

## RESUM DELS PRINCIPALS ASPECTES DE LA LLEI DE COMERÇ, SERVEIS I FIRES DE CATALUNYA

---

Tal com s'estableix en el preàmbul de la nova Llei de Comerç, Serveis i Fires de Catalunya procedim a desgranar, de forma resumida, els aspectes més destacables que s'hi estableixen:

- **Títol Preliminar**

Està dedicat als principis rectors, la finalitat, l'objecte i l'àmbit d'aplicació de la Llei, i hi figura també una relació de definicions de termes i conceptes que apareixen en la resta de l'articulat.

En aquest apartat s'especifiquen els elements que determinen l'abast de la Llei, els principis en què es fonamenta i els objectius que es persegueixen d'acord amb el marc jurídic establert, tant a nivell autonòmic i estatal com de la Unió Europea.

En aquest sentit, destacar el primer dels principis rectors, contingut en l'article tercer:

[Article 3.a\)](#) El principi general de llibertat d'empresa en el marc de l'economia de mercat, dins una lliure i lleial competència, modulada per les condicions i les restriccions excepcionals, necessàries, proporcionals i objectives, que han d'estar fonamentades en raons imperioses d'interès general.

També ressaltar l'article quart que, entre les definicions que detalla, trobem la del comerç amb valor històric o establiment emblemàtic:

[Article 4.m\)](#) Comerç amb valor històric o establiment emblemàtic: l'establiment comercial que ha exercit l'activitat comercial, inclosa la de caràcter artesanal, durant més de cent anys en un mateix local o indret, i que s'ha dedicat a la venda de productes artesanals, tradicionals o singulars.

Que més endavant trobem vinculada a l'article 53, establint que les polítiques de foment de la competitivitat del comerç urbà han d'incloure un tractament específic per al comerç amb un valor històric.

- **Títol I. Condicions i modalitats de l'activitat comercial i de la prestació de serveis**

Regula les condicions i les modalitats de l'activitat comercial i de la prestació de serveis. Aquest títol s'estructura en dos capítols:

El primer capítol delimita els conceptes d'activitat comercial i prestació de serveis, l'accés a aquestes activitats, l'exercici i el cens d'empreses dedicades a l'activitat

comercial i a la prestació serveis, l'accés a aquestes activitats, l'exercici i el cens d'empreses dedicades a l'activitat comercial i a la prestació de serveis, i també delimita els àmbits corresponents a l'activitat comercial minorista, a l'activitat comercial majorista i la compatibilització entre l'activitat comercial minorista i altres activitats comercials o de prestació de serveis.

En aquest capítol destaca l'article onzè, relatiu als establiments comercials amb zones de degustació:

#### Article 11.

1. Són zones de degustació els espais que, dins els establiments destinats essencialment a la venda de productes d'alimentació, ofereixen **productes propis per a tastar**.
2. Les zones de degustació són activitat comercial a tots els efectes **si no superen el 33% de la superfície de venda de l'establiment ni els 30 metres quadrats**. Els ajuntaments, per mitjà d'ordenances municipals, **poden incrementar o reduir aquests límits fins a un 20%**. Si l'establiment disposa de **terrasses**, la superfície d'aquestes, a l'efecte del còmput, **també es considera zona de degustació**.
3. Els **establiments** que per llur activitat estan sotmesos a la regulació específica relativa a la producció artesanal, a més dels requisits establerts pels apartats 1 i 2, **poden comptar amb zones de degustació si el titular té el carnet d'artesà alimentari o mestre artesà, o bé si comercialitzen productes produïts per una empresa artesanal alimentària**. En ambdós casos, els titulars han de tenir l'acreditació emesa per la Generalitat.
4. En les zones de degustació **no és permès servir ni consumir begudes alcohòliques d'alta graduació**.
5. No es consideren activitat comercial les zones de degustació que superen els paràmetres establerts per aquest article, les quals s'han d'ajustar a les condicions establertes per la normativa corresponent.

Per tant, en cas de no complir amb les especificacions que en aquest article s'hi contenen, serà necessari obtenir les llicències que corresponguin en funció de l'activitat o activitats dutes a terme.

