bicicletes les entreguin a domicili. D'aquesta manera s'oferien tant a l'establiment com al client diverses opcions d'entrega per adaptar-se a les seves necessitats.

L'operativa funcionava de la següent manera:

1. El particular compra en el comerç i indica si la recollida serà al *hub* (camió en ruta) o a domicili.
2. El comerç informarà al particular de l'horari d'entrega a la seva zona dins de les tres rutes diàries.
3. El comerç registrarà el servei a través de la seva pàgina web o mitjançant el propi *Call center* (és a dir, per telefonia), indicant les dades del client, la data i el lloc de recollida.
4. El *Call center* o la pròpia web notifica el número d'expedició i procedeix a enviar el vehicle de darrera milla a recollir el paquet.
5. El vehicle de darrera milla retorna al *hub* mòbil o entreguarà a domicili en funció de l'opció de recollida que s'hagi escollit.
6. El *hub* retorna a la base per facturar les expedicions del dia i gestionar les que es faran al dia següent.

Els principals avantatges d'aquesta iniciativa són:

- La dinamització del comerç local a través de la introducció d'un nou canal de venda, el canal en línia, i d'un nou servei, l'entrega a domicili o en punt de recollida.
- Oferir els comerços locals la possibilitat de registrar les seves comandes a través de la pàgina web, facilitant el seguiment de l'estat de l'entrega com de la seva facturació.
- Facilitar la gestió de tots els tràmits per telèfon a aquells comerços de barri que no disposin de suport informàtic.

- Capacitat per oferir servei de *packaging* personalitzat als comerços.
- Oportunitat de promocionar les botigues a la retolació del *hub* mòbil.
- Informar al ciutadà, de manera clara i immediata, sobre quan i on disposarà de la seva compra, proveint també una solució immediata a la logística inversa. És a dir, per les devolucions, possibles incidències, etc.
- Crear un circuit estable de distribució interna de la ciutat que sigui amable amb el comerç i amb el ciutadà.
- Aconseguir major proximitat, confiança, qualitat del servei, atenció personalitzada amb els negocis i els clients.
- Major capacitat d'adaptació a les noves necessitats del mercat.

Tot i els avantatges que presenta, la iniciativa no ha pogut prosperar econòmicament per la manca de massa crítica. Per això es creu que pot ser una opció viable de dinamització del comerç local en zones urbanes amb major densitat de població i trànsit de mercaderies.

TALLER 1. L'impacte ambiental de la darrera milla

Els desplaçaments dels vehicles de la DUM representen el 20% de trànsit i el 40% de les emissions de GEH associades a la circulació. A més, el transport per carretera és responsable del 33% de les emissions d'òxids de nitrogen i el 7% de partícules contaminants PM2.5, essent un sector de gran impacte tan per l'escalfament global com per la contaminació de l'aire⁴. Per aquest motiu, el principal objectiu d'aquest taller va ser debatre com reduir la petjada de carboni de la darrera milla.

A continuació s'exposen les principals reflexions que es van compartir al llarg del taller, acompanyades de possibles propostes de millora.

1. L'oferta de vehicles sostenibles és deficient

La distribució de la darrera milla és un element que juga en contra del medi ambient degut a les emissions associades a la circulació dels seus vehicles. Per tal de reduir la petjada de carboni de la darrera milla, moltes empreses i entitats tenen la voluntat de canviar la seva flota de vehicles per a una de sostenible que, a la vegada, disposi d'espai de càrrega suficient per minimitzar els desplaçaments. Alguns han apostat pel vehicle elèctric, però aquest no acaba de ser la solució a la darrera milla, ja que disposa de poca autonomia i hi ha pocs punts de recàrrega. A més, l'oferta de vehicles sostenibles és tan escassa, que fa que aquests vehicles siguin, encara, massa cars per poder-los amortitzar i fer viable aquest model de negoci de marges tan estrets.

Per part dels operadors és important identificar quin vehicle és més adient pel seu model de negoci (tipologia de productes a repartir, mida i geografia de l'àrea geogràfica on

⁴ [Inventario Nacional de Contaminantes Atmosféricos \(miteco.gob.es\)](https://www.miteco.gob.es/informacion/inventario-atmosferico), Informe IIR, [Informative Inventory Report \(en anglès. Marzo 2021\); es_iir_2021_tcm30-523944.pdf \(miteco.gob.es\)](https://www.miteco.gob.es/informacion/inventario-atmosferico)

s'opera, etc.). En aquesta línia, seria important desenvolupar i actualitzar guies per a la compra de vehicles de transport de mercaderies segons diferents tecnologies de motor. Un exemple és la [guia elaborada pel Departament de Territori i Sostenibilitat i CENIT](#), que inclou valors de referència tant dels costos directament assumits per l'operador, com de les externalitats (emissions), a més dels avantatges i inconvenients associats a cada tecnologia de motor.

Per part de les administracions, seria important que definís les bases per ordenar la darrera milla en una direcció clara. Per exemple, definir cap a quin vehicle s'aposta (elèctric, gas, etc.) i desplegar una xarxa de punts de càrrega que ho facin factible.

