

I. DISPOSICIONES GENERALES

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA

7828 *Ley 12/2025, de 29 de diciembre, de modificación de la Ley 18/2017, de comercio, servicios y ferias, y del Decreto-ley 1/2009, de ordenación de los equipamientos comerciales.*

EL PRESIDENTE DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA

Los artículos 65 y 67 del Estatuto prevén que las leyes de Cataluña son promulgadas, en nombre del rey, por el Presidente o Presidenta de la Generalitat. De acuerdo con lo anterior promulgo la siguiente ley.

PREÁMBULO

I

El artículo 121.1 del Estatuto de autonomía de Cataluña atribuye a la Generalitat la competencia exclusiva en materia de comercio, que incluye la determinación de las condiciones administrativas para ejercer la actividad comercial y la de los lugares y los establecimientos donde se lleve a cabo y la ordenación administrativa del comercio electrónico o del comercio por cualquier otro medio; la regulación administrativa de todas las modalidades de venta y formas de prestación de la actividad comercial, así como de las ventas promocionales y de la venta a pérdida; la regulación de los horarios comerciales respetando en su ejercicio el principio constitucional de unidad de mercado; la clasificación y la planificación territorial de los equipamientos comerciales y la regulación de los requisitos y del régimen de instalación, ampliación y cambio de actividad de los establecimientos; el establecimiento y la ejecución de las normas y los estándares de calidad relacionados con la actividad comercial, y la adopción de medidas de policía administrativa con relación a la disciplina de mercado.

La Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias, y el Decreto-ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales, son la base de la ordenación comercial en Cataluña, un marco normativo orientado a preservar las buenas prácticas comerciales al servicio de una competencia libre y leal y a garantizar un modelo de crecimiento sostenible, territorial y urbanísticamente, que tenga en cuenta, especialmente, su incidencia sobre la movilidad y el medio ambiente.

II

El capítulo I de esta ley modifica la Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias.

Las transformaciones económicas, sociales, ambientales y digitales de los últimos años han dejado su huella en el sector comercial, tanto en el ámbito de la ordenación de la actividad comercial como en la de los equipamientos comerciales.

La generalización del comercio electrónico como canal de venta ha puesto en evidencia algunos efectos derivados de esta modalidad comercial. Uno de los efectos ha sido la proliferación de algunos espacios que se mueven en el umbral entre el concepto de establecimiento comercial y el de almacén, conocidos como tiendas oscuras (*dark stores*), que se han extendido en los últimos tiempos sin cumplir ninguna regulación específica. Este tipo de espacios no son objeto de la presente ley porque, en ningún caso, pueden considerarse establecimientos donde se pueda llevar a cabo una actividad comercial. Otro de los problemas más relevantes se pone de manifiesto en el instante de la entrega del producto a los compradores, dado que, en ese momento, se hace evidente

la afectación que produce sobre el medio ambiente y el entorno urbano, básicamente en los municipios que disponen de trama urbana consolidada. Para reducir tales efectos, la ley establece que las empresas que se dedican a la modalidad de venta de productos a distancia puedan ofrecer la posibilidad de realizar el servicio de recogida y retorno del producto en un establecimiento físico cercano, en centros logísticos de microdistribución urbana, y también, en el caso de los municipios rurales, con la posibilidad de que dicho servicio sea gestionado por los ayuntamientos.

Asimismo, las medidas para minimizar los efectos ambientales del comercio electrónico deberían ir acompañadas de una regulación específica que tenga en cuenta, en el marco de la normativa laboral, los derechos laborales de los repartidores y trabajadores de la logística, a menudo externalizados y con condiciones laborales precarias.

La ley también da respuesta a la petición de reconocimiento de los establecimientos emblemáticos o históricos, que encuentran una nueva definición en el artículo 4 de la Ley 18/2017, junto a los establecimientos singulares, que también se incluyen, de forma diferenciada, en este artículo. Además, se añade un nuevo artículo, el 53 bis, sobre las medidas para el fomento, la protección y la continuidad de la actividad de dichos establecimientos.

Asimismo, un nuevo artículo, el 54 bis, establece medidas de fomento de la actividad comercial en los municipios rurales, que deben hacerse efectivas mediante políticas orientadas a garantizar el acceso de estos municipios a los servicios esenciales de dinamización económica; mejorar en ellos la oferta de servicios básicos; velar por el relevo generacional, la transmisión de negocios, la promoción del comercio local y la creación tanto de nuevos establecimientos comerciales como de nuevos comercios ambulantes; apoyar a la artesanía, entre otros, y promover una fiscalidad que favorezca la implantación de estas actividades. A estos efectos, la ley prevé la posibilidad de elaborar planes estratégicos de ámbito territorial basados en la colaboración entre los ayuntamientos, el departamento competente en materia de comercio y las entidades supralocales.

En cuanto a las actividades de promoción, se modifica la Ley 18/2017 para dar respuesta a la necesidad de unificar la regulación de los distintos tipos de promoción de ventas, puesto que se constata que la evolución del sector tiende a ofrecer diversas actividades promocionales a la vez. En este sentido, todas las actividades de promoción tienen como finalidad dinamizar las ventas del establecimiento y dar salida a los productos, sea por la llegada de nuevos, porque deban terminarse los *stocks* de temporada o porque sea necesario realizar obras de renovación del local, entre otras circunstancias. Asimismo, a partir de ahora, las ventas con finalidad extintiva no podrán incluirse en las actividades de promoción de ventas y solo podrán circunscribirse a las ventas de carácter excepcional en liquidación.

Con relación a los *stocks* y a las ventas de excedentes, se modifica la Ley 18/2017 para resolver la problemática del incremento de la rotación de los productos en venta, la reducción de la duración de las temporadas, la rápida pérdida de la novedad de las mercancías y la alta rotación de los *stocks*, que llegan a solaparse en los establecimientos dedicados a la venta de excedentes. En este sentido, se reduce de nueve a seis meses el tiempo que las mercancías deben estar en *stock* antes de que puedan venderse en un establecimiento especializado en la venta de excedentes (*outlet*) o en una zona de un establecimiento dedicada a este tipo de venta, y también se permite que los establecimientos de venta de excedentes puedan realizar actividades de promoción para dar salida a la mercancía.

Por lo que respecta a las ventas en oferta o promoción, en primer lugar, esta ley modifica la denominación de actividad de promoción con finalidad incentivadora por la de venta en oferta o promoción, para hacerla más comprensible y resolver dudas interpretativas. Hasta el momento, el artículo 24.1 de la Ley 18/2017 definía este tipo de actividades de promoción de ventas como las que ofrecen productos o servicios con unas condiciones más favorables de las habituales o de las previstas. Esta ley de modificación

suprime este último término, previstas, ya que generaba inseguridad jurídica entre los comerciantes el hecho de ver condicionada la determinación de la actividad promocional que llevan a cabo por la producción de un evento futuro e incierto, porque, en la mayoría de los casos, no saben cuáles serán las condiciones en las que ofrecerán los productos incluidos en la promoción que realizan hasta que esta no ha finalizado.

En segundo lugar, la nueva redacción del artículo 24 de la Ley 18/2017 aclara el alcance de las promociones, y también, en lo que se refiere a los precios de los productos en oferta o promoción, revisa el concepto de precio anterior a la promoción, que pasa a ser el precio más bajo aplicado sobre idénticos productos o servicios en los treinta días precedentes a la promoción. Asimismo, en el caso de reducciones sucesivas e ininterrumpidas del precio, este artículo también establece que los establecimientos pueden indicar, adicionalmente, como precio anterior a la oferta el precio inicial del producto.

