

LLEI 22/2010, del 20 de juliol, del Codi de consum de Catalunya.

DOGC núm. 5677, 23/07/2010

TEXT CONSOLIDAT

Vigència 01/01/2022 -

Preàmbul

L'article 123 de l'Estatut d'autonomia de Catalunya atribueix a la Generalitat la competència exclusiva en matèria de consum. A banda d'això, cal tenir en compte que els drets de les persones que gaudeixen de la condició de consumidores i usuàries estan protegits, d'acord amb el que disposen els articles 28, 34 i 49 de l'Estatut d'autonomia. L'article 51 de la Constitució també disposa que els poders públics han de garantir la defensa dels consumidors i dels usuaris i han de protegir-ne amb procediments eficaços la seguretat, la salut i els legítims interessos econòmics.

Catalunya, d'antuvi, sempre ha tingut una sensibilitat notable i remarcable de protecció envers les persones consumidores i usuàries. En aquest sentit, i com a antecedent més immediat, l'article 12.1.e de l'Estatut d'autonomia del 1979 ja establia que l'Administració de la Generalitat gaudia de competències en matèria de protecció de les persones consumidores i usuàries. D'altra banda, convé destacar que l'article 113 de l'Estatut d'autonomia recull expressament la competència de l'Administració de la Generalitat per a desplegar, aplicar i executar la normativa de la Unió Europea que afecti l'àmbit de les seves competències. Això té una transcendència especial, atès que la normativa comunitària en matèria de consum esdevé un dels eixos al voltant dels quals giren les diverses polítiques comunitàries i, en conseqüència, incideix directament en àmbits en els quals l'Administració de la Generalitat disposa de competències exclusives.

La idea de consum es relaciona amb l'activitat de comprar, però el consum és molt més que una simple concreció en el context de la cadena de l'activitat econòmica "producció, distribució, consum". El consum és una manera de relacionar-se entre les persones, és un mitjà de desenvolupament a les societats avançades que s'ha convertit en un aspecte clau de l'economia i, en conseqüència, sempre serà considerat com una clara manifestació de l'autonomia de la voluntat. Per això, en aquesta societat cada vegada més globalitzada, cal adonar-se que el consum respon a creences socials, a motivacions profundes i a l'exteriorització de determinats estils de vida que marquen i afecten els sentiments i l'autoestima de les persones, una certa idea d'autorealització i, en el fons, una determinada forma de vida.

Per això, ha calgut desenvolupar una normativa que tingués en compte dos aspectes de la realitat: d'una banda, la idea de la contractació en massa, que significa que hi ha múltiples possibilitats de comprar,

demanar un préstec o prestar un servei, que apareixen mediatitzades i que estan establertes de manera uniforme, i, de l'altra, l'existència d'una nova tecnologia que ha creat una categoria d'experts que ofereixen béns i serveis a un conjunt de persones poc avesades, les quals es troben estimulades a adquirir aquests tipus de productes.

Avui en dia, el paper de l'autonomia privada en la contractació es veu desvirtuat, atès que, tot i que es pressuposava que aquesta autonomia estava presidida pel principi d'igualtat, la realitat demostra que no és pas així. De fet, s'observa que les noves necessitats i els contractes d'adhesió en massa gairebé l'han eradicat.

D'aquesta manera, es confirma que aquest presumpte equilibri entre les parts contractants ha desaparegut, per tal com a una només li queda la facultat de decidir, però no pas les condicions de la decisió, que són establertes i fixades per l'altra. Amb tot això, es destaca amb força que la igualtat s'ha convertit en desequilibri. Per aquest motiu, les persones consumidores necessiten, especialment en els casos o situacions de desigualtat efectiva, que s'estableixin mecanismes d'ajuda i protecció a fi de proporcionar-los una informació i una formació clares per a prendre decisions.

La Generalitat sempre s'ha manifestat partidària de disposar d'una normativa pròpia en matèria de defensa dels consumidors i usuaris. Aquesta voluntat la trobem reflectida en la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris; en la Llei 3/1993, del 5 de març, de l'Estatut del consumidor, i en el text refós sobre el comerç interior, aprovat pel Decret legislatiu 1/1993, del 9 de març.