2. L'elevat nombre de vehicles circulants congestiona el trànsit

El model actual de consum en línia, ens porta cap a un increment constant i significatiu del trànsit associat a la darrera milla. Per tant, canviar la flota de vehicles contaminants per vehicles no contaminants, no és la solució definitiva. Doncs no només cal eliminar els vehicles contaminants, sinó que cal reduir el nombre total de vehicles circulants.

Per tal de fer front a aquest repte cal optimitzar i racionalitzar els desplaçaments associats a la darrera milla. Per exemple, compartir vehicles entre diferents operadors per evitar que els vehicles circulin mig buits; reduir les entregues fallides demanant de manera anticipada, la disponibilitat de dies i franges horàries dels consumidors; demanar en el moment de realitzar la compra en línia si es poden agrupar entregues, etc.

Per altra banda, l'administració pública es pot involucrar promovent la col·laboració entre empreses així com la col·laboració pública-privada; promovent *hubs* geogràfics o territorials; o licitant un sol distribuïdor per poblacions petites, o varis distribuïdors per ciutats mitjanes i grans, compartimentalitzant la ciutat en diferents zones, en funció del distribuïdor, tal i com es fa amb el transport públic.

També va sorgir la idea d'aprofitar estructures ja existents com el transport públic de persones (autobusos i tramvies) per realitzar la darrera milla. Així com explorar noves alternatives per treure vehicles de la circulació, com l'ús de drons o el transport marítim entre zones costeres properes.

Finalment, mencionar que les ZBE poden ser una bona eina per reduir o eliminar els vehicles contaminants de les àrees urbanes, que cal planificar des de les administracions de la mà del sector privat implicat (transportistes i logística).

3. L'heterogeneïtat de normatives entre municipis dificulta la darrera milla

La Regió Metropolitana de Barcelona és un territori heterogeni i, per tant, amb disparitat de normatives referents a la DUM entre municipis. Aquest fet dificulta la logística relacionada amb la darrera milla i com fer-la eficient.

Com a resposta a aquesta dificultat, l'administració pública regional, ja sigui autonòmica o estatal, hauria d'establir patrons i criteris de repartiment de darrera milla. Pot no ser

necessària una regulació excessiva, ja que pot capar la creació de noves iniciatives, però si definir les bases que ordenin aquest tipus de servei en una direcció clara. A la vegada l'administració ha de premiar el bon comportament del sector privat. Està en mans de l'administració implementar una fiscalitat intel·ligent, que incentivi a les empreses eficients i sostenibles.

4. El mercat està atomitzat

En la DUM i la darrera milla hi operen algunes empreses grans i moltes de petites, provocant un mercat molt competitiu i agressiu, amb l'objectiu de reduir costos a qualsevol preu. Aquest fet juga en contra de la necessitat de reduir els impactes socials i ambientals negatius.

Per tal de reduir aquesta competència tan agressiva, l'administració pública podria licitar un sol distribuïdor per poblacions petites, o varis distribuïdors per ciutats mitjanes i grans, tal i com es fa amb el transport públic.

5. El comportament del consumidor de plataformes en línia tendeix a ser capritxós

L'augment de les compres en línia acumulat en els darrers anys ha anat associat a un augment del consum poc racional o capritxós, on s'esperen temps d'entrega molt curts o no és té en compte la procedència del producte, sense que aquests factors repercuteixin en el preu del producte adquirit. En aquest sentit, va sortir el debat d'incloure o no, les externalitats de la darrera milla com l'impacte ambiental, en el cost del producte. Qui l'hauria de pagar, el productor o el consumidor?

És important incidir en els models de consum i per això cal fer pedagogia. Cal reforçar el consum responsable, incidir en el cost econòmic, mediambiental i social de les entregues a domicili, i fomentar un canvi d'hàbits encaminat cap a anar a buscar les comandes en punts de recollida. En aquest sentit, per tant, no només cal una bona campanya de sensibilització, sinó també ampliar els punts de recollida, que es poden instal·lar tant en locals comercials, com en estacions de metro o tren, aparcaments, etc.

Per tal de fomentar un consum responsable seria desitjable disposar d'indicadors de contaminació associada a la darrera milla que es visualitzessin en el moment de fer la compra. Les dades haurien d'anar acompanyades de propostes d'hàbits més sostenibles.

6. La importància de la Taula del Sector Logístic

S'ha posat de manifest la importància de la [Taula del Sector Logístic i Distribució Urbana de Mercaderies](#) (TSL), com a punt de trobada entre els diferents actors de la darrera milla, tant públics com privats. Un dels principals objectius de la TSL és que s'executin les necessitats del Pla Director de Mobilitat de Barcelona en matèria de DUM i sector logístic. Des de la TSL s'aconsegueix informar als diferents actors i coordinar-se entre ells, però falta la presència d'alguns actors del sector privat. A més, és difícil acabar de concretar les idees per posar-les a la pràctica.

S'ha proposat de vehicular la veu de sectors que estan directament implicats amb la DUM, però que són veus petites i no arriben a accedir a la taula, a través d'una entitat que els representi. També s'ha proposat fer més debats sobre la temàtica.