Con relación a la modificación del horario comercial, hasta ahora la normativa establecía la posibilidad de ampliarlo puntualmente, en el caso de los eventos comerciales en horario nocturno (conocidos con nombres como noches de cata o *shopping night*), en los establecimientos incluidos dentro del régimen general de horarios, en una zona determinada o en todo un término municipal. Para ofrecer un trato equivalente, y también para dar respuesta a las demandas del sector, la ley amplía la posibilidad de modificar puntualmente el horario comercial en las zonas de gran afluencia turística, en los mercados municipales y en otros establecimientos colectivos, que hasta ahora quedaban excluidos de poder llevar a cabo este tipo de actividad promocional.

En cuanto a la determinación de municipio turístico a efectos de los horarios comerciales, esta ley suprime la obligación de disponer de un informe previo y preceptivo de la dirección general competente en materia de turismo para resolver la solicitud de un ayuntamiento de acogerse a la condición de municipio turístico a dichos efectos.

En cuanto a las actividades feriales, la ley modifica su régimen de intervención administrativa, que afecta tanto a las ferias como a las ferias mercado, con el fin de ajustarlo a los preceptos de la Ley 18/2020, de 28 de diciembre, de facilitación de la actividad económica.

Por otra parte, se modifican los apartados del artículo 69 de la Ley 18/2017 afectados por la Sentencia del Tribunal Constitucional 117/2022, que resuelve el recurso de inconstitucionalidad 5332-2017, promovido por el Presidente del Gobierno del Estado contra varios preceptos de la Ley 18/2017. Dicha sentencia considera inconstitucional el artículo 69 en los apartados relativos a la prescripción de las infracciones leves y muy graves y a la prescripción de las sanciones leves, en la medida en que se aparta de la regulación de la Ley del Estado 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, que fija la prescripción de las infracciones muy graves al cabo de tres años, la de las infracciones graves al cabo de dos años y la de las sanciones leves al cabo de seis meses. La nueva redacción del artículo 69 se ajusta a estos plazos. Por último, se modifica el artículo 73.2 de la Ley 18/2017 para que, en determinadas circunstancias, pueda calificarse de infracción grave la indicación del precio anterior de los productos objeto de oferta o promoción incumpliendo lo establecido por el artículo 24.

Por último, se ha observado que se produce un incremento del despilfarro alimentario de productos perecederos cuando coinciden dos o más días festivos consecutivos de cierre obligatorio de los establecimientos comerciales. Esta circunstancia estaba resuelta en cuanto a la coincidencia con festivos de carácter general, pero no cuando uno de los días festivos o más de uno son de carácter local. Para solucionar esta situación, se modifica la disposición adicional primera de la Ley 18/2017 para que los ayuntamientos puedan sustituir dos fechas del calendario de domingos y días festivos con apertura comercial autorizada, y también para que las empresas que operan con establecimientos comerciales de venta personalizada o en régimen de autoservicio y que tengan oferta orientada esencialmente a productos de compra cotidiana y de alimentación puedan presentar hasta tres fechas alternativas que sustituyan a las fechas aprobadas en este calendario.

En cualquier caso, la apertura en días festivos debe ir acompañada de una negociación colectiva con representantes sindicales para garantizar el derecho al descanso y las compensaciones adecuadas para el personal afectado, dado que ninguna medida económica o de suministro puede vulnerar derechos laborales fundamentales.

III

El capítulo II de esta ley modifica el Decreto-ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales.

En primer lugar, esta ley de modificación añade la venta de proximidad de productos agroalimentarios al artículo de definiciones del Decreto-ley 1/2009.

En segundo lugar, esta ley suprime el límite temporal del 31 de diciembre de 2014 que establecía el artículo 8.1 del Decreto-ley 1/2009 para hacer efectiva la delimitación de tramas urbanas consolidadas supramunicipales, necesaria para igualar el régimen de implantación de los establecimientos comerciales en el conjunto del tejido residencial de todos los municipios de una conurbación.

En cuanto a los pequeños establecimientos comerciales (PEC), se modifica el artículo 9.2 del Decreto-ley 1/2009 para equiparar los criterios de localización y ordenación de los PEC a los establecidos para el resto de categorías de establecimientos, y adecuarlos a determinadas morfologías urbanísticas existentes, en municipios de hasta 5.000 habitantes, especialmente en municipios rurales.

Esta mejora de los criterios comporta que, en los municipios de 5.000 habitantes o menos, puedan implantarse pequeños establecimientos comerciales en los emplazamientos donde urbanísticamente se admita el uso comercial. De esta forma, los ayuntamientos pueden ajustar la ordenación comercial a las necesidades específicas de sus municipios con tejidos residenciales menos densos y con posibilidades de implantación más limitadas y, además, se evitan desplazamientos hacia otros polos comerciales cercanos.

Esta modificación también conlleva que, en los municipios de más de 5.000 habitantes, los pequeños establecimientos comerciales puedan implantarse fuera de la trama urbana consolidada (TUC) al amparo de la excepción establecida por el artículo 9.3.b) del Decreto-ley 1/2009, para ofrecer, así, a dichos establecimientos las mismas oportunidades de implantación que para el resto de categorías de establecimientos comerciales.

Esta nueva redacción del artículo 9.2 del Decreto-ley 1/2009 elimina la posibilidad de que los pequeños establecimientos comerciales por agregación configuren un establecimiento comercial mediano donde no es posible implantar esta categoría de establecimiento, lo que da consistencia a los criterios de localización y ordenación del uso comercial.

Asimismo, se modifica la letra a) del artículo 9.3 del Decreto-ley 1/2009 para suprimir la referencia temporal al período 2009-2015 del Plan de aeropuertos, aeródromos y helipuertos de Cataluña, de forma que la referencia se entienda hecha al plan vigente en cada momento. Esta ley también modifica la letra b) de este mismo artículo para reducir los requisitos que se exigen al efecto de implantar establecimientos comerciales fuera de la trama urbana consolidada en continuidad con el tejido residencial; simplificar su acreditación; agilizar su tramitación administrativa, y adecuar la configuración de los proyectos comerciales a las características específicas del emplazamiento.

La experiencia adquirida desde la vigencia del Decreto-ley 1/2009 ha puesto de relieve que el requisito establecido en el apartado tercero del artículo 9.3.b), relativo a una parcela aislada, condiciona la configuración de los establecimientos comerciales, ya que son pocas las parcelas que cumplen tal requisito, por lo que la presente ley de modificación suprime tanto el requisito como la definición de parcela aislada del artículo 5 del decreto-ley.

Por último, se modifican los apartados 2 y 3 del artículo 9 del Decreto-ley 1/2009 para mantener la voluntad de fomentar la movilidad sostenible y la descarbonización de la economía sin tener que efectuar modificaciones del recorrido o de las paradas de las líneas de transporte público. Con la modificación, el decreto-ley establece que la red de transporte público colectivo que da servicio al municipio debe poder atender a los flujos de público previsibles y disponer, como mínimo, de un itinerario seguro para peatones.

Por lo que respecta a los nuevos supuestos de implantación de pequeños establecimientos comerciales al amparo de la excepción prevista en la nueva redacción de la letra d) del artículo 9.2 del Decreto-ley 1/2009, esta ley modifica los artículos 17 y 18 del decreto-ley para establecer el nivel de intervención administrativa, en el sentido de someter al régimen de comunicación la implantación de estos nuevos supuestos y la documentación a aportar. Esta modificación también comporta sustituir las referencias a la Ley 16/2015, de 21 de julio, de simplificación de la actividad administrativa de la Administración de la Generalitat y de los gobiernos locales de Cataluña y de impulso de la actividad económica, por la Ley 18/2020, de facilitación de la actividad económica, puesto que esta última ha derogado parcialmente la Ley 16/2015.