Ara bé, a banda de la normativa interna, el dret del consum no pot pas entendre's sense la tasca que han dut a terme les institucions comunitàries, que han anat convertint el dret del consum en un dels eixos bàsics al voltant del qual giren les diverses polítiques comunitàries. De fet, la integració del dret del consum a l'ordenament jurídic de la Unió Europea i el seu reconeixement exprés com a política comunitària diferenciada en els tractats s'han de considerar fites d'una rellevància i una transcendència especials per a la formació i el desenvolupament del dret del consum.

La Unió Europea, d'una manera ferma i decidida, ha anat promovent, endegant i impulsant actuacions de protecció de les persones consumidores i, de fet, les ha convertides en un dels seus objectius estratègics amb la finalitat de millorar la qualitat de vida de la ciutadania europea. Tot i que els Tractats constitutius de les Comunitats Europees, signats a Roma, el 25 de març de 1957, no varen preveure expressament aquesta política, en la Cimera de París del 1972 apareix, per primera vegada, una voluntat conjunta que les accions de protecció de les persones consumidores esdevinguin un dels eixos de l'actuació comunitària. Uns anys més tard, a l'abril del 1975, la Comissió Europea presentà el primer programa d'acció relatiu a la protecció dels consumidors, que recollia cinc categories de drets fonamentals que esdevindran el fonament de la normativa comunitària en aquesta matèria: el dret a la protecció de la salut i la seguretat, el dret a la protecció dels interessos econòmics, el dret a la indemnització dels danys, el dret a la informació i a l'educació, i el dret a la representació.

Fou en aquest programa on es recollí i es féu constar l'aspecte transversal de la política de protecció de les persones consumidores i s'assenyalà que els objectius esmentats s'havien d'integrar a les diverses accions específiques de la Comunitat, com ara la política econòmica, la política agrícola comuna i les polítiques de medi ambient, transports i energia, les quals afecten les persones consumidores.

Tanmateix, no fou fins a l'Acta única europea, del 1986, quan es va incorporar el concepte de consumidor i es van posar els fonaments d'un reconeixement jurídic de la política de protecció de les persones consumidores.

Posteriorment, mitjançant el Tractat de la Unió Europea o Tractat de Maastricht, del 1992, s'eleva la protecció dels consumidors al rang d'autèntica política comunitària.

El Tractat d'Amsterdam és l'hereu de tota la política comunitària duta a terme des del 1972 i recull que, per a garantir els interessos dels consumidors i assegurar-los un alt nivell de protecció, la Comunitat ha de promoure la protecció de llur salut, seguretat i interessos econòmics, i també de llur dret a la informació, a l'educació i a organitzar-se per a vetllar per llurs interessos.

Fins i tot, un instrument normatiu tan important com la Carta dels drets fonamentals de la Unió Europea, del 1999, que s'ha integrat al Tractat de Lisboa, del 2007, estableix expressament que les polítiques de la Unió han de garantir un alt nivell de protecció dels consumidors.

Així doncs, el procés d'integració europea ha donat al dret del consum una nova dimensió, l'ha fet esdevenir una part important i destacada de les polítiques comunitàries i li ha donat un impuls que transcendeix a totes les relacions econòmiques. En definitiva, la normativa comunitària ha comportat un gir copernicà en aquest àmbit, cosa que ha incidit, incideix i incidirà en aspectes i matèries d'una rellevància especial per a la col·lectivitat.

I

La creació de l'Agència Catalana del Consum, mitjançant la Llei 9/2004, del 24 de desembre, atorga un nou enfocament a la problemàtica del consum. Aquest enfocament deriva del propi àmbit de competència, de les funcions i dels objectius de l'Agència, del coneixement de les novetats dels darrers anys i del desenvolupament de molts d'aspectes regulats en normes bàsiques, si bé de manera dispersa, cosa que projecta la consideració de la protecció de les persones consumidores i usuàries a una nova dimensió, que fa palesa la necessitat de dur a terme una actualització i un desenvolupament modern de les normes bàsiques de regulació del consum.

És per això que hom s'ha proposat com a objectiu l'establiment d'un nou text legal, dotat d'una estructura i d'un contingut bàsic que puguin esdevenir el marc general de referència en matèria de protecció de les persones consumidores. La codificació del dret català de consum té com a objectiu clar garantir la visibilitat de la legislació aplicable en matèria de protecció i defensa de les persones consumidores i la seva sistematització, una vegada les categories legals que la regulen ja han assolit una consolidació evident. En efecte, hi ha una normativa específica que supera la situació de desequilibri en què es troben les persones consumidores i usuàries i que és, en definitiva, la base de llur protecció jurídica. Això és precisament el que regula aquesta llei.

