

Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, por el que se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, así como los requisitos y el procedimiento de concesión
(B.O.E. núm. 241, de 8 de octubre)

El Real Decreto 292/2004, de 20 de febrero, por el que se crea el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico y se regulan los requisitos y procedimiento de concesión, llevó a efecto la previsión contenida en la disposición final octava de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, para la aprobación de un distintivo de identificación de los códigos de conducta que ofrezcan determinadas garantías a los consumidores y usuarios.

La norma adoptada atribuye a la Administración General del Estado, a través del Instituto Nacional del Consumo, las competencias para los actos de concesión y retirada de este distintivo público en sus artículos 10 y 11 y en su disposición transitoria única. En los artículos 8.3 y 9 se atribuyen, en exclusiva, al Instituto Nacional del Consumo competencias relativas al seguimiento de la supervisión del cumplimiento de los códigos y de las obligaciones de las entidades promotoras de estos. La disposición final segunda, por último, atribuye al Presidente del Instituto Nacional del Consumo las competencias para adaptar las resoluciones precisas para la aplicación de lo dispuesto en dicho real decreto.

Por otra parte, en su artículo 5.2 se establece la previsión de que se favorezca e impulse la oferta al consumidor o usuario de la posibilidad de elegir, entre las lenguas oficiales de la Unión Europea, aquella en la que se han de realizar las comunicaciones comerciales, en especial, la información precontractual y el contrato.

El Consejo de Ministros ha atendido un requerimiento de incompetencia realizado por el Gobierno de la Generalidad de Cataluña que se concreta en solicitar del Gobierno de la Nación que adopte el acuerdo de derogar los artículos 5.2, 10 y 11, la disposición final segunda y las referencias al Instituto Nacional del Consumo contenidas en los artículos 8.3 y 9 del Real Decreto 292/2004, de 20 de febrero, o, subsidiariamente, el de darles nueva redacción en la que se reconozca la competencia de las comunidades autónomas respecto del procedimiento y funciones ejecutivas en ellos regulados y, en cuanto al artículo 5.2, se añada la referencia a las lenguas cooficiales en el territorio español. En efecto, en su reunión de 4 de junio de 2004, dicho órgano colegiado acordó aceptar tal requerimiento en los términos que a continuación se exponen.

En el precitado acuerdo considera el Gobierno que debe reconocerse la competencia de las comunidades autónomas respecto de los actos de concesión y de retirada del distintivo de referencia (artículos 10 y 11 del Real Decreto 292/2004, de 20 de febrero) pues constituyen dichas concesiones actos de mera ejecución, una vez verificado el cumplimiento de los requisitos y condiciones correspondientes a los códigos de conducta que permitan su utilización y que se establecen en la norma requerida.

En consecuencia, y sin excluir la competencia de que el Estado dispone para crear o aprobar un distintivo que permita identificar aquellos prestadores de servicios de la sociedad de la información que voluntariamente se adhieran y respeten unos códigos de conducta de ámbito nacional o superior, cuyos requisitos mínimos u optativos deben ser fijados por el Estado, se debe cumplir el mandato de la disposición final octava de la Ley 34/2002, de 11 de julio, y, de acuerdo con la doctrina constitucional, considera el Gobierno que procede aceptar el requerimiento de incompetencia respecto a los artículos 10 y 11 y la disposición transitoria única y, por ende, respecto a las menciones al Instituto Nacional del Consumo contenidas en los artículos 8.3 y 9, así como en lo relativo a la disposición final segunda del real decreto requerido, por lo que procede modificar dichos preceptos para acomodarlos al reparto competencial. Se mantiene, no obstante, la comunicación al Instituto Nacional del Consumo de la información relevante a los efectos de la publicidad del distintivo o su comunicación a la Comisión de Cooperación de Consumo, en el marco de la necesaria cooperación institucional.

Por último, en cuanto a la modificación que se solicita en el requerimiento de incompetencia del tenor del artículo 5.2 del real decreto requerido, considera el Gobierno que en este punto no existe una «vindicatio potestatis» propia de los conflictos positivos de competencia encaminados a eliminar transgresiones concretas y efectivas de los respectivos ámbitos competenciales, tal y como establece la jurisprudencia constitucional.