La necesidad de potenciar una movilidad más sostenible comporta habilitar espacios de intercambio modal para facilitar a los usuarios de transporte privado el cambio al transporte público. El Plan director urbanístico (PDU) de aparcamientos de intercambio modal transporte público-vehículo privado en el ámbito del sistema tarifario integrado de la ATM de Barcelona ha establecido el marco urbanístico y territorial de los intercambiadores de transporte público a vehículo privado definidos en el Plan director de infraestructuras del transporte colectivo de la región metropolitana de Barcelona 2011-2020 situados en las estaciones ferroviarias suburbanas de Rodalies de Catalunya y de Ferrocarriles de la Generalidad de Cataluña, y en algunas paradas de autobús, para dar respuesta a la demanda creciente de este tipo de aparcamiento. Hay que dotar a estos aparcamientos de intercambio modal de los servicios necesarios para cubrir las necesidades de los viajeros. En este sentido, el artículo 36 de esta ley añade el apartado 5 a la disposición adicional decimotercera del Decreto-ley 1/2009, que prevé que estos espacios puedan disponer de un establecimiento comercial de hasta 300 metros cuadrados de superficie de venta.

Finalmente, la ley modifica el artículo 17 del Decreto-ley 1/2009 para adaptarse a la Ley 18/2020, de facilitación de la actividad económica, y a su reglamento, y garantizar la implantación gradual de la tramitación unificada que prevén estas normas, con el objetivo de fomentar la mejora tecnológica del actual servicio de tramitación unificada del portal único para las actividades económicas y simplificar la comunicación entre las administraciones actuantes, los ayuntamientos y la dirección general competente en materia de comercio.

IV

La presente ley consta de dos capítulos, un total de 36 artículos, una disposición adicional, una disposición derogatoria y tres disposiciones finales.

El capítulo I, que consta de 26 artículos, modifica la Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias, y los 10 artículos del capítulo II modifican el Decreto-ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los establecimientos comerciales.

La disposición adicional establece el mandato al Gobierno para que complete el despliegue tecnológico que debe permitir el uso del portal único para las actividades económicas para los trámites relacionados con el Decreto-ley 1/2009.

La disposición derogatoria suprime el apartado 6 del artículo 23 de la Ley 18/2017, relativo a la creación de un registro de empresas y establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de excedentes, al entender que esta creación se convertiría en una carga administrativa innecesaria, así como los artículos 33 y 34, relativos a las ventas a pérdida. Asimismo, deroga la letra j) del artículo 5 del Decreto-ley 1/2009, que define el

concepto de parcela aislada, en correlación con las modificaciones introducidas por la presente ley respecto a los requisitos de localización de establecimientos comerciales fuera de la trama urbana consolidada.

Por último, la disposición final primera invoca los títulos competenciales; la segunda habilita el desarrollo reglamentario de la ley, y la tercera establece su entrada en vigor para el día siguiente de su publicación en el «Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya».

La presente ley se aprueba, pues, para adaptar la Ley 18/2017 y el Decreto-ley 1/2009 a la nueva realidad del sector comercial; resolver situaciones ineficientes y poco sostenibles derivadas de la aplicación de la normativa vigente; corregir las dudas interpretativas que la experiencia ha puesto de manifiesto, y otorgar mayor seguridad jurídica tanto a las empresas del sector comercial como a las diferentes administraciones territoriales.

CAPÍTULO I

Modificación de la Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias

Artículo 1. *Modificación del artículo 1 de la Ley 18/2017.*

1. Se modifica el apartado 1 del artículo 1 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«1. El objeto de la presente ley es la regulación administrativa del comercio y de los servicios en el mercado interior con el fin de ordenar sus aspectos básicos e impulsar estos sectores económicos, así como la promoción y la preservación del comercio y, especialmente, del comercio de proximidad como elementos de cohesión, bienestar, equilibrio y acceso a los productos de necesidad.»

2. Se añade un apartado, el 1 bis, al artículo 1 de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«1 bis. El Gobierno debe promover los proyectos que reducen el uso de plásticos, que fomentan la eliminación de la generación de residuos en el marco de la normativa en materia de residuos o que, de conformidad con las políticas de inserción social o laboral, contratan a colectivos con dificultades de inserción.»

Artículo 2. *Modificación del artículo 2 de la Ley 18/2017.*

Se añaden dos letras, la f) y la g), al artículo 2 de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«f) Favorecer medidas de impulso por parte de las administraciones públicas para garantizar, en el marco de sus respectivas competencias, la oferta de un comercio de proximidad que asegure la variedad de servicios y suministros a la ciudadanía con el objetivo de cubrir sus necesidades básicas y preservar su bienestar.

g) Fomentar la colaboración empresarial entre pequeños comercios y el asociacionismo.»

Artículo 3. *Modificación del artículo 3 de la Ley 18/2017.*

Se añade una letra, la f), al artículo 3 de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«f) La preservación de un modelo de comercio con una competencia equilibrada y en igualdad de condiciones.»

Artículo 4. *Modificación del artículo 4 de la Ley 18/2017.*

1. Se modifica la letra g) del artículo 4 de la Ley 18/2017, que queda redactada del siguiente modo:

«g) Establecimiento especializado en la venta de excedentes (*outlet*): el establecimiento que se dedica esencialmente a la venta de excedentes de producción o de temporada, procedentes de la propia empresa o ajenos.»

2. Se modifica la letra m) del artículo 4 de la Ley 18/2017, que queda redactada del siguiente modo:

«m) Establecimiento emblemático o histórico: el establecimiento comercial que ha adquirido notoriedad especial en su municipio o comarca por haber desarrollado su actividad comercial durante más de cien años en un mismo local o lugar y que conserva elementos patrimoniales, tanto muebles como inmuebles, vinculados a su actividad comercial, visibles al público y, en su caso, amparados por una figura de protección patrimonial.»

3. Se añade una letra, la m bis), al artículo 4 de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«m bis) Establecimiento singular: el establecimiento que, durante los últimos veinte años, de forma continuada y en un mismo local o lugar, se ha distinguido o bien por la comercialización de un producto local, especialmente vinculado al municipio o la comarca, o bien por ejercer un oficio singular, artesanal o de relevancia en el entorno local.»

Artículo 5. *Modificación del artículo 16 de la Ley 18/2017.*

1. Se modifica el apartado 3 del artículo 16 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«3. Las empresas que se dedican a la modalidad de venta de productos a distancia, además de la posibilidad de entregar el producto a la dirección postal indicada en la compra, pueden ofrecer la posibilidad de realizar la recogida y el retorno del producto con las particularidades y en las siguientes condiciones:

a) En los municipios que dispongan de trama urbana consolidada, las empresas pueden ofrecer el servicio de recogida y retorno en un establecimiento o punto de recogida físico propio o de terceros dentro del perímetro de la trama urbana consolidada.

b) El servicio de recogida y retorno a que hace referencia la letra a) puede llevarse a cabo mediante centros logísticos de microdistribución urbana.

c) En los municipios rurales, los ayuntamientos pueden ofrecer el servicio de recogida y retorno con medios propios o ajenos.»

2. Se añade un apartado, el 7, al artículo 16 de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«7. El departamento competente en materia de comercio debe velar por fomentar que los establecimientos comerciales de proximidad puedan desarrollar la actividad de forma omnicanal con el fin de potenciar su competitividad, y debe ofrecer cualquier tipo de apoyo y ayuda, en colaboración con otros departamentos, si procede, para garantizar la competencia libre y leal entre los diferentes operadores comerciales.»

Artículo 6. *Modificación del título II de la Ley 18/2017.*

Se suprime la división por capítulos del título II de la Ley 18/2017, relativo a las actividades de promoción.

Artículo 7. *Modificación del artículo 19 de la Ley 18/2017.*

Se modifican los apartados 1, 2 y 3 del artículo 19 de la Ley 18/2017, que quedan redactados del siguiente modo:

«1. Las actividades de promoción de ventas tienen como objetivo dar salida a los *stocks* mediante la aplicación de descuentos o incentivos en los precios de las mercancías y se clasifican en las siguientes modalidades: venta en rebajas, venta en liquidación, venta de saldos, venta de excedentes y venta en oferta o promoción.

2. En ningún caso pueden utilizarse las denominaciones relativas a las actividades de promoción de ventas del apartado 1 si la venta anunciada no se ajusta a los parámetros establecidos por esta ley para la modalidad de venta correspondiente.