No hem d'oblidar que l'agrupació i la sistematització de la regulació en matèria de consum mitjançant l'estructura del Codi comporten un avenç substancial que garanteix el compliment del principi de seguretat jurídica. Els operadors jurídics han de conèixer i aplicar el dret de la manera més fàcil i segura possible i, sens dubte, mitjançant aquest codi, s'aconsegueix sistematitzar i articular en una única norma jurídica tot el ventall de normes disperses que dificultaven aquesta tasca d'aplicació.

Els codis són els creadors de la nova cultura europea i un instrument insubstituïble de resolució dels conflictes d'interessos. Aquest codi, sens dubte, està subordinat als valors i principis constitucionals i

estatutaris i a les disposicions del dret comunitari. És previsible, a llarg termini, un instrument horitzontal de caràcter comunitari, però un codi d'aquesta envergadura sempre respectarà les parts essencials dels principis constitucionals i estatutaris i del cabal comunitari.

II

La normativa en matèria de defensa dels consumidors i usuaris a Catalunya comprèn un triple vessant: la Llei 1/1990, la Llei 3/1993 i el text refós sobre el comerç interior. Durant el temps de vigència d'aquestes disposicions legals, el mercat ha evolucionat de manera notable, han nascut nous tipus d'activitats i noves pràctiques i formes de prestacions de serveis, i, d'altra banda, la societat catalana s'ha tornat molt més exigent.

Calia, per tant, una actuació radical en matèria legislativa i que aquesta legislació fos presidida per una garantia d'actualitat, perdurabilitat i seguretat que contribuís a protegir d'una manera eficaç la ciutadania. Per això, els objectius essencials d'aquesta llei són: adequar la normativa bàsica i general en matèria de defensa de les persones consumidores a l'activitat del mercat, millorar tècnicament les deficiències observades en la normativa anterior, unificar en un sol text legal les disposicions sobre aquesta matèria i establir un contingut i una estructura global de la norma.

D'aquesta manera s'obté un instrument de protecció de la persona consumidora més eficaç i es garanteix una qualitat adequada en la prestació de serveis, tal com estableixen les directives comunitàries transversals.

L'Agència Catalana del Consum, després d'analitzar tant la legislació catalana com la legislació comparada, va considerar que calia reformular la normativa pròpia amb la finalitat d'adaptar-la a la realitat social. L'opció que s'ha considerat més adequada per a obtenir una regulació sistemàtica i completa dins de l'àmbit de les competències assignades constitucionalment i estatutàriament ha estat l'elaboració d'un text codificat que contingui tota la normativa en un sol cos legal, per a dotar-la d'harmonia interna amb la voluntat que sigui la norma general comuna en matèria de protecció de les persones consumidores.

D'altra banda, cal tenir present que l'Estatut d'autonomia del 2006 amplia la protecció de les persones consumidores. En efecte, la protecció dels consumidors apareix en diversos preceptes del text estatutari: a l'article 28 cal afegir-hi el 34, que recull els drets lingüístics dels consumidors i usuaris, i el 49, que eleva la protecció dels consumidors i usuaris a la categoria de principi rector. No es pot impulsar la protecció de les persones consumidores sense tenir present la coexistència d'altres principis d'igual rellevància, com el de sostenibilitat (articles 4.3 i 45.1) o el de responsabilitat social de l'empresa (article 45.5). És per aquest motiu que el Codi ha intentat integrar en el seu articulat tots aquests principis, que indubtablement han de convergir en un text modern que pretén donar resposta adequada a les necessitats de protecció de les persones consumidores.

A més a més, el distanciament que s'observa entre les disposicions vigents i les directives comunitàries és un dels motius determinants de la necessitat de revisar i actualitzar la normativa per a millorar-ne el nivell d'adequació.

III

El Codi de consum és un text innovador, tant des del punt de vista formal com des del punt de vista material. Des del punt de vista formal, cal justificar-ne, en primer lloc, la numeració. S'ha optat per seguir

el sistema de numeració importat a Catalunya pel Codi civil, manllevat del legislador del Codi civil neerlandès i posteriorment incorporat per la normativa d'altres estats, com ara el Code de la Consommation francès. Aquest sistema facilita la inclusió de noves regulacions o de modificacions, aspecte especialment important en un sector tan dinàmic des del punt de vista jurídic com és la protecció de les persones consumidores.