El cumplimiento de este acuerdo del Consejo de Ministros exige, en consecuencia, modificar el Real Decreto 292/2004, de 20 de febrero, para acomodar los artículos 10 y 11, y la disposición transitoria única y las menciones al Instituto Nacional del Consumo contenidas en los artículos 8.3 y 9, así como la disposición final segunda, al reparto competencial.

Para facilitar la aplicación de la norma, no obstante, se ha considerado necesario establecer en un único texto normativo la regulación del distintivo público de confianza en línea, y derogar el Real Decreto 292/2004, de 20 de febrero, cuya regulación no afectada por el requerimiento de incompetencia se incorpora a este real decreto.

En la tramitación de este real decreto se ha tenido en cuenta el parecer de las comunidades autónomas y ha sido oído el Consejo de Consumidores y Usuarios.

En su virtud, a propuesta de los Ministros de Sanidad y Consumo y de Industria, Turismo y Comercio, con la aprobación previa del Ministro de Administraciones Públicas, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación en Consejo de Ministros en su reunión del día 30 de septiembre de 2005,

DISPONGO :

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

Este real decreto tiene por objeto regular el distintivo que podrán mostrar los prestadores de servicios que se adhieran a códigos de conducta que cumplan las condiciones previstas en el capítulo II de este real decreto, en cumplimiento de lo previsto en la disposición final octava de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Asimismo, este real decreto establece las condiciones que deben reunir tales códigos de conducta, la concesión y retirada del distintivo y el procedimiento aplicable.

Artículo 2. *Denominación y forma del distintivo.*

Este distintivo se denominará «distintivo público de confianza en línea». Su formato es el que figura en el anexo.

Artículo 3. *Ámbito de aplicación.*

Este real decreto se aplica a las corporaciones, asociaciones u organizaciones comerciales, profesionales y de consumidores que adopten códigos de conducta destinados a regular las relaciones entre prestadores de servicios de la sociedad de la información y los consumidores y usuarios, cuando la adhesión a tales códigos conceda el derecho al uso y administración del «distintivo público de confianza en línea».

Este real decreto se aplicará, asimismo, a los prestadores de servicios de la sociedad de la información que hagan uso de dicho distintivo.

CAPÍTULO II

Requisitos de los códigos de conducta

Artículo 4. *Ámbito y contenido de los códigos.*

1. Los códigos de conducta de ámbito nacional o superior regulados por este real decreto deberán estar redactados en términos claros y accesibles.

2. Además de los otros requisitos exigidos en este real decreto, los códigos de conducta deben respetar la legalidad vigente e incluir, como mínimo, con suficiente grado de precisión:

a) Las garantías concretas que ofrecen a los consumidores y usuarios que mejoren o incrementen las reconocidas por el ordenamiento jurídico.

b) Un sistema de resolución extrajudicial de conflictos de entre los previstos en el artículo 7.

c) Los compromisos específicos que asumen los prestadores de servicios adheridos en relación con los problemas concretos planteados a los consumidores y usuarios del sector, identificados según la información de los promotores del código y la que, al efecto, les

faciliten las asociaciones de consumidores y las Administraciones públicas sobre las reclamaciones presentadas por los consumidores y usuarios.

d) El ámbito de las actividades del prestador de servicios sometidas al código, que, al menos, englobará alguna de las siguientes áreas: las comunicaciones comerciales o la información precontractual, la contratación y los procedimientos de solución de quejas o reclamaciones, cuando estos sean distintos de los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos a los que se refiere el artículo 7.

3. Estos códigos de conducta deberán prever la posibilidad de adhesión al código de prestadores de servicios que no sean miembros de la entidad promotora, siempre que la actividad desarrollada por estos esté incluida en el ámbito del código.

Artículo 5. *Compromisos adicionales.*

1. Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, estos podrán contener previsiones específicas sobre:

a) El grado de accesibilidad a los contenidos de los consumidores y usuarios que tengan alguna discapacidad o de edad avanzada, conforme a los criterios de accesibilidad generalmente reconocidos, así como los calendarios adoptados para el establecimiento de medidas adicionales.

b) Las medidas concretas adoptadas en materia de protección de los menores y de respeto a la dignidad humana y a los valores y derechos constitucionalmente reconocidos.

c) La adhesión a códigos de conducta sobre clasificación y etiquetado de contenidos. En tales casos, deberá facilitarse información completa sobre tales códigos.

d) Las instrucciones sobre los sistemas de filtrado de contenidos utilizables en las relaciones con los prestadores de servicios.

e) Los procedimientos previstos para comprobar que los prestadores de servicios reúnen las condiciones exigidas para la adhesión al código de conducta y la utilización del distintivo.