Tanmateix, segons anuncia la disposició transitòria segona, **els establiments comercials que tinguin zona de degustació** en el moment de l'entrada en vigor d'aquesta llei, poden mantenir-la si compleixen els requisits establerts per l'article 11 i, en el cas **que no els compleixin, disposen d'un període transitori d'un any per a adequar-s'hi**.

En el segon capítol es relacionen i desenvolupen les diferents modalitats d'exercici de l'activitat comercial i de prestació de serveis, en establiment comercial permanent, fora de l'establiment del venedor o del prestador del servei, mitjançant estructures o parades desmuntables o vehicles botiga, mitjançant qualsevol de les eines que permeten la venda a distància, inclosos els serveis de la societat de la informació mitjançant màquines expenedores que permeten la venda automàtica, o la venda pel sistema de subhasta pública.

Posar de relleu en aquest capítol l'article quinze, que fa referència a la venda de mercaderies o prestació de serveis mitjançant estructures o parades desmuntables o vehicles botiga. La llei preveu clarament la figura del marxant disposant-ne les característiques següents:

**Article 15.3.b)** En mercats de marxants en espais o vies de titularitat pública, a càrrec d'un conjunt de professionals de la venda i de la prestació de serveis de manera no sedentària, mitjançant instal·lacions desmuntables o transportables, o en vehicles botiga, dins dels perímetres i en els llocs degudament autoritzats i ordenats per l'ajuntament, de manera periòdica i preestablerta al llarg de tot l'any.

**Article 15.5. Les autoritzacions** per a l'exercici de la venda o la prestació de serveis de manera no sedentària en els mercats de marxants **tenen una durada mínima de quinze anys** per a permetre l'amortització de les inversions i una remuneració equitativa dels capitals invertits i **prorrogables expressament per períodes idèntics**. Les autoritzacions només poden ésser revocades per l'incompliment d'aquesta llei o de les ordenances municipals, i també quan l'ajuntament, per raons d'interès públic, acordi tancar el mercat o modificar-ne l'estructura. Els ajuntaments han de comunicar la finalització de l'autorització, i també les possibles pròrrogues als titulars de les autoritzacions. La revocació de les autoritzacions en cap cas no dona dret a indemnització ni a compensació de cap tipus.

S'apunta també en el punt sisè de l'article 15 que el conseller competent en matèria de comerç ha d'establir mitjançant una ordre els instruments per a simplificar el compliment dels requisits exigits pels ajuntaments. És a dir, facilitar l'acreditació dels marxants a través del carnet professional, que els permeti accedir, de forma fàcil i menys burocràtica, als concursos d'autoritzacions que els diferents ajuntaments de Catalunya obrin als seus municipis. També apunta aquest article a constituir un Registre de Marxants que permeti, entre altres coses, un millor control i prevenció de l'intrusisme en el sector.

En segon lloc, l'article setzè estableix la regulació sobre la venda de productes i prestació de serveis per Internet o a distància. En aquest sentit remarcar que les empreses que venen productes per internet han d'oferir, **"en la mesura que els sigui possible"**, als clients l'opció de recollir-los en un establiment físic de llur entorn més proper, i facilitar així els acords entre companyies o plataformes i el comerç de proximitat.

Així mateix, el redactat de la llei disposa que en aquest àmbit, els ajuntaments han de regular i taxar per mitjà d'ordenances la distribució dels productes adquirits per internet o a distància, d'acord amb llurs competències en matèria de mobilitat, sostenibilitat i seguretat en llur municipi.

Interessant també la previsió que apunta el punt sisè de l'esmentat article, en el que s'apel·la als ajuntaments per a què promoguin i regulin l'emplaçament, la instal·lació i l'ús de les consignes o punts de recollida (*drop box*) per als productes comprats per internet o a distància, d'acord amb els consells locals de comerç, si n'hi ha.

Per últim, és precís vincular la disposició addicional quarta d'aquesta llei, ja que fa referència a la **creació d'un òrgan d'estudi i de seguiment** integrat per representants dels departaments competents en matèria de comerç, els ajuntaments, les entitats representatives del sector i les cambres de comerç **per a estudiar els efectes de la venda de productes i prestació de serveis per internet o a distància en el territori**.