3. Independientemente de la denominación o la forma que el comerciante dé a las actividades de promoción de ventas, las actividades que se ajusten a las características establecidas por esta ley para cualquiera de las modalidades del apartado 1 tienen la consideración de venta en rebajas, venta en liquidación, venta de saldos, venta de excedentes o venta en oferta o promoción, según proceda, y quedan sujetas al cumplimiento de los requisitos correspondientes.»

Artículo 8. *Modificación del artículo 20 de la Ley 18/2017.*

Se modifica el apartado 6 del artículo 20 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«6. Las temporadas habituales para llevar a cabo la venta en rebajas son el invierno y el verano, en que tradicionalmente se realiza este tipo de venta. Anualmente, antes del 30 de septiembre, el Consejo Asesor de la Generalitat de Catalunya en Materia de Comercio debe recomendar las fechas de inicio y finalización de las temporadas del año siguiente, atendiendo, en cada momento, a las demandas del sector comercial.»

Artículo 9. *Modificación del artículo 23 de la Ley 18/2017.*

1. Se modifica la letra a) del apartado 1 del artículo 23, que queda redactada del siguiente modo:

«1. La venta de excedentes de producción o de temporada, de *stocks* propios o ajenos, puede llevarse a cabo en los siguientes espacios:

a) En establecimientos de carácter permanente, dedicados esencialmente a esta actividad, teniendo en cuenta las siguientes condiciones:

1.^a El establecimiento debe destinar al menos el ochenta por ciento de su superficie de venta a la venta de excedentes de producción o de temporada.

2.^a Los productos que no tengan la consideración de excedentes de producción o de temporada deben exponerse en espacios claramente señalizados y diferenciados del resto, y deben identificarse como productos de temporada.»

2. Se modifica la primera condición de la letra c) del apartado 1 del artículo 23, que queda redactada del siguiente modo:

«1.^a La venta de excedentes en un espacio de un establecimiento comercial no dedicado esencialmente a la venta de este tipo de producto solo puede llevarse a cabo si los productos que se ofrecen proceden exclusivamente del *stock* de la propia empresa y han formado parte del mismo durante un mínimo de seis meses.»

3. Se modifica el apartado 2 del artículo 23 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«2. Los establecimientos dedicados esencialmente a la venta de excedentes de producción o de temporada pueden ofrecer, además de los procedentes de la propia empresa, todo tipo de restos tanto si provienen de otras empresas minoristas como si provienen de empresas mayoristas o de excedentes de producción de fabricantes del espacio económico europeo, siempre que puedan acreditar que han formado parte del *stock* de un comercio de dicho espacio durante un período mínimo de seis meses o que proceden de excedentes de producción de un fabricante de este mismo espacio. En estos establecimientos también pueden ofrecerse saldos, que deben estar debidamente identificados, de acuerdo con lo que determina el artículo 22.2.»

4. Se modifica el apartado 3 del artículo 23 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«3. Solo los establecimientos de carácter permanente dedicados esencialmente a la venta de excedentes de producción o de temporada y los puestos de los mercados de venta ambulante pueden utilizar, en el rótulo exterior donde figura el nombre del establecimiento o parada, la denominación “venta de excedentes” o “outlet”. En cualquier caso, estas denominaciones no pueden ser utilizadas por ningún otro establecimiento que no reúna todos los requisitos materiales y formales establecidos para este tipo de establecimientos y puestos.»

5. Se modifica el apartado 4 del artículo 23 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«4. Los precios de los productos ofrecidos en los establecimientos y espacios dedicados a la venta de excedentes de producción o de temporada deben ser inferiores al precio de venta en los circuitos comerciales convencionales y pueden ser reducidos sucesivamente desde el momento en que se pongan a la venta.»

Artículo 10. *Modificación del artículo 24 de la Ley 18/2017.*

Se modifica el artículo 24 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 24. *Venta en oferta o promoción.*

1. Son actividades de venta en oferta o promoción las que ofrecen productos o servicios en unas condiciones más favorables de las habituales, con el objetivo de promover o incrementar su venta o dinamizar las ventas o la prestación de servicios en un establecimiento o en más de uno.

2. La venta en oferta o promoción, por su propia naturaleza, debe limitarse a un número determinado de productos del establecimiento, o, en su caso, de la sección correspondiente.

3. Sin perjuicio de lo establecido por el apartado 2, la venta en oferta o promoción puede abarcar una parte o la totalidad de productos de un establecimiento en los siguientes supuestos:

a) En el caso de actividades de carácter promocional, que tengan una periodicidad anual y una duración máxima de dos días, siempre que estas actividades sean una práctica común en todos los sectores comerciales o en alguno de ellos y estén directamente relacionadas con tradiciones culturales, o bien se trate de eventos promocionales incorporados de forma generalizada a los usos comerciales.

b) En caso de inauguración de un nuevo establecimiento.

4. En los anuncios de venta en oferta o promoción debe detallarse su duración, los productos que son objeto de ella y cualquier condición especial inherente a la promoción. 5. Si la actividad de promoción afecta a productos o servicios vendidos anteriormente en el mismo establecimiento en condiciones habituales, debe indicarse, como precio anterior a la promoción, el precio más bajo aplicado sobre productos o servicios idénticos en los treinta días precedentes. En caso de reducciones sucesivas e ininterrumpidas puede indicarse, adicionalmente, como precio anterior a la oferta o promoción, el precio inicial sobre el que se ha aplicado la primera reducción. La venta en oferta o promoción debe llevarse a cabo en los términos que establece el Código de consumo de Cataluña y no puede comportar ningún incremento del precio del producto ni el retorno al precio inicial mientras dure el período de promoción.

5 bis. A los efectos de lo establecido por el apartado 5, no se tiene en cuenta el precio aplicado con el fin de reducir el despilfarro alimentario sobre productos idénticos con fechas de caducidad o consumo preferente cercanas al vencimiento.

6. Son actividades de venta en oferta o promoción, entre otras, las ventas y la prestación de servicios con obsequio y las ofertas conjuntas a que se refieren, respectivamente, los artículos 25 y 26.»

Artículo 11. *Modificación del artículo 32 de la Ley 18/2017.*

Se modifica el apartado 3 del artículo 32 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«3. Quedan excluidos de las obligaciones establecidas por este artículo los productos incluidos y anunciados en el marco de una venta en rebajas, de una venta en liquidación, de una venta de saldos o de una venta de excedentes.»

Artículo 12. *Modificación del artículo 36 de la Ley 18/2017.*

Se modifican los apartados 5 y 6 del artículo 36 de la Ley 18/2017, que quedan redactados del siguiente modo:

«5. El departamento competente en materia de comercio puede autorizar la modificación de la franja horaria establecida por la letra a) del apartado 2, o, en su caso, por la correspondiente resolución de calificación de municipio turístico, para un mercado municipal o para otro tipo de establecimiento colectivo; para los establecimientos situados en una zona determinada o para todos los establecimientos de un término municipal, así como para los establecimientos y áreas de establecimientos de un sector de actividad comercial concreto con motivo de un evento promocional o de impacto especial en el sector. Para obtener la autorización de la modificación de la franja horaria, el ayuntamiento debe presentar ante el departamento competente en materia de comercio una solicitud motivada en la que debe concretar la delimitación de la zona afectada; el mercado municipal o el establecimiento colectivo afectado; el sector de actividad comercial

afectado por un evento promocional o de impacto especial, en su caso, así como las horas de la franja horaria que se propone modificar, que no pueden comportar un incremento del horario de apertura semanal autorizado.

6. Los ayuntamientos pueden solicitar como máximo cuatro veces al año las modificaciones en el horario comercial general a que se refiere el apartado 5. Cada modificación puede incluir un cambio en el horario comercial para un máximo de dos días laborables consecutivos. En el caso del municipio de Barcelona, este límite puede establecerse por distritos.»