2. Las entidades promotoras de los códigos de conducta impulsarán que los prestadores de servicios adheridos ofrezcan al consumidor o usuario la posibilidad de elegir, entre las lenguas oficiales de la Unión Europea, la lengua en que se han de realizar las comunicaciones comerciales y, en especial, la información precontractual y el contrato.

Artículo 6. *Participación del Consejo de Consumidores y Usuarios.*

En la elaboración y modificación de los códigos de conducta regulados en este real decreto deberá darse participación al Consejo de Consumidores y Usuarios. Esta participación se articulará, como mínimo, de la siguiente forma:

a) Que, con carácter previo a la redacción del código de conducta, las entidades promotoras de este pongan en conocimiento del Consejo su voluntad de adoptarlo y soliciten la colaboración de este órgano a través del procedimiento que, en cada caso, se acuerde.

b) Que las entidades promotoras soliciten a las asociaciones de consumidores y usuarios, a través del Consejo, la identificación de los problemas específicos del sector, partiendo de las reclamaciones y consultas por ellas tramitadas, y a los efectos previstos en el artículo 4.2.c).

c) Que el Consejo no emita motivadamente un dictamen desfavorable sobre el contenido definitivo del código de conducta en el plazo de un mes desde que la entidad promotora se lo hubiera solicitado. La mera formulación de observaciones al código no supone la emisión de un dictamen desfavorable. El dictamen desfavorable únicamente podrá fundarse en el incumplimiento de los requisitos recogidos en este real decreto o en las normas de protección a los consumidores y usuarios.

Artículo 7. *Sistemas de resolución extrajudicial de conflictos.*

1. Los códigos de conducta que pretendan obtener el «distintivo público de confianza en línea» deberán establecer, como medio de solución de controversias entre los prestadores de servicios y los consumidores y usuarios, el sistema arbitral de consumo u otro sistema de resolución extrajudicial de conflictos que figure en la lista que publica la Comisión Europea sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores y que respete los principios establecidos por la normativa comunitaria a este respecto.

2. En los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos a que hace referencia el apartado anterior, podrá hacerse uso de medios electrónicos en la medida en que lo posibilite su normativa específica y con las condiciones previstas en ella.

3. La adhesión de los prestadores de servicios a uno de los sistemas mencionados en el apartado anterior es requisito necesario para la incorporación de los prestadores de servicios a los códigos de conducta.

Artículo 8. *Supervisión del cumplimiento de los códigos de conducta por los prestadores adheridos.*

1. Los códigos de conducta deberán incluir procedimientos de evaluación independientes para comprobar el cumplimiento de las obligaciones asumidas por los prestadores de servicios adheridos, y establecer un régimen sancionador adecuado, eficaz y disuasorio.

2. El procedimiento de evaluación que se prevea, que podrá realizarse íntegramente por medios electrónicos, deberá garantizar:

- a) La independencia e imparcialidad del órgano responsable de la evaluación y sanción.
- b) La sencillez, accesibilidad y gratuidad para la presentación de quejas y reclamaciones ante dicho órgano por los eventuales incumplimientos del código de conducta y la celeridad en todas las fases del procedimiento.
- c) La audiencia del reclamado y el principio de contradicción.
- d) Una graduación de sanciones que permita ajustarlas a la gravedad del incumplimiento. Esas sanciones deberán ser disuasorias, y podrá establecerse, en su caso, su publicidad o la suspensión o expulsión de la adhesión al código o a la entidad promotora, en el caso de que se trate de prestadores de servicios integrados en ella.
- e) La notificación al denunciante de la solución adoptada.

3. Las sanciones que se impongan a los prestadores de servicios por incumplimiento de los códigos de conducta deberán notificarse trimestralmente al órgano administrativo competente para la concesión y retirada del distintivo. Cuando dichas sanciones supongan la expulsión de la adhesión al código o la suspensión de sus derechos, la notificación deberá realizarse en el plazo de los cinco días siguientes a la adopción de la sanción.