TALLER 2. La sostenibilitat econòmica de la darrera milla

La logística de la darrera milla és actualment un servei deficitari i mal remunerat, amb un marge de guanys molt estret o inexistent que no permet cobrir les elevades despeses associades al transport i la distribució de les mercaderies, que suposen al voltant del 50% del cost total. Això ve marcat per l'elevada competència que exerceixen especialment els grans operadors logístics –a nivell de preus i a nivell de comoditats–, però també perquè l'actual sistema de repartiment i devolució no està racionalitzat ni optimitzat, i, per tant, no és eficient. A més, les normatives sobre DUM tampoc s'adapten a les necessitats dels transportistes. Aquesta situació es produeix en la darrera milla dirigida als comerços i establiments, però de manera creixent en el comerç en línia per part de la ciutadania, que en un 73% a Catalunya es decanta per les entregues a domicili.

L'objectiu del taller va ser debatre sobre les problemàtiques que provoquen una ineficiència econòmica del model i com reconvertir-lo per assegurar-ne la sostenibilitat, tenint en compte que aquest només va en augment. Pensar en solucions viables que permetin reduir costos i incrementar l'eficiència, i alhora millorin la situació dels seus treballadors i no perjudiquin el medi ambient.

A continuació s'exposen les principals reflexions que es van compartir al llarg del taller, acompanyades de possibles propostes de millora.

1. La darrera milla no és sostenible econòmicament, s'ha de reconvertir.

L'actual emergència climàtica ens demana reduir dràsticament la petjada ambiental de la darrera milla, però com aconseguir-ho tenint en compte que el repartiment de darrera milla és un servei clarament deficitari i que és un sector en creixement, especialment arran de la pandèmia de la COVID-19.

La manca de vehicles poc contaminants a preus accessibles, de personal qualificat, de mitjans econòmics per invertir en l'optimització de la logística, i de sinergies i col·laboracions entre les diferents empreses i entitats del sector, fa que la DUM i darrera milla tinguin dificultats en deixar de ser un model precari. En paral·lel, l'actual sistema de repartiment ha generat una guerra de preus i una alta competitivitat entre empreses, entitats i autònoms que comparteixen territori.

Per revertir l'elevada competència entre empreses per un mateix territori, es podria tractar el repartiment de darrera milla de la mateixa manera en què funcionen les licitacions pel transport públic de passatgers per carretera.

2. El consumidor no és conscient de l'impacte econòmic, social i ambiental de la compra en línia.

Les grans multinacionals de la venda en línia i de la distribució han anat promovent un model de consum en línia amb tota mena de comoditats. Des de poder comprar i rebre els bens o serveis sense haver de sortir de casa i a preus molt competitius, fins a disposar de períodes d'entrega molt reduïts. Aquest model de consum s'ha anat estenent sense que el consumidor sigui conscient dels impactes que comporta, i ha anat retroalimentant un model on es redueix, cada vegada més, el temps que passa entre la compra i l'entrega. En alguns casos, el cost de la distribució no es reflecteix de forma explícita a la factura, sinó que s'integra dins del preu final del producte. Aquesta manera d'actuar fa que el consumidor no tingui coneixement del cost real de la distribució. En altres casos, el cost de la distribució sí que apareix a la factura com a servei addicional, però les empreses el minimitzen per evitar perdre compres a través de la plataforma en línia. A més, les grans corporacions són les que lideren el model de mercat, mentre que la resta d'empreses del sector van a remolc.

Per tal d'aconseguir que el cost econòmic de la distribució sigui coherent amb el que realment implica (ús de vehicles, feina del repartidor, etc.) s'ha de trencar amb aquest model de consum i anar cap a un model més responsable. Cal, per tant, conscienciar a la ciutadania respecte els costos econòmics, socials i mediambientals d'aquest tipus de serveis, amb campanyes de sensibilització. Una altra manera de conscienciar la ciutadania és a través de castigar la conducta que volem evitar. És en aquest punt que emergeix, un cop més, l'etern debat de si s'han d'aplicar, o no, taxes que cobreixin l'impacte mediambiental produït per aquest servei. En cap cas, la solució pot recaure únicament en els hàbits de consum de la ciutadania.

3. L'optimització i racionalització de les entregues com a eina per reduir les despeses associades a la darrera milla.

La reducció del costos associats a la darrera milla s'ha centrat en reduir el cost del servei de distribució, enlloc de centrar-se en optimitzar i racionalitzar les entregues. Per exemple, enlloc de fer un embalatge i una entrega per article comprat, es podrien agrupar les comandes. Tot i així, aquesta optimització de la darrera milla suposaria una pèrdua d'ingressos per el repartidor final que cobra per entrega i no per productes entregats.

És per aquest motiu que seria necessari que l'administració pública regulés la topologia de contractes dels repartidors. El **Real Decreto-ley 9/2021** de l'onze de maig de 2021⁵, ja incorpora un element de millora. Per tal que les empreses de distribució de plataformes digitals contractin en plantilla els repartidors que fins ara són treballadors autònoms, aquesta nova legislació estableix la presumpció de laboralitat dels repartidors d'aquestes empreses. Tot i així, potser s'hauria d'anar més enllà i definir la

⁵ <https://www.boe.es/eli/es/rdl/2021/05/11/9/con>

part variable del salari que potser es podria associar als paquets entregats, enlloc de les entregues.