Artículo 13. *Modificación del artículo 37 de la Ley 18/2017.*

Se modifica la letra d) del apartado 1 del artículo 37 de la Ley 18/2017, que queda redactada del siguiente modo:

«d) Los establecimientos situados en municipios turísticos, de acuerdo con lo que establecen el artículo 38 y los apartados 5 y 6 del artículo 36 que les son de aplicación.»

Artículo 14. *Modificación del artículo 38 de la Ley 18/2017.*

Se modifica el apartado 4 del artículo 38 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«4. La dirección general competente en materia de comercio es el órgano al que corresponde aprobar o denegar la propuesta a que se refiere el apartado 2 y, en su caso, modificarla en los términos que considere pertinentes. La resolución que aprueba, deniega o modifica la propuesta debe ser publicada en el boletín oficial de la provincia.»

Artículo 15. *Modificación del artículo 44 de la Ley 18/2017.*

Se modifica el artículo 44 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 44. *Régimen de intervención administrativa.*

1. La celebración de las ferias queda sujeta a la previa comunicación al inicio de cualquiera de los trámites necesarios para la celebración de la feria, al departamento competente en materia de ferias. Esta comunicación previa debe ser presentada, por el organizador o, en su nombre, por el titular del recinto ferial, mediante el formulario normalizado correspondiente y a través del portal único para las actividades económicas, y debe enviarse a la dirección general competente en materia de ferias.

2. La celebración de ferias mercado en espacios que no son de titularidad pública está sujeta a la comunicación previa, que debe entregarse al ayuntamiento del municipio donde debe tener lugar la feria mercado antes del inicio de cualquiera de los trámites necesarios para que pueda celebrarse. Si la actividad ferial pretende realizarse en espacios de titularidad pública, el organizador debe obtener la autorización previa del ayuntamiento. En ambos casos, deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

a) La comunicación previa y la solicitud de autorización deben presentarse mediante el formulario normalizado correspondiente a través del portal único para las actividades económicas. La comunicación previa debe remitirse a la dirección general competente en materia de ferias y al ayuntamiento. En caso de requerir autorización, esta debe comunicarse únicamente a la dirección general competente en materia de ferias.

b) Los ayuntamientos, a través del portal único para las actividades económicas, deben informar al departamento competente en materia de ferias sobre las ferias mercado que organizan, con el objetivo de que puedan ser inscritas en el Registro de actividades feriales.

3. Las comunicaciones y autorizaciones deben incluir, como mínimo, los datos de identificación de la parte organizadora y de la actividad ferial, concretamente las relativas al nombre de la actividad, las fechas en que debe tener lugar, la periodicidad, la localidad, el emplazamiento, la oferta de productos y servicios que se desean exponer y el público al que se dirige.

4. El departamento competente en materia de ferias debe velar por que se mantengan actualizados los datos correspondientes a cada edición de cada actividad ferial.»

Artículo 16. *Modificación del título VIII de la Ley 18/2017.*

Se modifica la rúbrica del título VIII de la Ley 18/2017, que queda redactada del siguiente modo:

«TÍTULO VIII

Fomento de la competitividad del comercio. Establecimientos emblemáticos o históricos y actividad comercial en los municipios rurales»

Artículo 17. *Modificación del artículo 53 de la Ley 18/2017.*

1. Se modifican la rúbrica y el apartado 1 del artículo 53 de la Ley 18/2017, que quedan redactados del siguiente modo:

«Artículo 53. *Fomento de la competitividad del comercio.*

1. El departamento competente en materia de comercio, en coordinación con los ayuntamientos en lo relativo a las políticas de fomento que estos llevan a cabo en el marco de sus competencias, debe:

a) Poner en práctica políticas de fomento de la competitividad del comercio urbano para contribuir a mejorar su eficiencia, competitividad y sostenibilidad, y poner al alcance del sector las herramientas que permitan a sus integrantes tener mayor capacidad de adaptación al entorno actual, de crecimiento y de internacionalización. Estas políticas deben concretarse mediante planes que desarrollen objetivos y actuaciones para períodos determinados.

b) Poner en práctica las medidas necesarias para garantizar que los municipios rurales dispongan de una red de servicios comerciales adaptada a sus necesidades, teniendo en cuenta las limitaciones técnicas y económicas de estos municipios, así como para garantizar que se crean el resto de condiciones necesarias para que la actividad comercial en estos municipios no desaparezca, se mantenga y crezca.»

2. Se modifica la letra d) del apartado 2 del artículo 53 de la Ley 18/2017, que queda redactada del siguiente modo:

«d) Establecer programas para el fomento, el mantenimiento y la sostenibilidad del comercio en el entorno rural y la creación de nuevas implantaciones, con el objetivo de mantener la dinamización social que representa la continuidad de este comercio en los municipios rurales.»

3. Se añaden las letras i), j), k), l), m), n), o), p), q), r) y s) en el apartado 2 del artículo 53 de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«i) Impulsar, en colaboración con asociaciones comerciales, gremios e instituciones educativas, programas de formación continua y especializada para el comercio de proximidad.

j) Fomentar los convenios de colaboración con centros educativos para facilitar prácticas en comercios locales.

k) Establecer programas de asesoramiento, formación, retención de talento y mentoría destinados al pequeño comercio de proximidad, de acuerdo con los principales agentes sociales y económicos del sector.

l) Establecer programas de especialización para mejorar la competitividad del comercio de proximidad y, principalmente, los de apoyo a la digitalización para hacer llegar el elemento diferencial de la especialización al mercado global, y dotar a estos programas del presupuesto necesario para potenciar y sostener el comercio.

m) Reducir las cargas administrativas y establecer programas de ayudas, bonificaciones, cupones y otras herramientas que permitan promover las buenas prácticas, la modernización, la especialización, la digitalización, garantizando el acceso a los servicios de línea telefónica y red, y la promoción del comercio de proximidad, con la dotación presupuestaria necesaria para hacerlo posible.

n) Impulsar programas de continuidad empresarial para poder encontrar el relevo a negocios en establecimientos emblemáticos o históricos, así como programas de captación de talento y de profesionales para el comercio, con el objetivo de poder garantizar la continuidad de la actividad.

o) Establecer un programa de ayudas al relevo generacional del pequeño comercio, especialmente en municipios rurales y micropueblos, en colaboración con agentes sociales o entidades del sector.

p) Realizar campañas de sensibilización sobre la importancia de mantener el comercio de proximidad y fomentar la cultura colaborativa del comercio de proximidad y las sinergias entre los pequeños comerciantes y las asociaciones.

q) Establecer un programa de ayudas directas para el establecimiento o la ampliación de la actividad comercial del pequeño comercio en los municipios donde solo existan tres establecimientos o menos de tres, con la dotación presupuestaria necesaria para hacerlo posible.

r) Proteger el comercio ante conductas de competencia desleal de las plataformas digitales.

s) Impulsar y promover el traslado de actividades económicas que actualmente se desarrollen en inmuebles aptos para el uso como vivienda a locales en plantas bajas de la trama urbana.»

4. Se añade un apartado, el 2 bis, al artículo 53 de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«2 bis. El departamento competente en materia de comercio, en colaboración con los departamentos que proceda, debe velar por garantizar, en todo el territorio, el servicio ininterrumpido de las comunicaciones electrónicas para poder efectuar las transacciones económicas con tarjeta de crédito o por cualquier otro medio electrónico.»