CAPÍTULO III Obligaciones de las entidades promotoras

Artículo 9. *Obligaciones de las entidades promotoras de los códigos de conducta.*

Las entidades promotoras de códigos de conducta regulados en este real decreto tendrán las siguientes obligaciones:

a) Administrar el «distintivo público de confianza en línea», facilitar y gestionar su utilización por los prestadores de servicios adheridos al código de conducta adoptado por ellas y que, conforme a lo previsto en el artículo 7.3, le acrediten su adhesión al sistema extrajudicial de resolución de conflictos previsto en el código de conducta. Las entidades promotoras, asimismo, deberán informar al órgano administrativo competente para la concesión y retirada del distintivo sobre las adhesiones al código de conducta de nuevos proveedores de servicios o sobre las bajas, mediante la comunicación quincenal de las variaciones producidas.

b) Mantener accesible al público información actualizada sobre las entidades promotoras, el contenido del código de conducta, los procedimientos de adhesión y de denuncia frente a posibles incumplimientos del código, los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos que promueve el código y los prestadores de servicios adheridos a este en cada momento.

Esta información deberá presentarse de forma concisa y clara y estar permanentemente accesible por medios electrónicos.

c) Remitir al órgano administrativo competente para la concesión y retirada del distintivo una memoria anual sobre las actividades realizadas para difundir el código de conducta y promover la adhesión a este, las actuaciones de verificación del cumplimiento del código y sus resultados, las quejas y reclamaciones tramitadas y el curso que se les hubiera dado, las sanciones impuestas y cualquier otro aspecto que las entidades promotoras deseen destacar.

d) Evaluar periódicamente la eficacia del código de conducta, midiendo el grado de satisfacción de los consumidores y usuarios y, en su caso, actualizar su contenido para adaptarlo a los cambios experimentados en la tecnología, en la prestación y uso de los servicios de la sociedad de la información y en la normativa que les sea aplicable.

Esta evaluación deberá contar con la participación del Consejo de Consumidores y Usuarios en los términos previstos en el artículo 6 y tendrá lugar, al menos, cada cuatro años, salvo que sea precisa la adaptación de los compromisos del código a la modificación de la normativa aplicable en un plazo menor.

Los resultados de la evaluación se comunicarán a la Comisión Europea y al órgano administrativo competente para la concesión y retirada del distintivo.

e) Favorecer la accesibilidad de las personas que tengan alguna discapacidad o sean de edad avanzada a toda la información disponible sobre el código de conducta.

CAPÍTULO IV Concesión y retirada del distintivo

Artículo 10. *Órgano competente para la concesión y retirada del distintivo.*

La concesión y retirada del distintivo de confianza regulado en este real decreto, así como el ejercicio de las funciones dirigidas a velar por el mantenimiento de los requisitos que justifican su otorgamiento, corresponde al órgano competente en materia de consumo de la comunidad autónoma en que esté domiciliada la entidad promotora del código. Estas resoluciones tendrán validez en todo el territorio del Estado.

A los efectos de la publicidad del distintivo prevista en el artículo 13, estos órganos deberán comunicar al Instituto Nacional del Consumo los actos de concesión o retirada del distintivo, dándole traslado de toda la información precisa para cumplir con las obligaciones impuestas por el citado precepto, en los cinco días siguientes a la adopción de las respectivas resoluciones. En idéntico plazo, a los efectos de la publicidad y del establecimiento de la necesaria cooperación administrativa a través de la Comisión de Cooperación de Consumo, tales órganos competentes darán traslado al Instituto Nacional del Consumo de la información que le hayan facilitado las entidades promotoras conforme a los artículos 8.3 y 9.a), c) y d).

Artículo 11. *Otorgamiento del distintivo.*

1. Las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados en este real decreto presentarán su solicitud ante el órgano administrativo competente para la concesión y retirada del distintivo, a la que acompañarán de una copia del código, de la documentación acreditativa de la participación del Consejo de Consumidores y Usuarios y, en su caso, de haberse comunicado el proyecto de código a la Comisión Europea.

Asimismo, deberán aportar la documentación relativa a la adhesión de los prestadores de servicios que lo hayan suscrito al sistema extrajudicial de resolución de litigios que se prevea en el código.

2. En la tramitación de este procedimiento, el órgano competente para la concesión y retirada del «distintivo público de confianza en línea» podrá requerir cuantos informes estime pertinentes para valorar el alcance y contenido del código de conducta presentado y, en todo caso, con carácter preceptivo, el informe del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y de la Comisión de Cooperación de Consumo. En el caso de tratarse de códigos de conducta que afecten a actividades de venta a distancia deberá solicitarse el informe preceptivo de los órganos competentes en materia de inscripción, registro y control de estas empresas.