4. El model de darrera milla per generar ocupació a persones vulnerables no acaba de funcionar

Alguns municipis han optat per usar la darrera milla per generar ocupació a persones en situació d'exclusió laboral o social, que normalment tenen poques qualificacions professionals. Tot i així, en alguns casos el que ha passat és que ha servit per perpetuar la situació de vulnerabilitat de la persona, a través dels salaris baixos que cobren, resultant en un model d'inserció laboral poc motivant per la persona treballadora. En molts casos són els mateixos tècnics de les entitats socials els que acaben cobrint els serveis, perquè les persones treballadores no es presenten o no cobreixen tota la feina.

Per millorar les condicions dels repartidors, aquests haurien de deixar de ser falsos autònoms, fet que queda recollit en el Real Decreto-ley 9/2021 de l'onze de maig de 2021. A la vegada, els repartidors haurien de disposar d'una assegurança de danys a tercers en cas d'accident, per evitar, per exemple, que els treballadors no coberts per cap assegurança quedin desprotegits i es donin a la fuga. A més, els incentius econòmics de la feina, no haurien d'anar associats a les entregues, que poden ser fallides tot i haver realitzat el desplaçament, sinó que podrien anar associades al nombre de paquets entregats. En paral·lel, potser s'hauria de professionalitzar el sector. És a dir, els treballadors haurien de disposar de llicència i de poder-se identificar de manera visible.

Per aconseguir aquests canvis, cal regular el sector a través de l'acció decidida de l'administració pública a escala estatal o autonòmica. Aquesta funció de regulació no pot dur-se a terme a escala municipal, ja que cal una regulació conjunta que harmonitzi les polítiques en tot el territori, tenint en compte conceptes geogràfics o de densitat de població.

5. La importància de la Taula del Sector Logístic

S'ha posat de manifest la importància de la **Taula del Sector Logístic i Distribució Urbana de Mercaderies (TSL)**, així com el fet que en algunes ocasions les administracions apliquen noves mesures per a millorar la DUM, sense tenir en compte el punt de vista del sector privat. Sinó que és a posteriori, un cop s'evidencien les limitacions de les noves mesures, que es té en compte la visió del sector privat. A més, també s'ha exposat el fet que no tots els actors són presents a la taula.

Per aquest motiu, es proposa incloure a la taula la participació d'una entitat capaç de recollir els punts de vista i les propostes dels diferents grups d'interès que per ser empreses o entitats petites no tenen accés directe a les discussions.

TALLER 3. Els aspectes socials que impacten la darrera milla

L'impacte social de la gestió de la darrera milla demana un anàlisi transversal, que tingui en compte les diverses conseqüències que aquesta té sobre el conjunt de la societat, més enllà de la tipologia de llocs de treball i la precarietat que generen. Un bon punt de partida és l'imaginari col·lectiu que ràpidament s'ha assumit per aquest sector de negoci i servei, i que ha implicat una situació de control del mercat gairebé absoluta per part dels grans operadors. Així, s'ha aconseguit un model més econòmic i servicial, abaratint les despeses d'entrega per al client a costa de vulnerar els drets laborals de les persones que hi treballen.

L'objectiu d'aquest taller va ser abordar els impactes positius i negatius d'aquest model amb l'objectiu d'idear solucions òptimes que puguin afavorir tendències socialment més sostenibles.

A continuació s'exposen les principals reflexions que es van compartir, acompanyades de possibles propostes de millora.

1. La competència deslleial dels grans operadors logístics destrueix el teixit empresarial i el petit comerç català

El teixit empresarial català està conformat en un 99% per petites i mitjanes empreses (PIMES), que generen el 70% de l'ocupació del país⁶. No obstant, aquestes difícilment poden competir contra els grans operadors logístics per implementar iniciatives que impliquin un canvi substancial en l'actual model de negoci de la darrera milla. I és que aquestes grans empreses introdueixen una lògica de guanys sobre pèrdues, en què prefereixen reduir el benefici al mínim o fins i tot tenir pèrdues en els serveis d'entrega a canvi d'obtenir la major quota de mercat possible. D'aquesta manera, arrossegueu les empreses nacionals i els comerços locals a una lògica contra la qual no poden competir, convertint-se en un mercat de competència imperfecta o, fins i tot, gairebé de monopoli.

Davant de l'augment exponencial del comerç en línia, també derivat de la COVID-19, moltes són les empreses que s'han plantejat o s'han vist obligades a promocionar els seus negocis a través d'internet per sobreviure. Però, la majoria no tenen els recursos econòmics ni tècnics per guanyar visibilitat i sostenir-ho en el temps, ni molt menys per aguantar la guerra de preus dels grans competidors. Una situació que, en molts casos, ha portat tancaments de comerços i pèrdua de dinamització econòmica local.

El context, per tant, urgeix plantejar propostes que siguin realment viables i rendibles per aquestes petites i mitjanes empreses. Des d'aquest sector es feia èmfasi en la importància d'afavorir la col·laboració pública-privada com a única manera possible per

6

https://www.pimec.org/sites/default/files/documents_pagines/anuari_de_la_pime_catalana_2017.pdf

resoldre aquesta problemàtica. Una col·laboració que s'ha de donar en tots els nivells de l'administració, per no crear divergències o buits legals.