5. Se suprime el apartado 3 del artículo 53 de la Ley 18/2017.

Artículo 18. *Adición del artículo 53 bis a la Ley 18/2017.*

Se añade un artículo, el 53 bis, a la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«Artículo 53 bis. *Fomento de los establecimientos emblemáticos o históricos.*

Las administraciones públicas con competencias en materia de comercio deben garantizar el fomento, la protección y la continuidad de la actividad de los establecimientos emblemáticos o históricos mediante las siguientes actuaciones:

- a) La creación de un registro de los establecimientos emblemáticos o históricos.
- b) La adopción de medidas en el marco de la normativa de patrimonio inmaterial de carácter cultural.
- c) La adopción de medidas con relación a las licencias de actividades.
- d) La aprobación de planes de usos específicos.
- e) La adopción de las medidas urbanísticas que correspondan.
- f) La adopción de las medidas necesarias para garantizar la continuidad de estos establecimientos.
- g) La adopción de medidas de fomento de la competitividad que incluyan un tratamiento específico para este tipo de establecimientos.»

Artículo 19. *Adición del artículo 54 bis a la Ley 18/2017.*

Se añade un artículo, el 54 bis, a la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«54 bis. *Fomento de la actividad comercial en los municipios rurales.*

1. El departamento competente en materia de comercio debe llevar a cabo las políticas de fomento de la actividad comercial en los municipios rurales, que deben ajustarse a sus especificidades territoriales para garantizar en ellos tanto la dinamización económica y social como la calidad de vida.

2. El departamento competente en materia de comercio debe velar por el despliegue de las políticas de fomento de la actividad comercial en coordinación con los municipios rurales. Los objetivos de estas políticas son:

- a) Asegurar y mantener el acceso de los municipios rurales a los servicios esenciales de dinamización económica.
- b) Mejorar la cartera de servicios de dinamización económica en el entorno rural, tales como los servicios de farmacia, comerciales, de oficios básicos, de gestión bancaria y cajeros automáticos, y de restauración, entre otros.
- c) Velar por el relevo generacional de los establecimientos esenciales en el entorno rural, que aporte modernidad e innovación.
- d) Desarrollar políticas que apoyen la transmisión de negocios y potenciar programas específicos para el entorno rural; eliminar trabas burocráticas para la transmisión de negocios; facilitar ayudas para adecuarse a la normativa de actualización de la actividad, y apoyar a los autónomos que gestionan estos proyectos comerciales.
- e) Facilitar instrumentos en los municipios rurales para mantener y garantizar servicios comerciales.
- f) Impulsar la creación de nuevos establecimientos comerciales adaptados al territorio; dinamizar el comercio en coordinación con el sector turístico, y realizar acciones de promoción del comercio local, de señalización del comercio, de fidelización de clientes, de formación para los trabajadores, entre otros.

g) Favorecer la creación de una nueva generación de comercios ambulantes y de establecimientos multiservicio.

h) Apoyar la artesanía, promoverla, valorar el trabajo de los artesanos y fomentar su unión y su dinamización.

i) Promover las medidas de carácter fiscal que favorezcan la implantación de estas actividades.

3. Las políticas de fomento de la actividad comercial en los municipios rurales pueden llevarse a cabo mediante un plan estratégico de ámbito territorial y deben fundamentarse en la colaboración entre los ayuntamientos, el departamento competente en materia de comercio y las entidades supralocales. El plan estratégico debe incluir los siguientes aspectos:

a) La delimitación municipal.

b) La gobernanza.

c) El establecimiento de una gestión profesionalizada.

d) El presupuesto necesario para llevarlo a cabo.

e) La forma jurídica y los estatutos más adecuados para impulsar las políticas de fomento.

f) El instrumento de colaboración con los ayuntamientos, las entidades supralocales y otros agentes implicados en el ámbito territorial para la mejora de las capacidades operativas.»

Artículo 20. *Modificación del artículo 69 de la Ley 18/2017.*

Se modifican los apartados 1 y 2 del artículo 69 de la Ley 18/2017, que quedan redactados del siguiente modo:

«1. Las infracciones muy graves prescriben a los tres años; las graves, a los dos años, y las leves, a los seis meses.

2. Las sanciones muy graves prescriben a los tres años; las graves, a los dos años, y las leves, a los seis meses.»

Artículo 21. *Modificación del artículo 72 de la Ley 18/2017.*

1. Se modifica el apartado 8 del artículo 72 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«8. Con relación a las actividades de promoción, es infracción leve incumplir las condiciones generales establecidas por el artículo 19.»

2. Se modifica el apartado 13 del artículo 72 de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«13. Con relación a las condiciones generales de las ventas en oferta o promoción, son infracciones leves:

a) Incumplir las condiciones establecidas por el artículo 24.

b) Incumplir lo establecido por el artículo 25 en lo que se refiere a las ventas y la prestación de servicios con obsequio.

c) Incumplir lo establecido por el artículo 26.2 en lo que se refiere a las ofertas conjuntas.»

Artículo 22. *Modificación del artículo 73 de la Ley 18/2017.*

Se añade un nuevo apartado 2 al artículo 73 de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«2. Con relación a la venta en oferta o promoción es infracción grave indicar el precio anterior de los productos objeto de oferta o promoción incumpliendo lo establecido por el artículo 24.5, cuando esta venta pueda abarcar una parte o la totalidad de productos de un establecimiento y se haga publicidad por cualquier medio de comunicación propio o ajeno de alcance, como mínimo, supramunicipal.»

Artículo 23. *Modificación de la disposición adicional primera de la Ley 18/2017.*

1. Se modifica el apartado 2 de la disposición adicional primera de la Ley 18/2017, que queda redactado del siguiente modo:

«2. La orden del departamento competente en materia de comercio por la que se establece el calendario de los domingos y días festivos con apertura comercial autorizada debe ofrecer a los ayuntamientos la posibilidad de sustituir dos fechas de dicho calendario, y también debe ofrecer a las empresas que operan con establecimientos comerciales de venta personalizada o en régimen de autoservicio y que tengan oferta orientada esencialmente a productos de compra cotidiana y de alimentación la posibilidad de presentar hasta tres fechas alternativas que sustituyan las fechas aprobadas en dicho calendario.»

2. Se añade un apartado, el 4 bis, a la disposición adicional primera de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«4 bis. La obligación a que hace referencia el apartado 4 también es de aplicación a los ayuntamientos. En este sentido, cuando se produzca la coincidencia de dos o más días festivos consecutivos, de carácter general o local, los ayuntamientos deben realizar los cambios necesarios, mediante el procedimiento establecido por la letra c) del artículo 36.2, al objeto de establecer la apertura comercial en uno de los días festivos consecutivos.»

Artículo 24. *Modificación de la disposición adicional tercera de la Ley 18/2017.*

Se añade un apartado, el 5, a la disposición adicional tercera de la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«5. Las empresas deben ofrecer la opción de utilizar envases reutilizables y de realizar la recogida y el retorno en puntos de servicio *click and collect* en aplicación de la normativa en materia de envases y de residuos de envases, con el objetivo de garantizar los sistemas de depósito, devolución y retorno de envases.»

Artículo 25. *Adición de la disposición adicional sexta a la Ley 18/2017.*

Se añade una disposición adicional, la sexta, a la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«Sexta. *Función de inspección en los municipios rurales.*

En los municipios rurales la función de inspección a que se refiere el capítulo I del título IX de esta ley es ejercida por la Administración de la Generalitat, a través de la dirección general competente en materia de comercio.»

Artículo 26. *Adición de la disposición transitoria tercera a la Ley 18/2017.*

Se añade una disposición transitoria, la tercera, a la Ley 18/2017, con el siguiente texto:

«Tercera. *Calendario de apertura de los establecimientos comerciales en domingo y días festivos para el año 2026.*

La obligación que establecen los apartados 2 y 4 bis de la disposición adicional primera de Ley 18/2017 no es de aplicación al calendario de apertura en Cataluña de los establecimientos comerciales en domingo y días festivos para el año 2026.»

CAPÍTULO II

Modificación del Decreto-ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales

Artículo 27. *Modificación del artículo 4 del Decreto-ley 1/2009.*

1. Se modifica la letra b) del apartado 2 del artículo 4 del Decreto-ley 1/2009, que queda redactada del siguiente modo:

«b) La consecución del equilibrio territorial que garantice el acceso de todos los ciudadanos y ciudadanas a la red de servicios comerciales y que se adapte a las necesidades y exigencias de quien vive tanto en entornos rurales como en entornos urbanos.»