Asimismo, el órgano administrativo competente para la concesión y retirada del distintivo podrá solicitar el informe de los órganos competentes en materia de defensa de la competencia cuando, por el alcance y contenido del código, surgieran dudas sobre si puede afectar negativamente a la competencia.

3. Las resoluciones que se dicten en este procedimiento deberán ser motivadas y se publicarán en el diario oficial de la comunidad autónoma competente, conforme a lo previsto en el artículo 10, y en el «Boletín Oficial del Estado».

Dichas resoluciones serán recurribles conforme a lo previsto en el capítulo II del título VII de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 12. *Retirada del distintivo público de confianza.*

El derecho a la utilización y administración del «distintivo público de confianza en línea» podrá ser retirado si las entidades promotoras de los códigos de conducta reconocidos incumplen las obligaciones establecidas en este real decreto. La retirada del derecho a la utilización y administración del «distintivo público de confianza en línea» a una entidad promotora implicará la imposibilidad de su utilización por parte de los prestadores de servicios adheridos al código de conducta.

Asimismo, ante la inactividad de la entidad promotora y sin perjuicio de las medidas que pudieran adoptarse frente a ella por tal causa, podrá retirarse directamente el uso del distintivo a los prestadores de servicios que incumplan manifiesta y reiteradamente el código de conducta cuya adhesión les confiera tal derecho.

La retirada del distintivo de confianza se tramitará mediante un procedimiento contradictorio y contará con el informe preceptivo de la Comisión de Cooperación de Consumo; asimismo, podrá adoptarse como medida provisional la suspensión del derecho a utilizar el distintivo. La resolución por la que se retire el distintivo será recurrible conforme a lo previsto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 13. *Publicidad del distintivo.*

1. El Instituto Nacional del Consumo publicará en su página de Internet los códigos de conducta a los que se conceda el distintivo regulado en este real decreto; la relación de las entidades promotoras de dichos códigos y la de los prestadores de servicios adheridos; las sanciones impuestas a los prestadores de servicios por incumplimiento, si son públicas, especialmente cuando lleven aparejada la suspensión o expulsión del prestador de servicios del código o de la entidad promotora o la retirada del «distintivo público de confianza en línea», y la dirección establecida para la presentación de quejas por incumplimiento de los códigos y la de los órganos de resolución extrajudicial de conflictos previstos en los códigos de conducta.

2. Las entidades promotoras de los códigos de conducta a las que se haya concedido el derecho a la utilización y administración del distintivo regulado en este real decreto y los prestadores de servicios adheridos a tales códigos podrán usar, tanto gráficamente como por su denominación, el «distintivo público de confianza en línea» en todas sus manifestaciones internas y externas, incluidas las campañas de publicidad. Todo ello sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones de información al consumidor, en particular, en relación con la adhesión a sistemas extrajudiciales de resolución de conflictos.

3. Las entidades promotoras y los prestadores de servicios adheridos a los códigos de conducta deberán posibilitar el acceso al contenido del código y a la dirección habilitada

para presentar las quejas y reclamaciones a través de los soportes informáticos en los que se inserte el «distintivo público de confianza en línea».

CAPÍTULO V Actuaciones de control

Artículo 14. *Actuaciones de control.*

Cuando la utilización del «distintivo público de confianza en línea», contraviniendo lo dispuesto en este real decreto, constituya publicidad ilícita, el Instituto Nacional del Consumo y los órganos competentes en materia de consumo de las comunidades autónomas podrán iniciar el procedimiento sancionador o promover el ejercicio de las acciones judiciales que procedan, de conformidad con lo previsto en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, en el Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria, en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, o en las respectivas leyes autonómicas.

Disposición transitoria primera. *Adaptación de los códigos vigentes.*

Hasta el 31 de julio de 2006, las entidades promotoras de códigos vigentes en la fecha de entrada en vigor de este real decreto podrán solicitar la concesión del «distintivo público de confianza en línea», acreditando, en su caso, que se ha comunicado el proyecto adaptado a la Comisión Europea.