En aquesta direcció, la primera proposta va ser la introducció de regulació a nivell nacional que incentivi i/o penalitzi els grans operadors i protegeixi el comerç local, fent transitar aquests primers cap a pràctiques més sostenibles econòmicament i socialment. Una idea concreta seria una millor organització de les entregues als municipis o barris, intentant agrupar el màxim de comandes possibles en dies o franges horàries concretes. Al seu torn, també incentivar econòmicament a la ciutadania perquè esculli aquest model més sostenible, fent-lo reflexionar sobre la urgència real d'entrega del paquet. També la possibilitat que es puguin atorgar llicències a empreses logístiques locals per fer d'operadors logístics en barris o municipis concrets.

Una segona proposta seria la integració de la distribució de la darrera milla en petits comerços de barri, que ajudaria a reduir despeses d'entrega i d'entregues fallides i alhora podria donar a conèixer i dinamitzar el propi comerç local.

Una tercera proposta seria destinar recursos econòmics o introduir incentius o bonificacions fiscals per afavorir la formalització, la digitalització i la integració del comerç local i les petites empreses en línia. Especialment, aprofitant l'impuls que els Fons Next Generation donen en aquesta direcció, apostant per fomentar la digitalització i sostenibilitat de les PIMES⁷. D'aquesta manera no només s'aconseguiria promocionar l'activitat concreta dels comerços, sinó que contribuiria a revertir la situació actual de models de negoci precaris i insostenibles, brindant múltiples efectes positius pels municipis (dinamització comercial, millora de l'ocupació, increment de la riquesa, etc.). A Santa Coloma de Gramenet existeix una iniciativa d'aquest estil, impulsada per l'empresa [Grameimpuls](#) i finançada per la Diputació de Barcelona, i que té per objectiu "la promoció del treball digne, la millora competencial del talent local i el creixement econòmic sostenible a través de la tecnologia".

2. La darrera milla contribueix a l'augment de llocs de treball precaris

L'increment en la demanda de béns i serveis a domicili ha fet créixer el nombre de persones ocupades en la distribució de darrera milla, sovint a través de grans operadors logístics. No obstant, l'alta competència que es viu en el sector ocasiona que hi hagi una guerra de preus a la baixa, i, per tant, un marge de benefici molt ajustat per les empreses que hi operen, també aquelles petites i mitjanes que s'han vist obligades a retallar en despeses de seguretat social i vehicles, entre d'altres. En conseqüència, el benefici que s'enduen els treballadors per cada entrega és tan baix (amb un preu mig de 1,5 euros el paquet) que es calcula que n'han de fer més de quaranta diàries perquè el salari pugui ser mitjanament digne. Però, en general aquesta xifra no és assumible, i condemna als

⁷ <https://www.pimec.org/ca/pimes-autonoms/agenda/volem-next-generation-pimes-fons-ngeu-catalunya-central>

treballadors a una situació laboral precària. A més, com que no es requereix una formació especialitzada, la majoria d'aquestes posicions són ocupades per persones amb baixos ingressos, d'origen migrat i joves, els quals són contractats com a autònoms o falsos autònoms per evitar major despesa. D'aquesta manera, els grans operadors logístics s'aprofiten de la situació, i no garanteixen els drets laborals d'aquestes persones. Precisament, amb el creixement de les plataformes en línia i l'entrada dels *riders* al mercat s'ha arribat a una situació de salaris a la baixa i condicions laborals totalment insostenibles, que ha forçat l'entrada en vigor del Real Decreto-ley 9/2021 de l'onze de maig de 2021, i que modifica l'Estatut dels Treballadors per garantir els drets laborals d'aquestes persones.

Aquesta llei suposa un primer pas important, però cal trobar més fórmules que permetin la sostenibilitat econòmica i social de la darrera milla. En aquest sentit, la primera proposta va ser incidir en una major regulació i enfortiment del compliment a nivell nacional, que forci la contractació laboral d'aquestes persones, la negociació de convenis col·lectius amb els sindicats, i progressivament incentivi el creixement de negocis amb models més ètics. Per exemple, que es doti al treballador d'una assegurança mèdica davant de possibles accidents; que no hagin d'assumir el cost del propi vehicle de repartiment; que es respectin i es garanteixen les pauses per àpats i de descans; que el salari no depengui exclusivament del nombre d'entregues; que es discuteixi si cal entregar o no paquets en festius i si cal que aquests estiguin més ben remunerats, entre d'altres.

La segona proposta va ser crear un espai concret a cada municipi o barri on els treballadors poguessin centralitzar l'entrega de comandes diàries. Podria ser un *microhub*, un local comercial abandonat o en desús, unes taquilles, o qualsevol altre format que permetés transitar cap a un model més sostenible. D'aquesta manera, en primer lloc es reduirien el nombre de viatges que haurien de fer els treballadors i s'asseguraria que tots els paquets acaben sent entregats. En segon lloc, el ciutadà no hauria de patir per ser al domicili ja que podria recollir el seu paquet quan li anés millor, fent-lo partícip de la pròpia cadena. En tercer lloc, es descongestionarien altres espais que temporalment han absorbit aquesta feina, com ara les oficines de Correos.