2. Se añade una letra, la c bis), al apartado 2 del artículo 4 del Decreto-ley 1/2009, con el siguiente texto:

«c bis) Luchar contra la desertización comercial en el entorno rural para garantizar tanto el abastecimiento de las zonas rurales como el mantenimiento de la función social relacional asociada al comercio local.»

Artículo 28. *Modificación del artículo 5 del Decreto-ley 1/2009.*

Se añade una letra, la m), al artículo 5 del Decreto-ley 1/2009, con el siguiente texto:

«m) Venta de proximidad: la venta de productos agroalimentarios, procedentes de la tierra o de la ganadería y/o resultado de un proceso de elaboración o de transformación, que se lleva a cabo en favor de una persona consumidora, por parte de los productores o agrupaciones de productores agrarios, directamente o mediante la intervención de una persona intermediaria.»

Artículo 29. *Modificación del artículo 8 del Decreto-ley 1/2009.*

Se modifica el segundo párrafo del apartado 1 del artículo 8 del Decreto-ley 1/2009, que queda redactado del siguiente modo:

«Los municipios limítrofes que estén conurbados mediante áreas residenciales o sistemas de comunicación que las vertebren pueden delimitar gráficamente el perímetro correspondiente al ámbito de la trama urbana consolidada supramunicipal conjuntamente, de mutuo acuerdo y de conformidad con el artículo 7. En este supuesto, con relación a los criterios de localización a que se refiere el artículo 9, debe tenerse en cuenta para la totalidad de la trama urbana consolidada conjunta resultante el número de habitantes del municipio con mayor población.»

Artículo 30. *Modificación del artículo 9 del Decreto-ley 1/2009.*

Se modifican los apartados 2 y 3 del artículo 9 del Decreto-ley 1/2009, que quedan redactados del siguiente modo:

«2. Los pequeños establecimientos comerciales pueden implantarse en suelo urbano y urbanizable donde el uso residencial sea dominante, siempre que no configuren un establecimiento comercial mediano, un gran establecimiento comercial o un gran establecimiento comercial territorial.

Se exceptúan de este parámetro general de implantación los siguientes casos:

a) Los pequeños establecimientos comerciales en los municipios con una población menor o igual a 5.000 habitantes pueden implantarse donde el planeamiento urbanístico lo permita, siempre que no configuren un establecimiento comercial mediano, un gran establecimiento comercial o un gran establecimiento comercial territorial.

b) Los pequeños establecimientos comerciales dedicados a la venta de proximidad de productos de artesanía o agroalimentarios que dediquen, como mínimo, el 25 % de su superficie de venta a la oferta artesanal o agroalimentaria de producción propia o de producción y elaboración propias o de producción ajena y elaboración propia pueden implantarse en los ámbitos permitidos por el planeamiento urbanístico.

c) Los pequeños establecimientos comerciales, individuales o colectivos, siempre que no configuren un gran establecimiento comercial colectivo o un gran establecimiento comercial territorial, pueden implantarse en estaciones de ferrocarril, puertos y aeropuertos, así como en los equipamientos de carácter turístico o que generen una afluencia de visitantes significativa. En estos casos, el uso comercial es complementario y secundario respecto de la actividad principal. Por reglamento deben establecerse los equipamientos incluidos en esta categoría y la definición de los conceptos complementario y secundario.

d) Los pequeños establecimientos comerciales en los municipios con una población de más de 5.000 habitantes o asimilables a estos o que sean capital de comarca pueden implantarse fuera de la trama urbana consolidada cuando concurren las circunstancias previstas en el apartado b) del punto 3 de este artículo.

3. Los establecimientos comerciales medianos y los grandes establecimientos comerciales solo pueden implantarse en la trama urbana consolidada de los municipios de más de 5.000 habitantes o asimilables a estos o que sean capital de comarca. Por reglamento, deben concretarse las características que deben concurrir para considerar un municipio como asimilable a uno de más de 5.000 habitantes.

Excepcionalmente, pueden implantarse también fuera de la trama urbana consolidada cuando concorra alguna de las siguientes circunstancias:

a) Que la implantación se produzca dentro de las zonas de acceso restringido de las estaciones de líneas transfronterizas y transregionales del sistema ferroviario que acojan el tren de alta velocidad o líneas de largo recorrido, de los puertos clasificados de interés general y de los aeropuertos con categoría de aeropuertos comerciales, según el Plan de aeropuertos, aeródromos y helipuertos de Cataluña vigente en cada momento.

b) Cuando se cumplan todas y cada una de las siguientes condiciones:

1) El emplazamiento debe estar situado en continuidad física con el tejido urbano residencial, que configura la TUC, sin que pueda estar separado de esta por ninguna barrera física no permeable significativa. El establecimiento comercial debe tener acceso desde la calle perimetral a la TUC.

2) El planeamiento urbanístico debe admitir el uso comercial en la parcela donde se desea implantar el establecimiento comercial.

Este uso comercial debe tener carácter dominante o principal respecto al resto de usos admitidos en la parcela. En este sentido, se considera que el uso comercial tiene carácter dominante o principal en la parcela en la que se propone implantar el establecimiento comercial cuando la superficie construida del establecimiento comercial supone, como mínimo, el 51 % de la edificabilidad neta de la parcela.

3) La red de transporte público colectivo que da servicio al municipio debe ser suficiente para atender a los flujos de público previsibles y disponer, como mínimo, de un itinerario seguro para peatones.

La excepcionalidad a que se refiere el apartado b) puede ser válida también para establecimientos comerciales colectivos, si en el momento de la solicitud de la licencia comercial ya queda definido el proyecto comercial, el cual debe cumplir todas y cada una de las características del artículo 5.b), así como el resto de las condiciones de dicha excepcionalidad.

Por reglamento deben detallarse las condiciones de estas excepciones.»

Artículo 31. *Modificación del artículo 17 del Decreto-ley 1/2009.*

1. Se añade una letra, la d), al apartado 1 del artículo 17 del Decreto-ley 1/2009, con el siguiente texto:

«d) Los pequeños establecimientos comerciales que se implanten fuera de la trama urbana consolidada cuando se acojan a la excepción prevista en el artículo 9.2.d).»

2. Se modifican los apartados 2 y 3 del artículo 17 del Decreto-ley 1/2009, que quedan redactados del siguiente modo:

«2. Deben dirigirse al ayuntamiento correspondiente, utilizando el formulario normalizado correspondiente y a través del portal único de actividades económicas, de conformidad con lo dispuesto por la Ley 18/2020, de 28 de diciembre, de facilitación de la actividad económica, o la normativa que la sustituya, las siguientes comunicaciones:

a) Las nuevas implantaciones y los cambios de actividad de establecimientos comerciales, individuales o colectivos, con una superficie de venta inferior a 2.500 metros cuadrados, y sus ampliaciones cuando sean inferiores a 2.500 metros cuadrados de superficie de venta total después de la ampliación.

b) Los cambios de titular y las remodelaciones de los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta inferior a 2.500 metros cuadrados.

La comunicación y la correspondiente documentación deben enviarse, de forma simultánea, desde el portal único para las actividades económicas, a la dirección general competente en materia de comercio.

En todos los casos, el ayuntamiento debe enviar estas comunicaciones, con la correspondiente documentación, a la dirección general competente en materia de comercio en el plazo de un mes desde su presentación al ayuntamiento.