## ▪ Títol II. Activitats de promoció

En el títol segon es regulen les activitats de promoció, que es divideixen per la finalitat que tenen en extintives **d'existències o incentivadores** per a la promoció de determinats productes o establiments en el conjunt. A cadascun d'aquest dos grups es dedica un capítol en què es detallen respectivament les fórmules subjectes a regulació, i també els corresponents elements que les defineixen.

En el capítol primer, es regulen doncs les activitats de promoció amb finalitat extintiva d'existències, que són aquelles activitats de promoció de vendes amb finalitat extintiva que tenen com a objectiu donar sortida als estocs i es duen a terme per alguna de les modalitats següents: **la venda en rebaixes, la venda en liquidació, la venda de saldos i la venda d'excedents.**

Pel que fa a les rebaixes, l'article vintè les defineix com aquella activitat de promoció que té per objecte donar sortida als estocs de l'establiment mitjançant una reducció dels preus aplicats anteriorment sobre els mateixos productes. En aquesta línia, es concreta en l'article que:

**Article 20.3** Els productes destinats a la venda en rebaixes han d'haver estat posats a la venda amb anterioritat en el mateix establiment, durant un mes, com a mínim, immediatament abans de la data d'inici d'aquesta modalitat de venda.

Tampoc es permet destinar a la venda en rebaixes les unitats d'un producte adquirides amb aquesta finalitat. Evitant així males praxis que s'han percebut en el sector en aquests darrers anys.

En aquest àmbit destacar el punt sisè de l'esmentat article en que es fa referència al període de rebaixes, que en definitiva el liberalitza i deixa a criteri de cada comerciant quan dur-les a terme. Nogensmenys, el consell assessor de la Generalitat en matèria de comerç establirà anualment una recomanació de les dates d'inici i de finalització:

**Article 20.6** Les temporades habituals per a dur a terme la venda en rebaixes són l'hivern i l'estiu, en què tradicionalment es fa aquest tipus de venda amb finalitat extintiva. Anualment, abans del 30 de setembre, el consell assessor de la Generalitat en matèria de comerç ha de recomanar les dates d'inici i de finalització de les temporades de l'any següent, atenent, en cada moment, les demandes del sector comercial.

Per altra banda, el segon capítol regula les activitats de promoció amb finalitat incentivadora, que són aquelles que ofereixen productes o serveis en unes condicions més favorables de les habituals o previstes, amb l'objectiu de promoure'n o incrementar-ne la venda o de dinamitzar les vendes o la prestació de serveis en un establiment o en més d'un. Aquestes són les relacionades amb les vendes de mercaderies i prestació de serveis amb obsequi i les ofertes conjuntes, establertes en els articles 25 i 26 respectivament.

### ▪ Títol III. Restriccions a l'activitat comercial i a la prestació de serveis

En el títol tercer se sistematitza una relació de les restriccions a l'activitat comercial i de la prestació de serveis i es detallen les activitats no permeses i les conductes que poden atemptar contra la lliure i lleial competència.

Aquest títol s'estructura en **quatre capítols** dedicats respectivament a les restriccions i prohibicions de caràcter general, al trencament d'estocs, a la venda a pèrdua i, a l'últim, al règim establert per al pagament a proveïdors, recollint i traslladant el contingut de les disposicions consolidades d'àmbit autonòmic i estatal, i els acords d'aplicació subscrits entre l'Estat i les comunitats autònomes, publicats en els respectius diaris oficials.

En el primer capítol, relatiu a les restriccions de caràcter general, cal destacar l'article 28, que en els seus punts primer i cinquè disposen el següent:

**Article 28.1** No es poden oferir ni vendre productes o serveis per mitjà de trucades o missatges telefònics, tant fixos com mòbils i amb independència del lloc des d'on es fa la trucada, o per mitjà de visites a domicili **que no hagin estat acceptats pels destinataris. La persona o l'entitat responsable** de la comunicació publicitària o el venedor o proveïdor del producte o servei **estan obligats a acreditar aquesta acceptació.**

**Article 28.5** No es poden oferir ni vendre productes o serveis per mitjà de visites als domicilis o de trucades o missatges telefònics, tant fixos com mòbils, si han estat prèviament rebutjats. A aquest efecte, **s'han de crear els fitxers comuns d'exclusió en què es poden inscriure les persones que no desitgen rebre ofertes de productes o serveis per mitjà de trucades a telèfons fixos i mòbils o de visites a domicili.** La creació i el manteniment d'aquests fitxers s'han d'adequar a la legislació en matèria de protecció de dades de caràcter personal. S'ha de determinar per reglament l'entitat responsable dels fitxers comuns d'exclusió.

És a dir, la nova llei de comerç protegeix al consumidor envers aquelles pràctiques publicitàries no desitjades i paral·lelament, obra la porta a la creació d'una "llista Robinson" que és aquella en la qual els consumidors poden decidir d'inscriure's-hi per tal de no rebre cap comunicació de màrqueting intrusiu i no volgut.

En la mateixa línia de restriccions, l'article 29 preveu la **prohibició expressa de la venda en cadena o en piràmide.** Per tant, aquelles que consisteixen a oferir productes a preus reduïts i fins i tot gratuïts, condicionant l'oferta al fet que el consumidor aconsegueixi, directament, o indirectament, per al venedor o per a un tercer, un determinar volum de venda o nous clients.

En el tercer capítol, relatiu a la venda a pèrdua, se'n prohibeix aquesta pràctica tot i que se n'enumeren també les excepcions (articles 33 i 34 respectivament).

Pel que fa al capítol quart, en la nova llei s'introdueix el tema de la morositat a partir de l'article 35 que regula el pagament a proveïdors. A destacar el punt primer i quart:

**Article 35.1** Els comerciants han de fer el pagament de les mercaderies dins dels terminis legals i en les formes que estableix la legislació vigent aplicable en matèria de morositat en les operacions comercials, sens perjudici que s'hagin de complir les altres obligacions que estableix aquest article.

**Article 35.4** L'obligació de fer el pagament als proveïdors dins el termini legalment establert **incumbeix tant als comerciants detallistes com als majoristes, i també els que fan adquisicions o intermediacions per compte o per encàrrec d'altres comerciants.**

#### ▪ **Títol IV. Horaris comercials**

Aquest títol és segurament un dels més rellevants de la Llei de comerç ja que estableix la regulació d'obertura comercial i de venda al públic de mercaderies de Catalunya. En aquesta línia, l'article 36.2 disposa el règim horari general, que és:

##### Article 36.2

- a) Els **establiments comercials no poden romandre oberts ni portar a terme cap activitat de venda els mesos d'octubre a maig, ambdós inclosos, entre les 21.00 h i les 6.00 h, i els mesos de juny a setembre, ambdós inclosos, de les 22.00 h a les 7.00 h.**
- b) El **nombre d'hores setmanals** en què els establiments comercials poden romandre oberts és **de setanta-cinc, com a màxim.**
- c) El **nombre de diumenges i festius en què poden romandre oberts els establiments és de vuit l'any.** Cada ajuntament ha de fixar dos festius més per al seu àmbit territorial municipal, i els ha de comunicar d'acord amb el que estableixi una ordre del departament competent en matèria de comerç.
- d) Els establiments comercials han de romandre tancats amb caràcter general els dies 1 i 6 de gener, el diumenge i el dilluns de Pasqua, l'1 de maig, el 24 de juny, l'11 de setembre i els dies 25 i 26 de desembre.

En resum, una de les novetats que incorpora la llei en matèria d'horaris és l'establiment d'un **horari d'estiu**, que es comprèn des del mes de juny fins al mes de setembre i que obliga a tancar com a màxim a les 22h de la nit, permetent de nou la seva obertura a les 7h del matí.

Per altra banda, es fixa l'**horari d'hivern** que comprèn els mesos d'octubre fins al maig, obligant a tancar a les 21h com a màxim i permetent la seva obertura de nou a les 6h del matí.

La jornada d'obertura setmanal ha de ser com a **màxim de 75 hores**, dues més de les previstes amb l'anterior legislació.

L'article 37 procedeix a exposar les exclusions de l'horari comercial general, que en són quinze. També s'apunta el fet que per raons d'ordre públic, de convivència o mediambientals, **els ajuntaments poden acordar l'obligatorietat de tancament en horari nocturn o la variació de l'horari** dels establiments que volen acollir-se a qualsevol de les causes d'exclusió de l'horari general establert. Per les mateixes causes, **també poden prohibir la venda de begudes alcohòliques a les botigues a l'abast en horari nocturn**, de conformitat amb el que determina la Llei 20/1985, del 25 de juliol, de prevenció i assistència en matèria de substàncies que poden generar dependència.

A continuació, l'article 38 regula la determinació dels municipis turístics, recordant que aquelles localitats que compleixin amb alguna de les condicions que s'hi

enumeren poden optar per acollir-se mitjançant la presentació d'una **proposta fonamentada, aprovada pel ple de l'ajuntament**, que ha d'especificar si l'excepció es demana per a la **totalitat del municipi o només per a una part**, i **indicar el període de l'any** al qual se circumscriu la sol·licitud, la **franja horària d'obertura diària sol·licitada** i el **període de vigència** de l'excepció, que **no pot ésser superior a quatre anys**.

A més, s'han d'aportar aquests informes per a què pugui prosperar la proposta:

#### Article 38.2

- a) Informe de la cambra de comerç de l'àmbit territorial afectat.
- b) Informe de les organitzacions empresarials representatives del sector del comerç, i també de les associacions o agrupacions de comerciants detallistes representatives al municipi o a les zones afectades. Si no hi ha associacions o organitzacions de comerciants de caràcter local es poden aportar informes d'entitats patronals de caràcter supramunicipal, i, si tampoc no n'hi ha, d'entitats de caràcter general.
- c) Informe de les agrupacions de consumidors i usuaris, en l'àmbit territorial afectat.
- d) Informe de les organitzacions sindicals en l'àmbit territorial afectat.

Per últim, ressaltar el fet que tots els comerços estan obligats a exposar l'horari adoptat de manera que la informació sigui visible al públic, fins i tot amb l'establiment tancat (previst en l'article 39 de la llei).

### ▪ **Títol V. Activitats firals**

Aquest títol, relatiu a les activitats firals, es divideix en tres capítols: el primer està dedicat al concepte d'activitat firal i a la classificació i els diferents formats que pot adoptar; en el segon capítol es detalla el règim d'intervenció administrativa i els paràmetres que han de complir aquestes activitats amb relació a la seguretat i l'ordre públic, i a l'últim, en el capítol tercer, es detalla el funcionament i organització del registre censal d'activitats firals.

### ▪ **Títol VI. Artesania**

El títol sisè té per objecte establir els criteris de promoció i protecció de l'artesanía, a més de l'organització dels diferents tipus d'esdeveniments en què participen de manera principal artesans, tant si són de caràcter comercial com estrictament promocional.

### ▪ **Títol VII. Instruments de col·laboració**

El títol setè està dedicat als instruments de col·laboració entre els diferents nivells de l'Administració pública, i entre aquests i les entitats que representen els sectors professionals de la distribució comercial per tal de garantir i facilitar l'aplicació d'aquesta llei, a partir dels Consells Locals de comerç.



## ▪ Títol VIII. Foment de la competitivitat del comerç

El títol vuitè està dedicat a les polítiques de foment de la competitivitat del comerç urbà, amb les quals el departament competent en matèria de comerç i els ajuntaments, en el marc de les competències pròpies, contribueixen a la millora de l'eficiència de l'activitat comercial i de la prestació de serveis, amb l'objecte de posar a l'abast del sector eines que permetin als empresaris més capacitat d'adaptació a l'entorn econòmic i potenciar la capacitat de creixement i d'internacionalització.

En aquest títol es dóna especial rellevància a la possibilitat de crear entitats de col·laboració pública i privada que permetin el desenvolupament de plans estratègics dissenyats per a períodes determinats en àrees urbanes prèviament delimitades. El desenvolupament de les àrees de promoció econòmica urbana, atesa la complexitat de llur regulació, es determina que es faci per mitjà d'un projecte de llei que ha de presentar el Govern.

Per tant, aquest títol sobretot inclou la previsió de les anomenades APEUs (àrees de promoció econòmica urbana) o també conegudes com a BIDs (*Business Improvement Districts*), que tenen com a finalitat la reactivació, el foment i la millora de la competitivitat de l'economia urbana en una àrea amb una alta concentració comercial delimitada d'un municipi i que potencien la cooperació de l'Administració amb els agents socioeconòmics implicats en el desenvolupament dels centres i els eixos comercials urbans.

En aquesta línia, cal destacar que la disposició final tercera estableix que el Govern, en el termini de **divuit mesos a comptar de l'entrada en vigor d'aquesta llei**, ha d'aprovar un projecte de llei per a establir el marc regulador de les àrees de promoció econòmica urbana per a fer-ne possible la implantació.

Aquest projecte de llei, com a mínim, ha d'incloure:

- a) Els requisits que han de complir les àrees de promoció econòmica urbana perquè es puguin constituir, que són els següents:

**1r.** La definició de la delimitació territorial de l'àrea de promoció.

**2n.** El suport necessari dels titulars o els propietaris dels locals comercials dedicats a activitats econòmiques de la zona delimitada com a àrea de promoció econòmica urbana, que en garanteixi la qualitat democràtica del procés d'implantació amb la previsió de la majoria corresponent.

**3r.** L'elaboració d'un pla estratègic en què constin, entre altres aspectes, les activitats promocionals.

**4t.** L'establiment d'una gestió professionalitzada.

**5è.** El pressupost necessari per a portar a terme el pla estratègic definit.

**6è.** La forma jurídica i els estatuts més adequats a la missió de l'àrea de promoció.

**7è.** L'instrument de col·laboració amb l'ajuntament on es troba emplaçada l'àrea.

- b) El procediment per a la constitució i l'extinció de l'àrea de promoció econòmica urbana, la durada, les funcions, el contingut del pla estratègic corresponent, i també l'organització i el funcionament.



## ▪ Títol IX. Inspecció i procediment sancionador

En el títol novè es determina quins són els òrgans als quals correspon intervenir en la supervisió del compliment dels preceptes continguts en aquesta llei, i el marc jurídic en què s'ha de desenvolupar l'exercici de les competències del personal inspector competent en matèria de comerç.

## ▪ Títol X. Infraccions i sancions

En el títol desè es detalla la relació dels tipus d'infraccions, els diferents graus de sancions que comporten i les mesures accessòries aplicables en cada cas i moment. També es fa referència a les administracions públiques que poden exercir la potestat sancionadora, i les disposicions a les quals s'ha d'ajustar el procediment administratiu corresponent.

És interessant posar de relleu que sobre aquest àmbit, la disposició addicional segona estableix que **el Govern ha de destinar íntegrament l'import de les sancions econòmiques obtingudes per les infraccions d'aquesta llei i del Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials, a finançar els programes de foment i promoció de l'activitat comercial.**

## ▪ Disposició Addicional Tercera. Foment del model d'economia circular en l'activitat comercial.

Per últim, és destacable un dels primers avenços en matèria **d'economia circular** que entoma la llei de comerç en la seva nova redacció, i és que anuncia que el Govern ha de promoure, juntament amb les associacions de comerciants més representatives, la **implantació d'un model circular d'activitat comercial que serveixi per a vertebrar els pobles, els barris i les ciutats i contribueixi al nou model d'economia sostenible en els termes expressats per les institucions corresponents de la Unió Europea, i acordar amb aquestes associacions les accions de col·laboració que es considerin pertinents per a la implantació efectiva d'aquest model.**

Així, el Govern es compromet a promoure la posada en funcionament de mesures temporals i proves pilot a l'efecte d'avaluar la implantació definitiva de models d'economia circular en l'activitat comercial. En aquest sentit, les activitats comercials que adoptin aquest tipus de model en la seva gestió, **hauran d'adoptar les mesures necessàries per a garantir el retorn del producte per a reutilitzar-lo, o el retorn dels materials per a fer-ne el tractament, i posar-los, si escau, a disposició dels gestors autoritzats de residus.**

Així, resten obligats a:

a) **Comunicar el circuit de retorn dels residus a l'Administració pública** competent, abans d'iniciar la pràctica de l'activitat comercial, de posar en funcionament les instal·lacions o d'iniciar la prestació de serveis.

- b) **Fer públic i posar en coneixement dels consumidors**, d'una manera inequívoca, veraç, suficient i comprensible, el circuit de retorn per a la valorització dels residus.
- c) **Retornar**, si s'escau, **els dipòsits o les garanties que hagin cobrat** per a la valorització dels residus.