3. Dificultat per tirar endavant iniciatives socials que impliquin un canvi de model

A part dels grans operadors i les empreses de logística, en el sector de la darrera milla també han sorgit petites entitats socials i diverses iniciatives empresarials que pretenen impulsar canvis en el model, promovent una inserció laboral més ètica. De la manera com funciona el mercat, aquestes noves opcions només poden prosperar econòmicament i ser rendibles a través de subvencions de les administracions. Però, tot i així aquestes fracassen perquè necessàriament es veuen obligades a seguir i adaptar-se a les mateixes dinàmiques del propi mercat. Per tant, les subvencions públiques sovint acaben derivant en iniciatives socials insostenibles perquè acaben afavorint

aquells que ja tenen beneficis. Per exemple, entitats socials que treballen amb persones en risc d'exclusió social s'han trobat amb casos on les persones renuncien a les entregues diàries assignades i aquestes les acaben assumint els propis tècnics de l'ajuntament.

En aquest sentit, la reflexió que es va fer va ser que l'atorgament de subvencions és un model que s'hauria de repensar, per evitar possibles conseqüències negatives i perquè no és sostenible econòmicament per l'administració. No obstant, per revertir situacions com les descrites anteriorment, una proposta seria fer que aquests petits centres logístics des d'on centralitzar les entregues i les recollides de paquets estiguessin gestionats per les mateixes entitats socials, amb persones desocupades o amb risc d'exclusió social.

4. Sensibilització i pedagogia per canviar l'imaginari cultural dels consumidors

La problemàtica entorn el model que opera en el sector de la logística de la darrera milla ve donat per una lògica que neix del voler-ho tot el més immediat possible. Tot i que el consumidor no és l'únic responsable d'aquesta realitat, el cert és que ràpidament s'ha acceptat i expandit un model de negoci insostenible econòmicament, ambientalment i socialment. I això ha passat perquè és còmode, una comoditat que es sosté darrere el desconeixement o la voluntat de no voler ser conscient del que hi ha al darrere de cada compra en línia. Una situació que també es dona en els joves, tot i tenir una major consciència ambiental.

En aquest context de crisi climàtica, social i econòmica, la proposta a mig, curt i llarg termini que pot donar més resultats és incidir i persistir en la pedagogia a la societat sobre les conseqüències negatives de l'actual model i la importància de transitar vers formes de consum més sostenibles i responsables. Una tasca que pot tenir diverses vessants, i que des del taller es van apuntar en dues direccions. La primera va ser que s'obligués a incorporar la petjada de sostenibilitat social a l'hora d'anar a pagar un paquet en línia, per conscienciar a les persones consumidores sobre la quantitat i la situació laboral de les persones que s'involucrarien en la cadena. De forma que fos millor opció aquella que fos socialment més sostenible. La segona opció va ser crear diverses campanyes divulgatives a nivell local i supralocal que conscienciessin sobre el tipus de consum en línia i promoguessin hàbits més sostenibles. Amb el lema "Tot és un clic" o "Això també és un clic", es podrien crear plafons d'anuncis pels carrers o anuncis públics a la televisió que es dirigissin al públic en general, i xerrades informatives i tallers curriculars a les escoles de secundària.

CONCLUSIONS FINALS: Propostes i idees per explorar

Una de les principals reflexions del taller ha estat que actualment hi ha molt camí a recórrer per fer la darrera milla més sostenible. Per una banda, el sector privat sap que ha de transformar-se però no sap ben bé com. Per altra banda, les administracions saben que han de regular-ho, però hi ha diferents temes pendents d'aterrar.

A continuació s'exposen les principals propostes que han sorgit al llarg del debat desenvolupat al taller Re-City en acció: una darrera milla sostenible.

1. Optimitzar els desplaçaments associats a la darrera milla

Optimitzar i racionalitzar els desplaçaments associats a la darrera milla seria una eina que serviria no només per reduir els vehicles circulants associats a la DUM i darrera milla i, per tant, reduir les emissions de GEH i la contaminació atmosfèrica; sinó que també promouria un consum menys capritxós i basat en la immediatesa, i ajudaria a reduir l'elevada competència existent en aquest sector. Més enllà de digitalitzar la DUM i la darrera milla per optimitzar les rutes, es va parlar de diferents accions encaminades a fer la darrera milla més eficient:

- Compartir vehicles entre diferents operadors per evitar que els vehicles circulin mig buits.
- Demanar en el moment de realitzar la compra en línia si es poden agrupar entregues.
- Demanar en el moment de realitzar la compra si es vol recollir el producte en un punt d'entrega o rebre'l a domicili.
- Reduir les entregues fallides demanant, de manera anticipada, la disponibilitat de dies i franges horàries dels consumidors.
- Ampliar els punts de recollida, que es poden instal·lar tant en locals comercials, com en estacions de metro o tren, aparcaments, etc. En cas d'instal·lar-se en locals comercials, a part de reduir les despeses d'entrega i les entregues fallides, alhora podria donar a conèixer i dinamitzar el propi comerç local.
- Crear un espai o *microhub* a cada municipi o barri on els treballadors poguessin centralitzar l'entrega de comandes diàries.
- Aprofitar estructures ja existents com el transport públic de persones (autobusos i tramvies) per realitzar la darrera milla.
- Explorar noves alternatives per treure vehicles de la circulació, com l'ús de drons o el transport marítim entre zones costeres properes.