3. Deben dirigirse a la dirección general competente en materia de comercio, mediante el formulario normalizado correspondiente y a través del portal único para las actividades económicas, las siguientes comunicaciones:

a) Las nuevas implantaciones y los cambios de actividad de establecimientos comerciales, individuales o colectivos, con una superficie de venta inferior a 800 metros cuadrados, que se sitúen fuera de la TUC, cuando se acojan a las

excepciones previstas en el artículo 9, y sus ampliaciones cuando sean inferiores a 800 metros cuadrados de superficie de venta total después de la ampliación.

b) Las nuevas implantaciones y los cambios de actividad de establecimientos comerciales singulares, individuales o colectivos, con una superficie de venta igual o superior a 2.500 metros cuadrados e inferior a 5.000 metros cuadrados, y sus ampliaciones cuando sean inferiores a 5.000 metros cuadrados de superficie de venta total después de la ampliación.

c) Los cambios de titular y las remodelaciones de los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a 2.500 metros cuadrados.

La comunicación y la documentación aportada deben enviarse, de forma simultánea, desde el portal único para las actividades económicas, al ayuntamiento correspondiente.

La dirección general competente en materia de comercio debe enviar estas comunicaciones, con la documentación aportada, al ayuntamiento correspondiente en el plazo de un mes desde su presentación.»

Artículo 32. *Modificación del artículo 18 del Decreto-ley 1/2009.*

Se modifica el artículo 18 del Decreto-ley 1/2009, que queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 18. *Documentos anexos a la comunicación.*

1. La comunicación a que hace referencia el artículo 17 debe ir acompañada de la documentación que establece el artículo 32 de la Ley 18/2020 o la normativa que la sustituya.

2. Para el cumplimiento de lo que establece este decreto-ley, el proyecto técnico debe contener, como mínimo, la siguiente documentación gráfica:

a) Plano de situación.

b) Plano de la planta del establecimiento en el que conste la superficie de venta con la distribución de la oferta comercial, salvo para los cambios de titular. Para las remodelaciones debe aportarse un plano con la distribución del momento y otro con la propuesta.

c) Plano en el que conste la dotación del aparcamiento con la distribución de las plazas de aparcamiento, salvo para los cambios de titular. En caso de que esté justificada una rebaja de plazas de aparcamiento, hay que disponer del correspondiente informe justificativo municipal.

d) Memoria justificativa del cumplimiento de las condiciones establecidas por el artículo 9.3.b), en el caso de los pequeños establecimientos que se implanten al amparo de la excepción prevista en el artículo 9.2.d).»

Artículo 33. *Modificación del artículo 23 del Decreto-ley 1/2009.*

Se modifica el artículo 23 del Decreto-ley 1/2009, que queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 23. *Concepto, objeto y contenido.*

1. El Plan de competitividad del comercio urbano es el instrumento que tiene como objetivo contribuir a la regeneración del comercio urbano y a la mejora de su eficiencia, poniendo al alcance del sector las herramientas que permitan tener mayor capacidad de adaptación al entorno actual, capacidad de crecimiento y de internacionalización.

2. El Plan de competitividad del comercio urbano debe prever una atención especial a la mejora del acceso y el aparcamiento de los ejes comerciales de pueblos, ciudades y barrios, así como de los mercados municipales. También debe prever especial atención a la regeneración del comercio de los núcleos históricos y la dinamización de los ejes comerciales y mercados municipales de pueblos, ciudades y barrios, para dar prestigio y profesionalizar el sector comercial.

El desarrollo de las actuaciones de este Plan puede formalizarse mediante herramientas de colaboración entre la Administración de la Generalitat, la Administración local, las entidades públicas y los agentes socioeconómicos del sector, dentro del ámbito de sus competencias.»

Artículo 34. *Modificación del artículo 25 del Decreto-ley 1/2009.*

Se modifica el apartado 1 del artículo 25 del Decreto-ley 1/2009, que queda redactado del siguiente modo:

«1. De acuerdo con el procedimiento establecido por los artículos 42 y 43 de la Ley 18/2020, de 28 de diciembre, de facilitación de la actividad económica, y las determinaciones contenidas en este decreto-ley, corresponden a la Administración local y al departamento competente en materia de comercio el control y la verificación del cumplimiento de los preceptos de este decreto-ley con relación a los establecimientos comerciales con una superficie de venta inferior a 2.500 metros cuadrados, y corresponde al departamento competente en materia de comercio con relación a los establecimientos comerciales con una superficie de venta igual o superior a 2.500 metros cuadrados.»

Artículo 35. *Modificación de la disposición adicional novena del Decreto-ley 1/2009.*

1. Se modifica la letra e) de la disposición adicional novena del Decreto-ley 1/2009, que queda redactada del siguiente modo:

«e) En Sant Pere de Ribes, en el eje de la Rambla del Garraf (C-246a), una superficie máxima de venta de 40.000 m², distribuida del siguiente modo: 30.000 m² en el ámbito de planeamiento SUPP-12 (Subsector 2) y 10.000 m² en el espacio de la antigua fábrica Valentí, en la zona de concentración comercial del polígono industrial Vilanoveta. Esta implantación queda excluida tanto del criterio de localización como del criterio de ordenación establecido por el artículo 9.4 de este decreto-ley.»

2. Se añade una letra, la l), a la disposición adicional novena del Decreto-ley 1/2009, con el siguiente texto:

«l) Modificación puntual del Plan general de ordenación urbana del sector Can Riba-Òdena, del municipio de Òdena. Superficie de venta máxima: 8.000 m².»

3. Se añade una letra, la m), a la disposición adicional novena del Decreto-ley 1/2009, con el siguiente texto:

«m) En Reus, la Isla C del polígono I del ámbito de planeamiento del Sector A8, La Roureda. Superficie de venta máxima: 17.000 m².»

Artículo 36. *Modificación de la disposición adicional decimotercera del Decreto-ley 1/2009.*

Se añade un apartado, el 5, a la disposición adicional decimotercera del Decreto-ley 1/2009, con el siguiente texto:

«5. Los ámbitos incluidos en el Plan director urbanístico (PDU) de aparcamientos de intercambio modal transporte público-vehículo privado en el ámbito del sistema tarifario integrado de la ATM de Barcelona pueden disponer de un establecimiento comercial de un máximo de 300 metros cuadrados de superficie de venta. Este establecimiento comercial debe ubicarse en un sistema de comunicaciones para el intercambio modal de titularidad pública, vinculado al sistema ferroviario, sin que pueda estar a una distancia superior de 300 metros de una estación de ferrocarril.»

Disposición adicional.

El Gobierno, en el plazo de un año a contar de la entrada en vigor de la presente ley, debe completar el despliegue tecnológico que permita la tramitación de las comunicaciones y la documentación a que se refieren los artículos 17 y 18 del Decreto-ley 1/2009 a través del portal único para las actividades económicas.

Disposición derogatoria.

Quedan derogados el apartado 6 del artículo 23 y los artículos 33 y 34 de la Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias, y la letra j) del artículo 5 del Decreto-ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de equipamientos comerciales.

Disposición final primera. *Competencias.*

La presente ley se aprueba de acuerdo con las competencias exclusivas en materia de comercio interior, ferias y artesanía que establece el artículo 121 del Estatuto de autonomía de Cataluña.

Disposición final segunda. *Desarrollo.*

1. Se autoriza al Gobierno para que dicte las disposiciones necesarias para la aplicación de la presente ley.

2. El Gobierno, en el momento de desarrollar por reglamento esta ley, debe tener en cuenta, de forma especial, la singularidad de los establecimientos emblemáticos o históricos a efectos de garantizar su fomento y protección y la continuidad de su actividad comercial.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

La presente ley entra en vigor al día siguiente de su publicación en el «Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya».

Por tanto, ordeno que toda la ciudadanía a la cual sea aplicable esta ley coopere en su cumplimiento y que los tribunales y autoridades a los que corresponda la hagan cumplir.

Palacio de la Generalitat, 29 de diciembre de 2025.—El Presidente de la Generalitat de Catalunya, Salvador Illa i Roca.—El Consejero de Empresa y Trabajo, Miquel Sàmper i Rodríguez.

(Publicada en el «Diario Oficial de la Generalitat de Cataluña» número 9574, de 31 de diciembre de 2025)