Quant a l'estructura, el Codi de consum es divideix en tres llibres: el llibre primer conté les disposicions generals, el llibre segon regula els aspectes relatius a les relacions de consum i el llibre tercer es dedica a la disciplina del mercat i els drets de les persones consumidores. En conjunt, el Codi està integrat per dos-cents quatre articles, dues disposicions addicionals, cinc disposicions transitòries, tres disposicions finals i una disposició derogatòria.

Des del punt de vista material, el Codi de consum incorpora nombroses novetats, fruit de l'experiència obtinguda de l'activitat de la mateixa Administració. Aquesta experiència ha permès incorporar solucions ja adoptades per les legislacions més modernes i avançades i corregir situacions que no estaven ben resoltes per la normativa anterior o que senzillament no s'hi preveien.

El llibre primer s'organitza al voltant de tres títols. El títol I, sota la rúbrica "Disposicions preliminars", se subdivideix en dos capítols. El primer delimita l'objecte i l'àmbit d'aplicació i ofereix les definicions dels conceptes als quals fan referència les disposicions del Codi. Aquestes definicions segueixen el model establert per la normativa comunitària; ajuden, sens dubte, els operadors jurídics i la col·lectivitat en general a comprendre el contingut de la norma, i esdevenen normes interpretatives de la legislació a la qual s'incorporen. La llista de definicions presenta, a més, importants novetats que permeten precisar l'abast de determinats conceptes i fan que el Codi s'adapti a les exigències de les directives de la Unió Europea, entre les quals la Directiva 2005/29/CE, sobre les pràctiques comercials deslleials de les empreses en llur relació amb els consumidors, i la Directiva 2006/123/CE, relativa als serveis en el mercat interior. És el cas, per exemple, del concepte de persona consumidora mitjana, que implica un determinat nivell de diligència de la persona consumidora en les seves relacions de consum, o el de col·lectius especialment protegits, que, si bé pren com a referència el criteri de l'article 21 de l'Estatut del consumidor, l'adapta a les noves exigències de la realitat social i, al mateix temps, serveix de contrapunt al concepte de persona consumidora mitjana, de manera que es proporciona un alt grau de protecció, però sense caure en la sobreprotecció. També cal destacar la introducció del concepte de relació de consum, que comprèn l'itinerari complet de les relacions establertes entre persones consumidores i empresaris, i dóna cobertura a tot l'espectre d'aquestes relacions: des de la publicitat fins a l'atenció postcontractual, passant per la mateixa comercialització dels béns o serveis. Hi ha altres definicions que tenen també un paper rellevant i que responen a la mateixa finalitat d'equilibri entre la protecció de les persones consumidores i els interessos dels empresaris, amb l'objectiu de permetre que el mercat interior funcioni adequadament, com veiem en els conceptes de bé i servei segur, risc i risc no acceptable. Finalment, s'ha considerat imprescindible incorporar el concepte de consum responsable, en la mesura que representa l'expressió d'una necessitat d'equilibri entre els aspectes socials, econòmics i ambientals presents sempre en l'àmbit del consum. El capítol II recull els cinc principis informadors en què es fonamenta el dret del consum: el seu caràcter de dret bàsic, el principi de bona fe i equilibri de les posicions jurídiques, el del caràcter irrenunciable dels drets per a les persones

consumidores, el principi de consum responsable i el principi interpretatiu pro persona consumidora. El títol II conté els drets bàsics de les persones consumidores. En el capítol I s'enumeren els drets protegits, s'hi recull la particular atenció que es presta als col·lectius especialment protegits i es recorda que la protecció general pren com a referència el concepte de persona consumidora mitjana. El capítol II desenvolupa el dret a la protecció de la salut i la seguretat tot fent un recorregut pels béns i serveis, en què l'Administració té un paper decisiu, motiu pel qual s'ha introduït en aquest codi el concepte bàsic del risc com a principi general de la regulació. El capítol III estableix el contingut del dret a la protecció dels interessos econòmics i socials de les persones consumidores, que pretén incloure el respecte per llur integritat patrimonial. El capítol IV destaca per la incorporació del dret a la reparació o indemnització dels danys i perjudicis que pateixin les persones consumidores com a conseqüència de l'adquisició o la utilització de béns i serveis. Aquest dret té una importància cabdal en l'àmbit de les relacions de consum i permet que les persones consumidores arribin a obtenir, si escau, un rescabament davant d'actuacions que menyscabin llurs drets. D'altra banda, el capítol V recull el dret a la protecció jurídica, administrativa i tècnica, que comprèn la possibilitat que l'Administració pública promogui els processos administratius i judicials que consideri adequats per a fer cessar les activitats lesives dels drets i els interessos econòmics de les persones consumidores, i estableix l'obligació de fomentar els procediments voluntaris de resolució de conflictes. El capítol VI regula el dret a la informació i l'educació. Quant a la informació relativa als béns i serveis, s'hi inclouen tots els conceptes que estaven dispersos en diferents normes. D'entrada, destaca l'obligació d'informar i atendre adequadament les persones consumidores perquè puguin conèixer, utilitzar i fer servir amb seguretat i de manera satisfactòria els béns i serveis. Pel que fa a la informació que les persones consumidores poden obtenir de l'Administració, destaca especialment la regulació de les funcions dels anomenats serveis públics de consum i la creació del registre d'aquests serveis. Finalment, es dota de contingut la tasca educativa que ha d'acomplir l'Administració, atès que el dret a l'educació i formació en consum es configura com un dret transversal, garantit per l'acció del Govern. En aquest sentit, l'educació de les persones consumidores es considera part de la formació integral de la ciutadania, amb la pretensió de formar persones crítiques, actives i responsables en l'àmbit de les relacions de consum. Amb aquesta finalitat, cal destacar, entre les novetats d'aquest codi, que es consolida l'existència d'un centre permanent d'educació en consum que cobreix tot l'àmbit territorial de Catalunya. El capítol VII dóna contingut al dret a la representació, la consulta i la participació, alhora que conté una regulació acurada i innovadora de les organitzacions de persones consumidores, per a les quals estableix els drets i deures a què estan subjectes, i actualitza els criteris que cal tenir en compte per a considerar-les organitzacions més representatives. Com a garantia del nou sistema, es crea el Registre d'organitzacions i s'hi estableixen els requisits mínims d'inscripció. El capítol VIII es refereix al dret a rebre informació i a la utilització de les llengües oficials, incorpora aquest dret als drets bàsics de les persones consumidores i desplega així l'article 34 de l'Estatut.

El títol III presenta importants novetats pel que fa als sistemes de resolució extrajudicial de conflictes. El capítol I conté les disposicions generals aplicables a qualsevol mecanisme de resolució extrajudicial dels conflictes en matèria de consum i parteix de la canalització dels conflictes mitjançant la mediació i l'arbitratge de consum, respectant-ne el caràcter voluntari i la vinculació dels acords. El capítol II regula

la mediació prenent en consideració els principis que la fonamenten: voluntarietat, imparcialitat i confidencialitat per part de la persona medidora, i universalitat relativa a qualsevol tema en qualsevol assumpte que afecti els consumidors catalans. Així mateix, en les disposicions finals es fa una reserva reglamentària per a dotar de regulació el procediment de mediació. El capítol III regula els aspectes organitzatius de l'arbitratge de consum que pertanyen a l'àmbit competencial de la Generalitat. En aquest sentit, destaca com a novetat la incorporació de l'adhesió a l'arbitratge de consum com a condició d'execució dels contractes per a la Generalitat i per als organismes públics i les empreses que en depenen. Finalment, s'impulsa la consideració social de les empreses adherides a l'arbitratge de consum per tal com s'atribueix a llur distintiu la condició de distintiu de qualitat.

IV

El llibre segon regula els requisits de les relacions de consum. El títol I, que se subdivideix en dos capítols, conté les disposicions generals aplicables a qualsevol activitat econòmica que es concreti en una relació de consum. El capítol I estableix els requisits relatius a la informació de caràcter substancial que tots els empresaris estan obligats a subministrar a les persones consumidores. Aquesta informació, decisiva per al comportament econòmic de les persones consumidores, fa referència als preus i a les seves eventuais reduccions, a les característiques dels béns i serveis, a les condicions de les promocions i ofertes, als obsequis, als concursos i sorteigs, i a la possibilitat de gaudir del dret de desistiment. A més, s'estableix l'obligació dels empresaris d'atendre les persones consumidores davant de qualsevol circumstància o incidència que afecti el funcionament normal de les relacions de consum, i també el caràcter gratuït de l'atenció telefònica que l'empresari o empresària ha de posar a disposició de les persones consumidores. El capítol II fa referència als requisits que amb caràcter general han de complir els establiments permanents en matèria d'informació sobre preus, condicions de venda, pressupostos i documentació que cal lliurar a les persones consumidores.

El títol II regula les modalitats especials de les relacions de consum. El text refós sobre el comerç interior, en què convergien la regulació administrativa de la mateixa activitat i preceptes propis de la protecció de les persones consumidores, ja regulava aquestes modalitats especials. El Codi de consum trasllada i actualitza les normes vigents amb relació a la protecció de les persones consumidores. En aquest sentit, el capítol I defineix aquestes modalitats i les identifica amb les que es fan fora d'un establiment permanent, és a dir, les relacions de consum a distància i les fetes fora d'establiment mercantil permanent, les fetes mitjançant màquines automàtiques i les fetes en establiments no sedentaris, i estableix unes normes comunes relatives a la informació que cal subministrar a les persones consumidores. El capítol II regula les relacions de consum a distància. En particular, en formen part les relacions per mitjans telefònics, per correspondència postal i per mitjans audiovisuals i electrònics, la qual cosa representa una important novetat. La regulació es concreta en la determinació de la informació que cal subministrar a les persones consumidores atenent el fet que no es dona la presència simultània de les parts en el moment d'establir la relació de consum. El capítol III regula les relacions de consum efectuades fora d'establiment mercantil permanent, presidida per una tècnica de comercialització de béns i serveis inacostumada per a les persones consumidores. Per aquest motiu, els requisits d'informació i documentació contractual tenen una importància especial i reflecteixen un contingut més estricte quant a les obligacions que ha de complir l'empresari o empresària que es

dediqui a aquest tipus de comercialització de béns i serveis. El capítol IV introdueix novetats importants relatives a l'adquisició de béns i serveis mitjançant màquines automàtiques. Aquestes novetats inclouen el contingut de l'obligació d'informar, que comprèn aspectes diversos, com ara les instruccions per a obtenir el bé o servei, les indicacions relatives al preu i a les modalitats de pagament admeses i la identificació de l'explotador o explotadora. L'incompliment d'aquesta obligació comporta l'extensió de la responsabilitat als titulars de l'establiment permanent on hi ha la màquina. A les relacions de consum en establiments no sedentaris que defineix el capítol V els és aplicable l'obligació de subministrar la informació que estableix l'article 221-2.

El títol III conté un únic capítol i presenta una innovació més en la normativa de protecció de les persones consumidores. En aquest títol s'incorpora al Codi de consum la regulació de la intermediació, la qual s'aplica a tota persona física o jurídica que es dediqui a qualsevol de les activitats a què fa referència l'article 231-1, per compte d'altri i a canvi d'una remuneració pecuniària o no, però sempre en forma d'avantatge econòmic. En aquests casos, s'imposa als intermediaris l'obligació d'informar de diversos aspectes relatius a l'abast i al preu de llur intervenció. Igualment, s'estableixen les obligacions que assumeixen els intermediaris quant a la forma d'actuació, a la recepció de quantitats a compte i al règim de responsabilitat.

El títol IV s'aplica a l'adquisició i l'arrendament de béns. El capítol I fa referència tant a l'adquisició com a l'arrendament d'immobles. El capítol II regula la informació que cal posar a disposició de les persones consumidores adquirents de béns mobles, i també la conformitat i garantia dels béns, d'acord amb la normativa.

Sota la rúbrica "Obligacions en la prestació de serveis", el títol V regula la pluralitat de serveis que els empresaris poden posar a disposició de les persones consumidores. Aquests serveis es classifiquen en funció de l'objecte, la qual cosa permet distingir entre serveis a les persones, serveis sobre els béns, serveis bàsics, serveis de tracte continuat i serveis de marca. El capítol I fa referència a les obligacions comunes, que s'han de complir en qualsevol cas, amb independència del tipus de servei que finalment es presti. Entre les obligacions que s'han d'assumir convé destacar les relatives al contingut de la informació prèvia que cal subministrar a les persones consumidores, el contingut de la factura, els requisits de documentació en els pagaments parcials o avançats, la regulació dels recàrrecs i suplementos, i l'establiment d'un període mínim de garantia per al cas que no hi hagi una normativa sectorial que n'estableixi un altre. El capítol II desglossa les obligacions que han d'assumir els empresaris en funció del tipus de servei que prestin. Així, en el cas dels serveis a les persones és especialment important el compliment de les disposicions sobre seguretat, salut, higiene i intimitat personal i de les altres disposicions fixades per la normativa específica de la matèria, sens perjudici de la possibilitat de comprovar els resultats que s'hagin ofert i de la informació dels riscos que la prestació del servei comporti. Quant als serveis sobre els béns, adquireixen rellevància les obligacions relatives a la informació i a la confecció de pressupostos i les obligacions derivades del dipòsit del bé si aquest és necessari per a la prestació del servei. En matèria de serveis bàsics, s'ha considerat d'interès especial per a protegir millor les persones consumidores l'obligació de lliurar informació de la prestació, i també del lloc i els procediments establerts per a atendre les queixes o reclamacions. Si la contractació és de serveis de tracte continuat, les obligacions imposades estan en consonància justament amb la

naturalesa del caràcter indefinit de la prestació del servei, de manera que la normativa fa referència a la continuïtat i qualitat en la prestació del servei i a la informació relativa al procediment de baixa que cal subministrar en el moment de la contractació. Als serveis de marca els són imposades obligacions relacionades directament amb l'ús dels distintius de la marca i amb la vinculació dels prestadors amb la publicitat o amb les ofertes difoses amb relació als serveis comercialitzats, llevat que s'especifiqui el contrari. El capítol es clou amb una referència als serveis de naturalesa mixta, per als quals s'estableix una concurrència normativa en la mesura que les normes siguin compatibles.

V

El llibre tercer regula la disciplina del mercat i els drets de les persones consumidores. El títol I conté les disposicions generals organitzades en dos capítols. El capítol I imposa als poders públics de Catalunya, especialment als que tenen encomanada la tutela i defensa dels drets de les persones consumidores, l'obligació de vetllar pel compliment dels drets que reconeix aquest codi. En aquest sentit, es pot impulsar l'adopció de codis de conducta com a instrument d'autoregulació i coregulació de les empreses i la col·laboració de les diferents instàncies administratives, amb la finalitat d'obtenir un grau més elevat de protecció dels interessos de les persones consumidores. Es regula també la cooperació de les persones consumidores en aquesta tasca de protecció. Les persones consumidores tenen el dret i el deure de fer-ho, principalment per mitjà de la denúncia, de la qual es regula detalladament el procediment de tramitació. El capítol II recull els principis de la disciplina de mercat: legalitat, irretroactivitat, tipicitat, responsabilitat, proporcionalitat, precaució, prescripció, concurrència de sancions, competència territorial i competència material, als quals s'afegeix el principi pro persona consumidora, en virtut del qual s'estableixen criteris interpretatius de normes i per a la solució del conflicte sorgit d'una eventual concurrència de normes tipificadoras d'una conducta infractora.

El títol II regula la inspecció i el control de mercat. Les disposicions generals, que estableix el capítol I, introdueixen com a principal novetat l'estatut personal dels inspectors de consum. Les activitats d'inspecció són regulades pel capítol II, el qual estableix primer les funcions de la inspecció de consum i després, les facultats de la inspecció de consum. Concretament, destaca l'obligació dels inspeccionats de comparèixer davant de la inspecció quan hagin estat citats pel personal inspector en l'exercici de les seves funcions. Es declara el valor probatori dels informes de la inspecció, que s'equiparen així a les actes d'inspecció. Pel que fa a l'adopció de les mesures cautelars que regula el capítol III es flexibilitza la normativa per a guanyar en eficàcia, sobretot en situacions d'urgència, sempre que es motivi l'adopció d'aquestes mesures en una acta d'inspecció. Entre les mesures a adoptar convé destacar la possibilitat de donar publicitat a la mesura cautelar per a informar els afectats que s'hagin pogut exposar al risc derivat de l'ús d'un bé o de la prestació d'un servei. Aquest capítol clou amb la referència a les competències municipals en matèria d'adopció d'aquest tipus de mesures, sempre amb l'obligació de comunicar-ho a l'Agència Catalana del Consum. El capítol IV regula les activitats de control, entre les quals adquireix rellevància la possibilitat de fer estudis i prospeccions de mercat per a establir estratègies d'actuació administrativa que augmentin l'eficàcia de la protecció de les persones consumidores.

El títol III tipifica les infraccions i estableix les sancions. El capítol I tipifica les infraccions i les classifica en funció de l'objecte, i distingeix entre les que comporten incompliments en matèria de seguretat dels

béns i serveis posats a disposició de les persones consumidores i de les disposicions o resolucions administratives relatives a prohibicions de venda, comercialització o distribució de béns i serveis, les que comporten alteració, adulteració, frau o engany, les que incideixen directament en les transaccions comercials i condicions tècniques de venda i en matèria de preus, les referents a la normalització, la documentació i les condicions de venda i al subministrament o la prestació de serveis, les relatives a l'incompliment d'obligacions o prohibicions contractuals de caràcter legal i, finalment, altres infraccions no classificables en cap dels tipus anteriors. Fruit de les novetats que incorpora el Codi de consum, s'han afegit també nous tipus infractors relatius a obligacions que han d'assumir els empresaris, com ara les infraccions relacionades amb la realització de pràctiques o amb la inclusió de clàusules abusives. El capítol II es dedica a la qualificació de les infraccions. En termes generals, cal apuntar que s'ha adequat la qualificació a la realitat, de manera que determinades infraccions són considerades greus en qualsevol cas. Aquesta circumstància comporta també l'adequació de les sancions que estableix el capítol III, que s'ha traduït en un augment de les quanties i en una revisió de les circumstàncies agreujants i atenuants a l'hora de determinar la quantia i l'extensió de les sancions. Així, per exemple, s'estableix la reiteració en la conducta com a circumstància agreujant de la sanció. Entre les sancions que es poden imposar destaca la d'obligar a la rectificació pública de la publicitat efectuada per un empresari o empresària, és a dir, la possibilitat d'exigir a l'infractor o infractora que publiqui un comunicat en què es rectifiqui la publicitat efectuada, la qual cosa s'ha de fer en les mateixes condicions o en condicions semblants a les condicions en què es va fer l'actuació sancionada. També es recull la possibilitat d'adoptar l'acord de donar publicitat a les sancions per infracció lleu. A més, s'inclou la possibilitat d'exigir a l'infractor o infractora que reposi la situació alterada per la infracció al seu estat original i, si escau, que indemnitzi la persona consumidora pels danys i perjudicis provats. El capítol IV fixa les responsabilitats derivades de les infraccions, amb particularitats diferents segons que la infracció s'hagi comès en la comercialització de béns identificats, béns no identificats o en serveis, la qual cosa implica la introducció de nous criteris en aquesta matèria. El capítol V introdueix les normes reguladores de la prescripció de les infraccions, de les sancions i de l'execució de les sancions.

El títol IV tanca el llibre tercer amb la regulació del procediment sancionador. En el capítol I destaca la determinació del termini de caducitat, que es fixa en dotze mesos comptats des de la data d'iniciació del procediment sancionador, amb la possibilitat de suspendre el termini en cas de sol·licitud o pràctica de determinades proves. Finalment, el capítol II regula les multes coercitives i estableix la possibilitat de reiterar-les en cas d'incompliment de les ja ordenades.

El Codi de consum incorpora diverses disposicions addicionals que inclouen mandats al Govern perquè dicti normes per a desplegar aquest codi i fer-lo eficaç. El Codi de consum conté també disposicions transitòries relatives, en primer lloc, als procediments que es troben en fase de tramitació. En segon lloc, es concedeix un termini de sis mesos als empresaris i les entitats perquè s'adaptin al que estableix el llibre segon. En tercer lloc, es regula el règim transitori de les actuacions d'inspecció i es determina la transitorietat dels òrgans sancionadors. En darrer lloc, s'estableix el règim aplicable a les comarques que, en el moment d'entrada en vigor d'aquesta llei, no tinguin un servei públic de consum. El Codi de consum conté tres disposicions finals. La primera estableix que, en l'àmbit del consum, les referències fetes a la Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística, i a la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la

disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris, s'entenen fetes a aquest codi. La segona i la tercera determinen, respectivament, la vacatio legis i el desplegament reglamentari d'aquesta llei.

S'ha de destacar que el sistema de drets lingüístics que estableix el Codi de consum no entra en contradicció amb el règim que estableix la Llei 1/1998, que, en conseqüència, continua vigent.

La part final estableix també la derogació expressa de la Llei 3/1993 i de les disposicions de rang igual o inferior que s'oposin al que estableix aquesta llei.

Consideracions legals

Els textos consolidats (o versions actualitzades) de les normes que ofereix el Portal Jurídic de Catalunya no tenen caràcter oficial.

Enllaç a aquesta versió

<https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=543841&language=ca&validity=1886479&traceability=02>