En tales supuestos, no será exigible la notificación previa al Consejo de Consumidores y Usuarios prevista en el artículo 6.a), y bastará con que se requiera la colaboración de dicho órgano, a través del procedimiento que en cada caso se acuerde, para la realización de las adaptaciones precisas para cumplir los requisitos exigidos en este real decreto.

Disposición transitoria segunda. *Período transitorio.*

1. Las disposiciones de este real decreto serán de aplicación a todos los procedimientos de concesión o retirada que estén en tramitación a su entrada en vigor. A tales efectos, el Instituto Nacional del Consumo trasladará al órgano competente para la concesión o retirada del «distintivo público de confianza en línea» la documentación que obre en su poder, y se abstendrá de realizar cualquier otra actuación de impulso del procedimiento.

2. Los «distintivos públicos de confianza en línea» que se hubieran concedido conforme a la normativa aplicable con anterioridad a la entrada en vigor de este real decreto mantendrán toda su vigencia. El Instituto Nacional del Consumo trasladará al órgano competente en cada caso toda la documentación que obre en su poder respecto de tales procedimientos al objeto de que dicho órgano ejerza las funciones de vigilancia que le atribuye el artículo 10.

3. Las solicitudes que se formulen tras la entrada en vigor de este real decreto se realizarán ante el órgano competente, conforme al artículo 10.

Disposición derogatoria única. *Derogación del Real Decreto 292/2004, de 20 de febrero.*

Se deroga el Real Decreto 292/2004, de 20 de febrero, por el que se crea el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico y se regulan los requisitos y procedimiento de concesión.

Disposición final primera. *Título y habilitación competencial.*

Este real decreto se dicta al amparo del artículo 149.1.1.^a, 6.^a, 8.^a y 21.^a de la Constitución y en ejecución de lo dispuesto en la disposición final octava de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

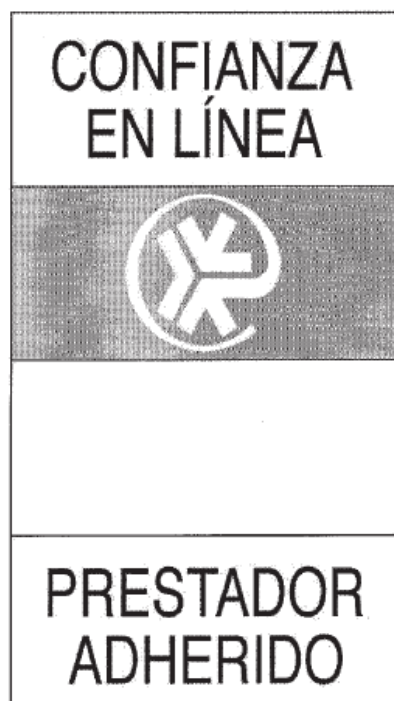
Disposición final segunda. *Facultad de aplicación.*

Los órganos competentes de las comunidades autónomas podrán adoptar las resoluciones precisas para la aplicación de lo dispuesto en este real decreto, en particular aquellas que posibiliten la gestión íntegra de los procedimientos previstos en él mediante la utilización de técnicas electrónicas, informáticas y telemáticas, de conformidad con lo previsto en la normativa vigente.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

ANEXO



Denominación: Distintivo Público de Confianza en Línea.

Construcción gráfica:

Una figura vertical constituida por cuatro rectángulos iguales de 45 mm de base por 20,25 mm de altura. Las medidas totales exteriores incluidos los cuatro elementos son 45 mm de base por 81 mm de altura. El segundo recuadro contiene una imagen mixta representativa de la expresión abreviada de la arroba y el logotipo de Arbitraje de Consumo.

Los rectángulos superior e inferior contienen los siguientes textos: el superior «CONFIANZA EN LÍNEA» y el inferior «PRESTADOR ADHERIDO», ambos en mayúsculas. La expresión «PRESTADOR ADHERIDO» se sustituirá por «CÓDIGO DE CONDUCTA» cuando el logotipo sea utilizado por la entidad promotora del Código. El tercer recuadro es un espacio en blanco para situar distintos logotipos.

Tipografía: Helvética, en su versión normal con un cuerpo de letra 22, interlineado sólido y escala horizontal 100.

Colores: Naranja y negro. El primero compuesto por: magenta 42%, amarillo 76% y el segundo, negro base. El logotipo arriba descrito figura calado en blanco sobre el fondo naranja.

Todas las líneas que forman el conjunto son en color negro de 0,5 puntos