2. Sensibilitzar la societat sobre l'impacte ambiental, econòmic i social de les compres en línia.

En aquest context de crisi climàtica, social i econòmica, és especialment important reforçar el consum responsable i sostenible. El consumidor ha de ser conscient del cost

econòmic (compra i manteniment de vehicles, repartidor, etc.), mediambiental (emissions associades als vehicles, entregues fallides, rutes no optimitzades, etc.) i social (condicions laborals dels repartidors, etc.) de les compres en línia. Algunes accions encaminades a promoure el consum responsable que van sorgir al taller són:

- Incorporar, en el moment de fer la compra en línia, la petjada de carboni de rebre la compra a domicili respecte usar un punt de recollida; i la petjada de sostenibilitat social (tipologia de contracte del repartidor, ús d'assegurança pel repartidor, propietari del vehicle, etc.). Aquestes dades haurien d'anar acompanyades de propostes d'hàbits més sostenibles. Per tal de poder implementar aquesta acció seria necessari de disposar d'indicadors de contaminació associada a la darrera milla.
- Crear campanyes divulgatives a escala regional per conscienciar sobre el tipus de consum en línia i promoure hàbits de consum sostenibles i responsables. Amb el lema "Tot és un clic" o "Això també és un clic", es podrien crear plafons d'anuncis pels carrers o anuncis públics a la televisió que es dirigissin al públic en general.

En qualsevol cas, la promoció del consum sostenible ha d'anar acompanyada d'elements necessaris per poder-lo implementar, com la presència d'una xarxa suficient de punts de recollida.

Finalment, s'ha de recalcar el fet que el canvi d'hàbits del consumidor no pot ser el centre de la solució, sinó que s'hauria d'actuar sobre els responsables reals i apujar salaris, fer auditories, legislar, etc.

3. El paper de l'administració pública per aconseguir la transició de la darrera milla

En els diferents tallers es van proposar diferents accions que es poden implementar des de l'administració pública, encaminades a fer la darrera milla sostenible econòmica, mediambiental i socialment. Accions com regular el sector, introduir incentius fiscals i/o taxes o crear llicències per operar en el territori.

3.1. Regular la darrera milla

El paper de regular la darrera milla, per tal de fer-la sostenible, no pot dur-se a terme a escala municipal, ja que cal una regulació conjunta que harmonitzi les polítiques en tot el territori, tenint en compte conceptes geogràfics o de densitat de població; sinó que s'ha de dur a terme a través de l'acció decidida de l'administració pública a escala estatal o autonòmica.

Per reduir la petjada ambiental de la darrera milla seria important que l'administració pública definís una direcció clara. Es va parlar de:

- Definir per quin vehicles de baixes emissions s'aposta (elèctric, gas, etc.)
- Desplegar una xarxa de punts de càrrega que ho facin factible.

Per altra banda, amb el creixement de les plataformes en línia i l'entrada dels *riders* al mercat s'ha arribat a una situació de salaris a la baixa i condicions laborals totalment insostenibles, que ha forçat l'entrada en vigor del Real Decret-Llei 9/2021, conegut com a Llei Rider, i que modifica l'Estatut dels Treballadors per garantir els drets laborals d'aquestes persones. Aquesta llei suposa un primer pas important per forçar la contractació laboral d'aquestes persones i la negociació de convenis col·lectius amb els sindicats, però cal anar més enllà. Es va exposar que el mercat de la darrera milla s'ha de regular per tal de:

- Dotar al treballador d'una assegurança mèdica i de tercers davant de possibles accidents.
- Dotar de vehicle al repartidor, per tal que no hagi d'assumir el cost del vehicle de repartiment i del seu manteniment
- Establir que el salari no depengui exclusivament del nombre d'entregues; que es discuteixi si cal entregar o no paquets en festius i si cal que aquests estiguin més ben remunerats, entre d'altres.
- Professionalitzar el sector. És a dir, els treballadors haurien de disposar de llicència i de poder-se identificar de manera visible.

3.2. Incentius Fiscals

Per tal d'assolir aquesta transició, l'administració ha de premiar el bon comportament del sector privat. És a dir, implementar una fiscalitat intel·ligent, que incentivi a les empreses eficients i sostenibles i que ajudi en la integració del comerç local i de les petites empreses a la venda en línia, de manera sostenible. En aquest sentit, es pot aprofitar l'impuls que els Fons Europeus Next Generation donen en aquesta direcció, apostant per fomentar la digitalització i sostenibilitat de les PIMES⁸.

3.3. Taxes ambientals

De manera complementària, va sorgir el debat d'incloure o no les externalitats ambientals de la darrera milla en el cost del producte; de si s'han d'aplicar, o no, taxes que cobreixin l'impacte mediambiental produït per la darrera milla. Sobre qui hauria de recaure aquest cost, sobre el productor o el consumidor?

3.4. Llicències de distribució de darrera milla

Per altra banda, l'administració pública es pot involucrar en la transició de la darrera milla licitant un sol distribuïdor per poblacions petites, o diversos distribuïdors per ciutats mitjanes i grans, tal i com es fa amb el transport públic. Aquesta mesura, no només reduiria la competència agressiva entre les empreses del sector, sinó que també reduiria l'elevat nombre de vehicles circulants.

⁸ <https://www.pimec.org/ca/pimes-autonoms/agenda/volem-next-generation-pimes-fons-geu-catalunya-central>

4. La importància de la Taula del Sector Logístic per coordinar els interessos del sector públic i privat

En els diferents tallers es va parlar de la importància de la Taula del Sector Logístic (TSL), com a punt de trobada entre els diferents actors de la darrera milla, tant públics com privats i coordinar-ne els seus interessos. Es va proposar obrir la Taula a més actors i a fer més debats sobre la temàtica. També, de vehicular, a través d'una entitat que els representi, la veu de sectors que estan directament implicats amb la DUM però que són veus petites i no arriben a accedir a la taula.

Aquest taller ha estat organitzat per la Fundació Catalunya Europa

La Fundació Catalunya Europa va néixer el 2007 fruit de la vocació europeïsta de l'ex-President Pasqual Maragall. A partir del llegat polític i intel·lectual de Pasqual Maragall i mitjançant la reflexió, el debat i la comunicació, la Fundació es proposa impulsar la implicació activa de la societat catalana en una Europa amb més qualitat democràtica i amb més justícia social; i reforçar el paper global de les aglomeracions urbanes com a espais per a la transformació social, la lluita per a la sostenibilitat ambiental i la innovació democràtica.

Amb voluntat de constituir-se en actor social, la Fundació vol activar el debat ciutadà, la recerca, les publicacions i les activitats de formació, preparant propostes a iniciativa pròpia o en col·laboració amb d'altres institucions i entitats que comparteixin objectius similars.

És en aquest context i en els efectes de les múltiples crisis (econòmica, social, sanitària i climàtica) que la Fundació impulsa el cicle de tallers Re-City en acció, per a reflexionar sobre els canvis que necessiten impulsar les ciutats -com la Barcelona metropolitana- a fi d'adaptar-se a les múltiples crisis, imaginar solucions sostenibles per al seu futur i poder-les implementar.

Aquest taller ha estat facilitat per Fasolà

Fasolà és una cooperativa de professionals especialistes en la consultoria d'innovació ecosistèmica per a territoris, entitats i organitzacions, en dinamitzar els processos d'innovació social i mediambiental i en el disseny i execució d'estratègies de desenvolupament de negoci, tan de consolidació com d'expansió. A través de les seves pròpies metodologies, afavoreixen la generació de noves idees d'activitat, la seva implementació i la sostenibilitat en tres eixos de forma equitativa: econòmica col·lectiva, social i mediambiental.

La cooperativa col·labora amb la seva activitat formativa, creativa i productiva per configurar una societat oberta, que qüestionï, que accepti la diversitat, que respecti i que integri valors essencials amb els quals la societat pugui encarar conjuntament els reptes que planteja el futur.

També col·labora en la generació d'un debat constructiu, positiu i enriquidor que permeti a diferents actors socials i entitats públiques i privades, treballar col·lectivament, conversar, compartir i trobar eixos d'actuació comuns en favor d'una societat més activa, més resolutiva i més inclusiva. En aquesta línia, Fasolà ha desenvolupat una plataforma digital que permet la interacció de l'administració pública amb projectes privats i la ciutadania, amb l'objectiu d'aconseguir una major dinamització local i territorial, la generació de projectes de forma col·laborativa, l'impuls de sinèrgies, la visibilització de polítiques públiques i privades, etc. En definitiva, afavorir el desenvolupament a nivell local i millorar la qualitat de vida de la comunitat. I això ho

promou de manera alineada amb els ODS i amb les polítiques de sostenibilitat transversal europees, promovent la circularitat i la reactivació en tots els eixos de cada comunitat, respectant la cultura local i la riquesa històrica de cada territori.

Fasolà és una entitat col·laboradora de la Càtedra UNESCO de la Universitat Politècnica de Catalunya, pel desenvolupament i implementació de projectes vinculats a la sostenibilitat a nivell internacional.

L'equip dinamitzador del taller ha comptat amb:

- **Esther Perelló i Piulats**, fundadora i responsable de Fasolà. Formada en administració d'empreses i en comptabilitat i controlling per la Universitat Pompeu Fabra. Ha dirigit i dinamitzat nombrosos projectes d'emprenedoria en diferents sectors a nivell nacional i internacional. Actualment està pilotant la creació de plataformes de col·laboració intersectorials generadores d'impacte social, mediambiental i econòmic col·lectiu.
- **Xavier Pera**, director de gestió estratègica de Fasolà. Format en enginyeria civil, economia i tecnologia en diversos centres i universitats internacionals, com la London Business School o el MIT. Ha dirigit projectes de transformació, expansió i optimització interna en grans companyies multinacionals, i també de transformació digital de diferents departaments de la Generalitat.
- **Xavier Alvarez del Castillo**, col·laborador de Fasolà. Catedràtic de l'Escola Universitària al Departament d'Enginyeria Mecànica UPC, té formació en enginyeria industrial per la UPC. És membre fundador de la Càtedra UNESCO en Sostenibilitat i coordinador del grup d'investigació en Drets Humans i Sostenibilitat. També va ser director del programa de doctorat en Sostenibilitat entre 2003-2010 i del Màster en Cooperació al Desenvolupament UPC-SETEM entre 2002-2006.

La transformació de la ciutat és un projecte impulsat per la Fundació Catalunya Europa

Amb el suport de:



Amb la col·laboració de:



Re-City en acció: Una darrera milla sostenible es fa en col·laboració amb:

