

Expte: 711/2017/23995

MEMORIA DE VALORACIÓN DE LAS ALEGACIONES AL PROYECTO INICIAL DE MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR.**I. ANTECEDENTES**

La Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, en su reunión de 1 de marzo de 2018, aprobó el Proyecto Inicial de Modificación de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, abriendo un período de información pública durante un plazo de 30 días naturales al objeto de que los interesados pudieran examinar el expediente y formular las alegaciones que consideraran oportunas.

El citado plazo comenzó a contar a partir de la publicación del anuncio en el "Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid", que tuvo lugar el día 13 de marzo de 2018, finalizando el período de alegaciones el 12 de abril de 2018.

Durante el plazo concedido han presentado alegaciones:

1. [REDACTED]
2. [REDACTED]
3. [REDACTED] en nombre y representación de CEIM CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE MADRID CEOE.
4. [REDACTED] en nombre y representación de CLECE.
5. [REDACTED] en nombre y representación del COLEGIO OFICIAL DE APAREJADORES Y ARQUITECTOS TÉCNICOS DE MADRID.
6. [REDACTED]
7. [REDACTED] en nombre y representación de LUMENAD PUBLICIDAD LUMÍNICA DIGITAL, S.L.
8. [REDACTED] en nombre y representación de la Federación Regional de Asociaciones Vecinales de Madrid.
9. [REDACTED] en nombre y representación de la Asociación Cavas-Latina y de la Coordinadora de Asociaciones de Vecinos Madrid Centro.
10. [REDACTED] en nombre y representación de la Coordinadora de Asociaciones de Vecinos Madrid Centro.
11. Asociación de Vecinos Ópera Austrias (AVAUSTRIAS).
12. [REDACTED], en representación de la ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN.
13. [REDACTED]
14. Asociación de Vecinos de Chueca (AV Chueca).
15. [REDACTED] en representación de la Plataforma de Asociaciones por el Turismo, el Ocio, la Hostelería y la Cultura de la Comunidad de Madrid.
16. [REDACTED]
17. [REDACTED] y [REDACTED], en representación de Lurban Madrid, S.L.
18. [REDACTED], en representación de BLOW UP Media España, S.A.

19. [] en nombre y representación de SOPORTES Y MEDIANERAS, S.L.
20. [] en nombre y representación de BIG SIZE MEDIA, S.L.

II. ESTUDIO DE LAS ALEGACIONES FORMULADAS AL ARTICULADO DEL PROYECTO INICIAL

En el presente estudio se han agrupado las alegaciones en función de los alegantes y del orden de presentación de las mismas y su análisis se ha estructurado en tres apartados: en el primero de ellos, se expone resumidamente el contenido de las distintas alegaciones y observaciones formuladas; en el segundo, se efectúa la propuesta de estimación o desestimación de la observación correspondiente. Y, por último, en el tercer apartado, se fundamenta la valoración de las alegaciones formuladas y de la propuesta que se realiza sobre las mismas procediendo, en su caso, a la redacción definitiva del apartado o del artículo afectado.

ALEGACIONES PRESENTADAS AL PROYECTO INICIAL DE MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR.

1.- Formuladas por [] el 22 de marzo de 2018.

Propone modificar el artículo 35 para incluir la posibilidad de instalar señales de farmacia en la vía pública.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Al margen de que la interesada se limita a exponer su problemática particular, el artículo 35 de la Ordenanza no es objeto de la modificación.

No obstante, debe recordarse que, respecto a la instalación de elementos de señalización de farmacias en la vía pública, la Consulta Urbanística 95/2009 de la Secretaría Permanente de la Comisión de Seguimiento e Interpretación de la OMTLU, establece los criterios que deberían tenerse en cuenta como factores determinantes de la debida localización y señalización de las oficinas de farmacia.

2.- Formuladas por [] el 6 de abril de 2018.

En relación con los soportes identificativos regulados en el artículo 36, *hitos identificativos*, considera discriminatorio el trato que se dispensa a las actividades autorizadas en solares exentos de edificaciones, pues en este tipo de solares sólo se contempla su instalación a través de la autorización singular y con una vigencia temporal, a diferencia de los hitos que se instalan en parcelas edificadas y con una vigencia definitiva.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Los hitos identificativos se encuentran regulados en el Capítulo II del Título VII, junto con otros elementos de identificación, siendo su vigencia temporal de conformidad con el artículo 38.1. En consecuencia, esté o no edificada la parcela, la vigencia del hito será en todo caso temporal, sin que exista un tratamiento diferenciado.

No obstante, a raíz de las alegaciones formuladas, se ha comprobado que en el texto de la modificación se añadió por error que la altura del hito no puede superar la del edificio que identifica, por lo que no se conseguía el objetivo perseguido de facilitar la localización de actividades en edificios de poca altura.

Por este motivo, la redacción del artículo pasa a ser la siguiente:

"4.-Hitos identificativos y directorios.

En cada edificio de uso exclusivo no residencial se podrá instalar un hito de identificación del propio edificio y/o de la actividad en el espacio libre de parcela y dentro de la alineación oficial. Su altura será como máximo de doce metros (12 m). En el caso de identificar varias actividades que se ejerzan en el mismo edificio tendrán la denominación de directorio.

Su diseño y composición deberán integrarse en el proyecto de edificación sin que su instalación pueda suponer, en ningún caso, un peligro para las instalaciones y edificios existentes en la propia parcela, para las edificaciones colindantes y vías de circulación de vehículos. En el supuesto de colindar con vías con velocidad superior a 50 km/h, deberán respetar el régimen de distancias establecido en el artículo 28."

3.- Formuladas por [REDACTED], en nombre y representación de CEIM CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE MADRID-CEOE el 12 de abril de 2018.

• ASOCIACIÓN EMPRESARIAL HOTELERA DE MADRID

Primera.- Tras realizar una valoración de la regulación contenida en la Ordenanza sobre los elementos identificativos y publicitarios, alega que el artículo 35, relativo a los establecimientos con especiales necesidades de identificación, no se ha modificado, denunciando lo que considera resistencia municipal a fijar mediante Convenio una diferenciación específica en estos supuestos, la articulación de campañas de comprobación de la legalidad de los elementos de identificación de hoteles, y el hecho de que en la práctica, se exijan a los hoteles las mismas condiciones que al resto.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

En primer lugar, debe tenerse en cuenta que el artículo 35 no es objeto de la modificación.

Además, como ya se informó en su momento a la Asociación Empresarial Hotelera, el punto de partida para la suscripción de un Convenio debe ser, necesariamente, la elaboración por la Asociación de un listado de los establecimientos afectados, ya que las superficies, características y condiciones deben fijarse atendiendo a la tipología edificatoria y a la situación del mismo. En este sentido, resulta evidente que no se le pueden aplicar las mismas condiciones a un hotel situado en el Paseo del Prado que a otro situado en el Campo de las Naciones o que a un hostel en la calle Gran Vía.

Así mismo, se les informó de que, una vez delimitados los establecimientos que estarían incluidos en el Convenio, sería necesario crear un grupo de trabajo integrado por representantes de la Asociación, de la Agencia de Actividades y de la Dirección General del Espacio Público, Obras e Infraestructuras, donde se debatirían las propuestas de la Asociación y cuyas conclusiones servirían para elaborar el citado Convenio.

Debe decirse que, a día de hoy, no se ha recibido ninguna propuesta de la Asociación en este sentido, por lo que no puede admitirse que haya existido la resistencia municipal que denuncian, sino todo lo contrario.

Respecto a la Disposición Adicional Primera debe señalarse que, conforme al informe de Asesoría Jurídica de fecha de 6 de febrero de 2018 sobre el proyecto de modificación de la Ordenanza, "los convenios a los que se refiere no pueden infringir lo dispuesto con carácter general en su articulado, pues no cabe hacer reservas de dispensación a favor de ningún ente o colectivo y es un principio de básico la inderogabilidad singular de las disposiciones de carácter general o reglamentarias por resoluciones administrativas (art. 37 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas), prohibición aplicable también a los convenios."

Segunda.- Consideran que los vehículos de los hoteles deben estar excluidos de la prohibición establecida en virtud del artículo 2.2, que prohíbe la publicidad en cualquier tipo de vehículo o remolque.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

Se entiende que dichos vehículos ya están excluidos de la prohibición, pues se encuentran ligados al ejercicio de una actividad económica, siempre que en los mismos solo figure el nombre del hotel en el que prestan sus servicios de transporte, sin mención de productos y servicios.

No obstante para una mayor claridad y a fin de evitar equívocos se propone la siguiente redacción:

"2.- Se prohíbe la publicidad en cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado, excepto la que se realice amparada en un contrato administrativo y en aquéllos que, una vez estacionados, se transformen en instalaciones eventuales y accesorias para el desarrollo de una acción publicitaria. En aquellos vehículos que pertenezcan a actividades económicas, podrá figurar un elemento de identificación, nombre y/o logotipo de la razón social y/o actividad de la empresa o de su titular o de la marca comercial del producto, sin mención de promociones de productos y servicios.

La instalación de publicidad en vehículos auto-taxis se regulará por su normativa municipal específica."

Tercera.- En relación con el artículo 31, relativo a las muestras opacas, consideran que la norma debe excepcionar los elementos de identificación de los establecimientos hoteleros, permitiéndose unas dimensiones mayores.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Para estos supuestos se considera necesario acudir a las autorizaciones singulares, lo que permite que el Grupo Técnico de Publicidad valore las excepciones.

Cuarta.- En relación con el artículo 32, relativo a las muestras con iluminación, consideran anticuado el mantenimiento del régimen de distancias, ya que, de conformidad con los criterios puestos de relieve por ASERLUZ, técnicamente se pueden instalar sistemas de graduación de intensidad lumínica para evitar molestias.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

El interesado manifiesta que, técnicamente y de conformidad con los criterios puestos de relieve por ASERLUZ, se pueden instalar sistemas de graduación de intensidad lumínica que permitan eliminar el régimen de distancias establecido en el artículo 32, pero no aporta dichos criterios ni fundamenta de ningún modo su petición, sin que, en consecuencia, se tenga constancia de ninguna base técnica que permita eliminar definitivamente dicho régimen.

Quinta.- En relación con la modificación del artículo 36, consideran que no es apropiado que se impongan los mismos requisitos a los rótulos publicitarios y a los identificativos, por lo que solicitan el establecimiento de un régimen especial y específico al que pudieran acogerse los establecimientos hoteleros.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Al margen de que este aspecto no es objeto de la modificación, lo realmente relevante es que, independientemente de que el rótulo sea publicitario o identificativo, éste se instala en coronación, lo que hace necesario establecer una serie de exigencias en cuanto a retranqueos, alturas, posición, etc.

Sexta.- En relación con la modificación de la Disposición Adicional Primera, se solicita incluir la previsión de que mientras se tramite un Convenio, los hoteles que se encuentran incluidos en el mismo no podrán ser objeto de órdenes de desmontaje.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La Ordenanza únicamente puede establecer en la disposición transitoria un plazo de adaptación a sus nuevas determinaciones, pero no puede contemplar la medida propuesta.

• **ADESPESCA**

Primera.- Respecto al artículo 2.2, proponen que se haga constar expresamente que están excluidos de la prohibición de exhibir publicidad los vehículos destinados al reparto a domicilio.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTA PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

Se considera que no es necesario hacer constar expresamente esta precisión, ya que dichos vehículos se encuentran incluidos en la redacción actual, siempre que el vehículo esté ligado al ejercicio de una actividad económica, y siempre, eso sí, que en los mismos solo figure el nombre del establecimiento en el que prestan sus servicios de reparto sin mención de productos y servicios.

No obstante, nos remitimos a lo resuelto en las alegaciones que, sobre este mismo artículo, se han realizado por la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid.

Segunda.- Respecto a los artículos 31, 32, 33 y 34, relativos a muestras opacas, muestras con iluminación, toldos y otros elementos flexibles y banderolas, respectivamente, no entienden el por qué de las diferentes condiciones que se establecen en función de las zonas. Además no consideran adecuado establecer medidas fijas.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

No se cuestiona la nueva redacción dada a los artículos y las cuestiones planteadas por el alegante ya estaban así recogidas en la Ordenanza vigente.

Tercera.- Respecto al artículo 38.1, relativo a la vigencia de las autorizaciones y licencias que indican la denominación de personas o ejercicio de actividad mercantil, tiene que ser permanente.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Dentro de los elementos de identificación, sólo los regulados en el Capítulo II del Título VII *Rótulos y otros elementos de identificación*, tienen una vigencia temporal; la vigencia del resto de elementos identificativos es indefinida.

Cuarta.- Proponen la modificación de los artículos 44.1 y 45.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Como señala el propio interesado, estos preceptos no son objeto de la modificación.

* CEIM

En relación con los artículos 9 y 29, consideran que hay una contradicción entre lo prohibido en el artículo 9 y lo permitido en el artículo 29.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

No existe la contradicción apuntada, toda vez que el artículo 9 se refiere a soportes publicitarios y el 29 a soportes identificativos; en este sentido, se está confundiendo la actividad publicitaria con la difusión de la actividad empresarial, que se realiza mediante los elementos de identificación y señalización de las actividades.

De este modo, es la actividad publicitaria la que queda restringida en el artículo 9 y no la identificación de las actividades.

4.- Formuladas por [REDACTED] en nombre y representación de CLECE el 12 de abril de 2018.

Primera.- En relación con el artículo 1.2 k) solicitan que, al definir la *autorización especial*, se haga la precisión de que cuando se habla de *acción publicitaria municipal* se incluya, no sólo al Ayuntamiento, sino también a cualquier entidad de derecho público de la que forme parte el Ayuntamiento.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

No puede aceptarse la propuesta realizada, toda vez que la mera participación del Ayuntamiento en una entidad de derecho público junto con otros organismos públicos y/o privados, no es suficiente para que la acción revista carácter municipal.

Segunda.- En relación con el artículo 21, relativo a emplazamientos susceptibles de instalación de soportes publicitarios, se realizan las siguientes consideraciones:

- En primer lugar, el circunscribir la publicidad permitida a los productos que se comercializan en el establecimiento, puede exceder del ámbito competencial del Ayuntamiento.
- El término *exclusivo* ligado al uso comercial al que se refiere el artículo 21, es incompatible con el uso exclusivo industrial y viceversa, de modo que quedan excluidos los edificios con uso comercial e industrial.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

El hecho de que la Ordenanza distinga entre soportes publicitarios e identificativos, definiendo unos y otros, no significa que exista una extralimitación competencial. De este modo, *soporte identificativo* es tanto aquél que

tiene como finalidad informar de dónde se ejerce una actividad, como el que tiene por objeto informar de los productos o servicios que se comercializan en un establecimiento.

En este sentido, era necesaria una regulación específica de los elementos que pueden instalarse en las fachadas de los edificios de uso comercial y/o industrial, a modo de escaparate, regulando las condiciones de los soportes destinados a exhibir una muestra de los productos y/o servicios que se comercializan en el mismo. Así mismo, se han limitado los emplazamientos a edificios con este tipo de usos, porque la experiencia de estos años ha puesto de manifiesto que la instalación de soportes en edificios de uso terciario distinto al comercial es inexistente.

En segundo lugar se aceptan las alegaciones referidas a los usos y se propone la siguiente redacción.

"1.- Se consideran como emplazamientos susceptibles de instalación de soportes publicitarios para el anuncio de productos y/o servicios que se comercialicen en el establecimiento, las partes ciegas de las fachadas de edificios de uso exclusivo terciario comercial situados en la zona 2, previo informe favorable de la comisión competente en materia de protección del patrimonio, y en las zonas 3 y 4, y/o de uso exclusivo industrial situadas en zonas 3 y 4."

Tercera.- En relación con el artículo 1.2 consideran innecesaria la ampliación que se efectúa en la letra n), ya que si la limitación de publicidad en las vías de circulación superior a 50 km/h, obedece a la velocidad (superior a 50 km/h), se hace innecesaria la ampliación para otras que, aun dando acceso a las anteriores, tienen fijada una velocidad inferior.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Con la nueva redacción no se realiza una ampliación, sino que se concreta el ámbito de aplicación del artículo, especificando que los enlaces de entrada y salida a las mismas están incluidos.

Cuarta.- En relación con el artículo 8.3, que pretende garantizar la debida integración de la actuación publicitaria o identificativa en el ambiente urbano, consideran que los informes de las Comisiones competentes en materia de protección del patrimonio y del paisaje urbano tendrían que ser previos al requerimiento de modificación de materiales, técnicas o diseños específicos.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTA PERO SE MODIFICA PARCIALMENTE LA REDACCIÓN DEL ARTÍCULO 8.3 A EFECTOS DE ACLARAR EL CONTENIDO DEL MISMO.

JUSTIFICACIÓN:

Conforme establece el artículo 8.3, es en aquellos supuestos en los que los servicios técnicos municipales lo consideren necesario, cuando puede exigirse la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos, previo informe de la comisión competente en materia de protección del patrimonio. Se modifica la redacción con el fin de aclarar que es el técnico municipal quien, en los casos en que lo considere necesario, elevará la propuesta de utilización de materiales, técnicas o diseños específicos a las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio.

En este sentido, el apartado 3 del artículo 8 queda redactado del siguiente modo:

"Cuando por los servicios técnicos municipales se considere necesario para lograr la debida integración de la actuación publicitaria o identificativa en el ambiente urbano, se podrá exigir, la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos, previa justificación y previo informe de la comisión competente en materia de protección del patrimonio."

5.- Formuladas por [REDACTED] en nombre y representación del COLEGIO OFICIAL DE APAREJADORES Y ARQUITECTOS TÉCNICOS DE MADRID el 12 de abril de 2018.

Primera.- En relación con el artículo 31, proponen revisar la justificación del incremento de superficie de 0.09 metros cuadrados, a 0,30, y solicitan que se mantenga el texto vigente.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Con la modificación propuesta, se pretende corregir un error existente en la actual Ordenanza, ya que la redacción vigente impide aplicar el criterio de superficie, al referirse la medida únicamente a la longitud del lado, por lo que resulta necesario limitar el número de lados del polígono.

En segundo término, para fijar la medida actual se ha tenido en cuenta lo dispuesto en el artículo 33.1b) de la anterior Ordenanza (la Ordenanza de Protección del Paisaje Urbano), el cuál establecía que la identificación debía inscribirse en un polígono de superficie no mayor a 0,20m², motivo por el que se ha aumentado a 0,30m².

Segunda.- En relación con el artículo 38.1 y, en concreto, respecto al incremento del periodo de carencia de la instalación de lonas de 5 a 10 años, se pone de manifiesto que los abusos en este tipo de instalaciones tienen que ser atajados con la labor inspectora de la Administración y no con este tipo de medidas.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La ampliación del periodo de carencia de 5 a 10 años, aunque tiene por objeto responder a la creciente instalación de lonas publicitarias en emplazamientos emblemáticos de Madrid, pretende también tener en consideración que aquéllas constituyen soportes mayoritariamente ligados a la realización de obras de conservación, por lo que la medida se ha introducido, sobre todo, para fijar de un modo objetivo la duración del periodo de carencia. Para determinar esta duración se ha considerado oportuno recurrir, por ello, a la Ordenanza de Conservación, Rehabilitación y Estado Ruinoso de las Edificaciones, la cual establece un plazo de 10 años a los propietarios para pasar la Inspección Técnica de los Edificios.

Tercera.- Se propone incluir en el Anexo III relativo a los criterios generales de la CPPHAN de aplicación en el ámbito de la OPE, criterios aplicables a los banderines.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Estos criterios son fijados por la CPPHAN y no se pueden alterar.

Cuarta.- Proponen que se incorpore al texto una regulación de los elementos de identificación en los supuestos en que concurren circunstancias que limiten o impidan su visión.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

En estos casos puede acudir a la figura de la autorización singular, que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de soportes y el ejercicio de la actividad de identificación visible desde la vía pública, no contemplados en la Ordenanza.

6.- Formuladas por [] el 12 de abril de 2018.

Primera.- En relación con el artículo 36.2, relativo a la instalación de rótulos en fachada, solicita que se vincule la altura del rótulo a las dimensiones del edificio, de forma similar a lo que se hace en el artículo 22.4

RESOLUCIÓN: SE ACEPTA PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

Examinadas las alegaciones del interesado, se considera justificada la propuesta realizada, si bien, en lugar de establecer la altura del rótulo en la forma propuesta, se ha considerado más adecuado vincularla a la altura del edificio, de forma análoga a la solución adoptada para los rótulos en coronación.

En este sentido, los apartados 1 y 2 del artículo quedan redactados del siguiente modo:

"Se entiende por rótulos de identificación los elementos que, situados en las fincas sobre las que tengan título legal suficiente, sirvan para indicar la denominación del propio edificio o de las personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a las que se dedican sin que, en ningún caso, puedan tener finalidad publicitaria.

1.- Rótulos en coronación

a) Se podrán instalar en los edificios de las zonas 1, 2 y 3. En los edificios en la subzona 2.1 serán objeto de autorización singular. La identificación en coronación excluye la identificación en fachada y viceversa.

b) Solo podrá identificarse una actividad por edificio. Podrá autorizarse con carácter singular la instalación como máximo de dos rótulos, en el caso de que coexistan varias actividades en el mismo edificio, o tratándose de una misma actividad, la tipología edificatoria y/o su situación impidan su adecuada visualización.

c) A los rótulos de identificación que se sitúen en coronación de edificios se les aplicarán las condiciones establecidas en cuanto a dimensiones y características en los artículos 15 y 16.

2. Rótulos en fachada

a) Se podrán instalar en los edificios de las zonas 1, 2 y 3.

b) Solo podrá identificarse una actividad por edificio. Podrá autorizarse con carácter singular la instalación como máximo de dos rótulos, en el caso de que coexistan varias actividades en el mismo edificio, o tratándose de una misma actividad, la tipología edificatoria y/o su situación impidan su adecuada visualización.

c) Podrá colocarse un elemento de identificación opaco, luminoso o mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto mediante letras sueltas, en la franja de la fachada correspondiente a la última planta del edificio, por encima de la línea de huecos y sin cubrir éstos. Su altura no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la del edificio, con un máximo de 5,50 m. La instalación de soportes luminosos estará sujeta al cumplimiento del régimen de distancias establecido para los rótulos en coronación."

Segunda.- Solicita que se mantenga el seguro de responsabilidad civil cuando la actividad publicitaria requiera licencia urbanística por implicar la realización de obras o instalaciones.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTA

JUSTIFICACIÓN:

La exigencia de disponer de una póliza de seguro no se ha eliminado, sino que únicamente se ha suprimido la determinación de los importes en función del tipo de soporte o actuación. No obstante, para reducir las trabas no justificadas conforme a la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, se sustituye la obligación de presentar la póliza por un certificado de la entidad aseguradora, de manera que el artículo 46 queda redactado del siguiente modo:

"El titular de la licencia, o autorización publicitaria o identificativa, antes de su retirada, deberá aportar certificado de la entidad aseguradora de que la póliza de seguro de responsabilidad civil está vigente y su importe es suficiente a su juicio, para cubrir los posibles daños a personas o cosas.

Asimismo, deberán disponer de póliza las actuaciones sujetas a declaración responsable o comunicación previa, extremo que el interesado declarará en la correspondiente solicitud."

Por este motivo, se suprime la obligación de aportar el certificado de la entidad aseguradora recogida en el apartado i) del artículo 43.

7.- Formuladas por [REDACTED] en nombre y representación de LUMENAD PUBLICIDAD LUMINICA DIGITAL, S.L., el 12 de abril de 2018.

El interesado considera que el hecho de que la Ordenanza no autorice las proyecciones luminosas como medio para ejercer la actividad publicitaria, supone una vulneración de la libertad de empresa, contraviniendo el artículo 5.3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y los artículos 1.1 d) y 4.2 de la Ley 15/2007, de 3 julio, de Defensa de Consumidores, además de que parece haber obviado el informe del Grupo Técnico de Publicidad de 2 de febrero de 2015, en el que se recomendaba que esta modalidad fuera tenida en cuenta en futuras modificaciones de la Ordenanza.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

Respecto a la vulneración del principio de igualdad y de los artículos de las distintas normativas invocadas, citaremos diversas Sentencias en las que se analizan con detalle los aspectos alegados.

- Sentencia de 3 de julio de 2012 dictada por el Juzgado Contencioso Administrativo nº 25:

"III.- Los argumentos utilizados por el Tribunal Supremo para determinar la legalidad del artículo 2.2 de la Ordenanza de Publicidad Exterior del Ayuntamiento de Madrid son también aplicables en este proceso porque existe igualmente un distinto trato de las instalaciones publicitarias en parcelas dotacionales municipales y las que se pretendan instalar en las dotacionales de titularidad distinta a la municipal, pero la distinta regulación no es discriminatoria, ni carente de justificación, porque es diferente la finalidad perseguida y la autorregulación y control medioambiental que lleva al Ayuntamiento al control de este modo la publicidad exterior en este tipo de terrenos, dotacionales públicos, mediante una contratación pública sometida al principio de libre concurrencia, en la que el lugar de ubicación, y demás circunstancias de la publicidad exterior se fiscalizan por la Administración teniendo en consideración el interés general al establecer la regulación de las características y clases de soporte publicitario admisible y los emplazamientos susceptibles de instalación, y mantenimiento y mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid, tal y como afirma la Letrada de la Administración demandada, teniendo en consideración los objetivos de prevención y corrección de la contaminación lumínica y visual, el fomento de la utilización de las fuentes de energía renovable, la reducción de la intrusión luminosa en el entorno doméstico.

Todas estas cuestiones son controladas por la Administración a través de la ordenanza y no implican la vulneración de los principios de libertad de empresa e igualdad invocados por el recurrente."

- Sentencia de 31 de enero de 2013 dictada por el Juzgado Contencioso Administrativo nº 13:

"Quinto.- De lo anteriormente expuesto se desprende que la Ordenanza diferencia la publicidad en zonas como la del presente recurso, de forma que está prohibida cuando los terrenos son de propiedad privada y es posible cuando los terrenos son demaniales, de ahí que deba traerse a este procedimiento la jurisprudencia del Tribunal Supremo sobre la materia, en concreto la que analiza el artículo 2.2 de esta

Ordenanza, artículo en donde, al igual que en el presente caso, se prohibía la publicidad en vehículos privados y se permitía en los públicos.

A este respecto debe señalarse que el Tribunal Supremo en Sentencia de 13 de marzo de 2012, reconoce la competencia del ayuntamiento de Madrid y declara conforme el citado artículo señalando lo siguiente:

Desde esta perspectiva es claro que la prohibición que dispone el artículo que anula la sentencia de instancia e impide "la publicidad en cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado, excepto la que se realice en los vehículos destinados al transporte público de viajeros" es conforme a Derecho. Y lo es porque no pone en cuestión la libertad de empresa que en el marco de economía de mercado reconoce el artículo 38 de la Constitución por el hecho de que ordene la publicidad exterior en la ciudad en cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado en la vía pública, restringiéndola a la que se realice en los vehículos destinados al transporte público de viajeros. Y ello porque esa prohibición o restricción en nada afecta al desarrollo de la libre iniciativa empresarial en los distintos ámbitos publicitarios y tampoco introduce un factor determinante en materia de la libre competencia. La restricción de esa publicidad no busca más que la protección del medio ambiente urbano evitando el exceso que de otro modo podría producirse con el uso indiscriminado de esa publicidad e, igualmente, la posible mayor saturación del tráfico que esa publicidad exterior en movimiento de vehículos o en el estacionamiento de los mismos en determinadas vías urbanas podría producir. Tanto más que por otra parte el precepto cuestionado sí permite esa publicidad exterior que podríamos calificar de discreta o menos contaminante del paisaje de la ciudad, cuando admite que "en aquellos vehículos que pertenezcan a actividades económicas podrá figurar un elemento de identificación, nombre y/o logotipo de la razón social de la empresa o de su titular o de la marca comercial del producto, sin mención de promociones de productos y servicios".

Y, por último, y sobre esta cuestión parece razonable el que la publicidad exterior se autorice en los vehículos destinados al transporte público de viajeros, puesto que el uso de la misma está amparado por las peculiaridades que el mismo posee como son la limitación del número de vehículos en superficie, sus horarios, y la libre concurrencia en la adjudicación de los espacios publicitarios. Circunstancias todas ellas que permiten un uso razonable de esa publicidad sin perjudicar los valores que explícitamente la Ordenanza trata de preservar."

♦ Sentencia del TS de 22 de julio de 2002

"Contrariamente a lo sostenido por la parte actora, con la regulación de esta actividad de propaganda mediante carteles publicitarios, no se contraviene la reserva de Ley que proclama el artículo 53.1 de la Constitución Española (RCL 1978, 2836 y ApNDL 2875) para regular el derecho de libertad de empresa también proclamado en el artículo 38 de la misma norma suprema, puesto que la Ordenanza cuestionada no está regulando sobre tal derecho ...; ni tampoco contraviene, indirectamente, aquel derecho constitucional a la libertad de empresa en el marco de una economía de mercado por el hecho de haber regulado los espacios donde deben colocarse las carteleras publicitarias, y ello porque, según el artículo 3 de la Ordenanza, se permiten vallas publicitarias en: obras de edificación, en solares edificables entre medianeras, en medianeras de edificios, en los báculos de alumbrado público y en la planta baja de los edificios en tanto que el local comercial permanezca desocupado, aparte del mobiliario urbano que para aquel fin se adjudique mediante las correspondientes concesiones, a que se refiere el artículo 4 de la Ordenanza, lo que demuestra que existen espacios racionalmente suficientes para la colocación de carteleras de publicidad y no puede basarse el alegado tropello, en posibles y futuras intenciones torticeras del Ayuntamiento de Gijón en los contratos de concesión del uso del dominio público para la colocación de carteles, pues ello no pasa de ser una mera sospecha..., cuestión que enlaza con la alegada desviación de poder, alegación que, así mismo ha de ser rechazada porque para apreciarla, como se deduce de lo dispuesto en el artículo 83.3 de la Ley Jurisdiccional, se exige la cumplida prueba, o demostración, o convicción moral, de que las motivaciones del acto fueron ajenas al interés público..., y es lo cierto que de todo lo actuado, pese a que puede que se hayan limitado los espacios ajenos al dominio público donde se puedan colocar carteleras publicitarias, no cabe duda que éstos existen, que son compatibles con los concedidos en el dominio público y que del contrato de concesión de estos

últimos no puede deducirse la existencia de una actuación con finalidad contraria al interés general, cual es la distribución racional de los espacios para carteles publicitarios para lo cual el Ayuntamiento, en desarrollo del ordenamiento urbanístico, tiene potestad discrecional."

En definitiva, a la vista de la jurisprudencia apuntada, hay que recordar que la vulneración de la libertad de empresa y del principio de igualdad no es un derecho absoluto que no pueda ser objeto de limitaciones cuando conlleva consecuencias negativas susceptibles de control y que justifican las restricciones. En definitiva, establecer controles sobre la actividad que pueda tener carácter molesto o nocivo para el medio ambiente, como ocurre en este supuesto, sirve para justificar la restricción de determinadas actividades.

El principio de interdicción de la arbitrariedad establecido en el artículo 9.3 de la Constitución, implica que las autoridades no pueden tomar decisiones arbitrarias, entendiéndose por tales, fundamentalmente, aquellas que supongan una infracción del principio de igualdad de trato de los administrados ante la aplicación de la ley y las reglas objetivamente determinadas. En este caso, este artículo de la Ordenanza es de aplicación general a todas las personas afectadas, sin diferenciación alguna entre los administrados que actúan en esta modalidad publicitaria.

No debe olvidarse que las instalaciones publicitarias responden a un tipo de publicidad diferente, que se ejerce por empresas especializadas. Por ello, las condiciones que debe cumplir cada tipo de soporte no implican un tratamiento discriminatorio –positivo o negativo– frente a los demás, sino que responden a sus propias características y al impacto que tienen en el entorno.

Otro aspecto a tener en cuenta es que el soporte o los soportes en los que se exhibe un mensaje publicitario, al afectar directamente al entorno urbano y a los lugares en donde se instalan, inciden en el régimen urbanístico, tal y como se regula en el artículo 151.1 o) de la Ley 9/2001, del Suelo de la Comunidad de Madrid, que establece que la colocación de carteles y vallas de propaganda visibles desde la vía pública queda sujeta a licencia urbanística. Por lo tanto, tal actividad, en cuanto incide e influye en una pluralidad de actividades urbanísticas, abarca varios aspectos que pudieran verse afectados, tales como utilización del suelo, limitaciones, características estéticas de la ciudad, prohibición de usos, seguridad de los soportes, ornato..., etc.

En consecuencia, la actuación administrativa debatida queda al margen del ámbito publicitario, siendo una actuación urbanística que no afecta ni a la libertad de empresa, ni a otros ámbitos que, si bien están interrelacionados con la actividad, resultan ajenos a la perspectiva urbanística. En este sentido, el Municipio tiene reservada la competencia obligatoria y primaria del Urbanismo en virtud del artículo 25.2 a) de la ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local y, más concretamente, de planeamiento, gestión, ejecución y disciplina urbanística. Lo que justifica legalmente que el municipio controle la colocación de carteles publicitarios visibles desde la vía pública.

Además, la capacidad de los ayuntamientos para regular esta clase de publicidad se ha reconocido en abundantes sentencias, en las que se considera que son conformes a Derecho las Ordenanzas municipales que regulan los aspectos publicitarios que inciden en el medio ambiente de las ciudades. Los Tribunales han establecido que los ayuntamientos no pueden entrar a regular el contenido de la publicidad pero sí aquellas manifestaciones de la actividad publicitaria que afectan directamente a los intereses de la comunidad vecinal.

La Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior está limitando temporal y localmente la instalación de soportes publicitarios porque se ha decidido mantener una determinada estética o, si se quiere, un determinado paisaje en el término municipal de Madrid, sin que por ello se infrinja principio alguno, ya no existe un derecho previo o indiscriminado a instalar soportes publicitarios.

Por tanto, en ningún caso puede entenderse que la actuación del Ayuntamiento sea arbitraria, desigual y desproporcionada, dado que su intervención encuentra plena justificación en el impacto que tendría y en la contaminación visual que produciría en el entorno urbano, la proliferación de instalaciones publicitarias. La selección de las actividades autorizadas no debe entenderse como arbitraria ni discriminatoria sino como un instrumento para impedir el uso publicitario indiscriminado.

No obstante lo anterior, dado que se comparten varios de los argumentos invocados por el interesado respecto a la integración en el paisaje urbano de esta nueva modalidad publicitaria, se propone autorizar proyecciones en medianeras situadas en zona 3. De este modo, dentro del apartado 1 letra a) del artículo 3, dedicado a las autorizaciones singulares, se incluye el siguiente supuesto:

“El ejercicio de la actividad publicitaria mediante proyección luminosa sobre medianeras situadas en zona 3.”

8.- Formuladas por [REDACTED], en nombre y representación de la Federación Regional de Asociaciones Vecinales de Madrid, por [REDACTED] en nombre y representación de la Asociación Cavas- Latina, Asociaciones de Vecinos de Centro, por la Asociación de Vecinos Ópera Austrias y por la Asociación de Vecinos de Chueca, el 12 de abril de 2018.

Primera.- Proponen la siguiente redacción del artículo 1.1:

*La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las actividades de publicidad exterior; cualquiera que sea el método utilizado, soporte y la ubicación de los mensajes publicitarios; con el fin primordial de que esta actividad **no atente contra la dignidad de todas las personas o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución**, a la vez que permita controlar su afección el paisaje urbano de la imagen de la ciudad de Madrid, teniendo muy presentes los objetivos de prevención y corrección de la contaminación lumínica y visual y acústica, el fomento de la utilización de fuentes de energía renovable y la reducción de la intrusión lumínica en el entorno doméstico.*

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

De acuerdo con la Exposición de Motivos, el contenido de la publicidad, como toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones, **no es objeto de regulación por la Ordenanza al exceder de su ámbito competencial.**

El título competencial que habilita al Ayuntamiento para regular la publicidad exterior se deriva de la reconocida en el artículo 25.2 b) de la Ley 7/1985 de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, que atribuye al municipio competencias en materia de protección del medio ambiente urbano.

En este sentido, la Sentencia de la Sala de lo Contencioso-Administrativo del TSJ de Madrid de 18 de noviembre de 2010, dictada en el recurso 336/2009 interpuesto precisamente contra determinados artículos de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, señala que el contenido de la publicidad o mensaje publicitario no es competencia del Ayuntamiento y, por consiguiente, éste no puede regularlo al ser materia reservada al Estado y las Comunidades Autónomas, debiendo ceñirse los municipios a regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior en su término municipal.

En definitiva, el objeto de la Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior no es la regulación de la publicidad, materia regulada por ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, sino regular los medios a través de los cuales se produce la actividad publicitaria, sin entrar en su contenido, motivo por el que no puede introducirse la previsión de que la publicidad **no atente contra la dignidad de todas las personas o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución.**

Segunda.- Se propone la siguiente redacción del artículo 1.2 apartados b) y d):

b) Publicidad exterior: la que es visible desde las vías y espacios públicos, siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios

privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurren por lugares o ámbitos de utilización común, independientemente de la ubicación de la instalación de la misma. O aquella que es visible desde los espacios cerrados privados estando ubicada en el exterior de los mismos.

d) Acciones publicitarias: presentaciones, promociones, acciones de comunicación, campañas publicitarias y actuaciones publicitarias no convencionales con actores y/o público mediante prácticas mercadotécnicas denominadas de street marketing que se realicen en la vía pública o en espacios de titularidad privada visibles desde la vía pública y cuya ejecución no requiera la utilización de soportes publicitarios fijos, con independencia de la exhibición expresa o no de marcas.

Las acciones publicitarias pueden ser efímeras, si su duración es igual o inferior a tres horas diarias, o de patrocinio, sin límite de duración, siempre que se ajusten a lo dispuesto en el artículo 11.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

El apartado b) no ha sido objeto de modificación, y la del apartado d) establece un límite diario de duración de las acciones efímeras pero no fija una duración total, sin que por este motivo pueda aceptarse.

Tercera.- Se propone la siguiente redacción de los apartados a), y d) del artículo 2.1:

*a) La fijación de publicidad o propaganda mediante carteles, pegatinas, etiquetas, **alfombrado, banderolas, roll up, fótem, estandartes, recubrimientos**, proyecciones y otros procedimientos similares y la realización de inscripciones y dibujos con motivos publicitarios, salvo en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, sobre paramentos de edificios e instalaciones, pavimentos, muros, monumentos, obras públicas, arbolado, elementos de mobiliario urbano, señalización vertical informativa y de tráfico, alumbrado, regulación del tráfico, registros de instalaciones o cualquier otro servicio público.*

*c) Reparto o entrega en vía pública de folletos, anuncios, pegatinas o cualquier otra clase de producto publicitario, excepto el que se realice de forma **limitada** controlada y dirigida a los participantes en el marco de una acción publicitaria.*

*d) Abordar a los viandantes que transitan en la vía pública ofreciendo información de un producto o servicio, con una finalidad **comercial y/ o** publicitaria de conformidad con lo previsto en el artículo 2.1 de la Ley General de Publicidad.*

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Las modificaciones propuestas únicamente consisten en la introducción de pequeños matices en la redacción.

Cuarta.- Se propone la siguiente redacción del artículo 2.3:

*3.- La utilización de medios publicitarios sonoros está expresamente prohibida dentro del ámbito general de esta Ordenanza, rigiéndose su régimen disciplinario y sancionador por la normativa específica de protección del medio ambiente urbano frente a la contaminación acústica. Se podrá utilizar sonido en el marco de acciones publicitarias, previo informe favorable del órgano con competencias en materia de contaminación acústica **excepto en las Zonas de Protección Acústica Especial.***

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Entendemos que la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior no puede establecer límites en esta materia, sino que ha de ser el órgano con competencia en materia de contaminación acústica el que, en su caso, determine en su informe aquellas medidas que considere convenientes.

Quinta.- Se propone la siguiente redacción del artículo 3.1:

1.- Se podrán conceder autorizaciones singulares definidas en el artículo 1.2., que amparen:

a) Actuaciones y elementos publicitarios tales como:

- *La instalación de soportes publicitarios con pantallas de tecnología led o análoga **sin volumen o cualquier otro efecto añadido en los soportes publicitarios.***
- *La difusión de acontecimientos relevantes de carácter institucional, cultural, deportivo, social y otros de singular importancia en edificios con independencia de la zona en la que se encuentren y de su nivel de catalogación, podrá realizarse mediante proyecciones luminosas. El plazo máximo de las proyecciones será de cinco días **SIN superar, excepcionalmente, los límites de luminancia establecidos en el artículo 7. Al final de la emisión podrán exhibirse las marcas o logotipos de los patrocinadores o colaboradores del evento, de modo que su presencia sea inequívocamente patrocinar el evento y no publicitar la marca.***

b) Actuaciones y elementos identificativos tales como:

- *La identificación de edificios que por sus características técnicas y diseños arquitectónicos lo requieran, **ubicados fuera del Recinto Histórico, ubicados fuera del Área de Planeamiento Específico del Centro Histórico APE 00.01 o APECH.***
- *La instalación de pantallas de tecnología led o análoga, en establecimientos no incluidas en el artículo 29, sin que en ningún caso puedan utilizarse en sustitución de los elementos de señalización e identificación de actividades y establecimientos regulados en el Título VII, **ubicados fuera del Recinto Histórico, ubicados fuera del Área de Planeamiento Específico del Centro Histórico APE 00.01 o APECH.***

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

De la redacción propuesta para el apartado a) parece deducirse que se confunde volumen de un cuerpo, con volumen de sonido. Debe aclararse que en este apartado lo que se somete a autorización singular es la colocación sobre un soporte tradicional de un cuerpo con volumen, como, por ejemplo, la colocación de un balón con volumen en una cartelera publicitaria en la que se anuncia un partido de fútbol.

Por lo que se refiere a las proyecciones, el plazo de duración no ha sido modificado, si bien, dada su escasa duración, no se ve inconveniente en que se excedan los niveles máximos de luminancia, a lo que se añade el hecho de que el interesado no fundamenta su propuesta en contrario.

En cuanto a la redacción del apartado b), tampoco se determina el fundamento de que las solicitudes de identificación de los edificios *ubicados fuera del Recinto Histórico, ubicados fuera del Área de Planeamiento Específico del Centro Histórico APE 00.01 o APECH* se tramiten como autorización singular.

Sexta.- Se propone una nueva redacción del artículo 7.1 en relación con los horarios de funcionamiento.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

El aspecto propuesto no es objeto de la modificación.

Séptima.- Se propone la siguiente redacción de los apartados 2 b) y 4 b) del artículo 7:

"2.- Se fijan las siguientes condiciones de la iluminación para los soportes con iluminación.

b) No se permitirá la iluminación de los soportes publicitarios utilizando energía producida por cualquier grupo autónomo de combustión interna, excepto para aquellas actuaciones publicitarias sujetas a autorización especial cuando resulte estrictamente necesario para su realización, y nunca en las Zonas de Protección Acústica Especial.

Con carácter general se utilizará, siempre que la instalación lo permita, dispositivos de ahorro energético y fuentes de energía renovables."

"4.- A los soportes con tecnología de iluminación digital – sistemas de diodos emisores de luz u otros similares- se les aplicará el siguiente régimen.

*b) La orientación del haz de luz siempre será descendente para evitar la contaminación lumínica. En la licencia publicitaria o identificativa se fijarán las condiciones técnicas de la iluminación y las del horario de cada instalación de acuerdo con el proyecto técnico presentado. **Por el impacto producido sobre la población residente, dichos proyectos técnicos serán obligatoriamente sometidos a información pública durante un periodo de 1 mes a la población residente directamente afecta en una distancia de 150 metros.**"*

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Respecto a la modificación del apartado a), como ya se ha señalado anteriormente, la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior no puede establecer límites en esta materia, sino que ha de ser el órgano con competencia en materia de contaminación acústica el que, en su caso, determine en su informe aquello que considere conveniente.

En segundo lugar, tampoco puede aceptarse el sometimiento a información pública de los proyectos técnicos, ya que la actuación no está recogida entre los supuestos sometidos a Evaluación Ambiental de conformidad con la Ley 2/2002, de 19 de junio, de Evaluación Ambiental de la Comunidad de Madrid.

Octava.- Se propone eliminar el artículo 7.5 de la Ordenanza original

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

El artículo 7.5 no ha sido modificado y tampoco se fundamenta su supresión.

Novena.- Se propone la siguiente redacción del artículo 8, relativo a Protección del entorno:

1.- Cualquier actuación publicitaria o identificativa deberá realizarse de forma que su impacto visual y ambiental sea mínimo. Por ello, no podrá producir daños en el entorno o en los espacios privados residenciales o estanciales del entorno, ni será autorizabile su alteración mediante podas o talas de arbolado, desplazamiento de tierras o escombros, modificación de elementos arquitectónicos, etc.

2.- No se autorizarán, en ningún caso, actuaciones publicitarias o identificativas que produzcan distorsiones perjudiciales para el paisaje urbano o natural ni las que por su ubicación o diseño puedan perjudicar o comprometer la adecuada visibilidad de los viandantes, del tráfico rodado y de su señalización, y el descanso de los residentes en sus espacios privados o espacios estanciales del entorno.

3.- Cuando por los servicios técnicos municipales se considere necesario para lograr la debida integración de la actuación publicitaria o identificativa en el ambiente urbano, se podrá exigir, previa justificación, la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos, e informes de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio y del paisaje urbano, y la salud de los residentes.

4.- La gestión de los residuos generados deberá realizarse de acuerdo con lo dispuesto en la normativa estatal, autonómica y local reguladora de la limpieza de espacios públicos y de la generación, tratamiento y eliminación de residuos. Y los gastos que esta gestión entrañe correrán por cuenta del promotor de la acción o actividad publicitaria.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La Ordenanza regula con detalles las condiciones técnicas, de luminancia, etc., que han de reunir los soportes o la actividad publicitaria/ identificativa con la finalidad de proteger el medio ambiente y, aunque la consecución de este objetivo redunde sin duda en una mejora de la calidad de vida de los vecinos, no se considera necesario hacerlo constar expresamente.

Respecto a los gastos de gestión previstos en este apartado, la Ordenanza se refiere a la gestión de residuos en el marco del proyecto técnico que se requiere para la instalación de un soporte. En el caso de las acciones publicitarias, se exige al solicitante un aval para responder de los daños que puedan ocasionarse.

Décima.- Se propone la siguiente redacción del artículo 18.1 a):

1.- Se admite la colocación de soportes publicitarios en las medianeras situadas en los siguientes ámbitos:
a) En la zona 2 **no se autorizarán** dentro de todo el ámbito.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Las zonas admitidas para instalar soportes publicitaria en medianeras no se han modificado y, en todo caso, no se fundamenta la propuesta de no permitir su instalación en toda la zona 2.

Décimo primera.- Se propone la siguiente redacción del artículo 22.1:

1.- La superficie máxima publicitaria de los soportes rígidos y de los soportes flexibles en las zonas 2, 3 y 4 no podrá exceder del cuarenta por ciento (20%) de la parte ciega de la fachada.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

No se fundamenta la propuesta de reducir el porcentaje a un 20%.

Décimo segunda.- Se propone la siguiente redacción del artículo 24.1:

1.- En todas las zonas establecidas en la presente Ordenanza, las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán todas las definidas en el PGOUM.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

No se fundamente la propuesta de eliminar la previsión de que en el caso de los soportes flexibles sobre estructura de andamio, las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán *solo "aquéllas en las que esté justificada la instalación de la misma"*, exigencia que, por otra parte, se considera absolutamente necesaria para evitar la instalación de andamios para la realización de obras que no precisan su colocación.

Décimo tercera.- Se propone la siguiente redacción del artículo 29.6:

*"6.- Podrán instalarse pantallas con tecnología led o análogas, para la identificación de un local o establecimiento y **nunca para** el anuncio de los productos o servicios que se comercializan en el mismo, siempre que la actividad se encuentre debidamente autorizada, y de acuerdo con los siguientes criterios:*

*a) **No se autorizará** la instalación de pantallas en edificios declarados Bien de Interés Cultural o en sus entornos de protección.*

b) La instalación de pantallas cuya superficie de la pantalla sea mayor de treinta metros cuadrados (30 m²) se autorizará con carácter singular.

*c) Con carácter general, se instalarán en el interior de los locales situados **exclusivamente** en planta baja de los edificios, a una distancia mínima de sesenta centímetros (100 cm) de los vidrios. **Siempre y cuando estén ubicadas a una distancia mínima de 50m de cualquier ventana de edificios residenciales o estanciales.***

d) En cada local o establecimiento sólo podrá instalarse una pantalla por planta y fachada.

e) La distancia entre píxeles, denominada pixel pitch, no podrá ser superior a cuatro milímetros (4 mm), debiendo realizarse las labores de mantenimiento que eviten la existencia de píxeles muertos o atascados.

f) La luminancia se ajustará a lo dispuesto en el artículo 7 de la Ordenanza. La instalación deberá contar con un sensor crepuscular.

*g) La pantalla podrá permanecer encendida **en horario de 10:00 hasta las 22:00 horas, con disminución de la luminosidad y sólo imagen FIJA (no vídeos) desde las 17:00h hasta las 22:00h del 31 de Octubre al 31 de Marzo y desde las 19:00h hasta las 22:00h del 1 de Abril al 30 de Septiembre.** No obstante si se produjesen molestias derivadas de la iluminación el horario de funcionamiento podrá reducirse.*

h) El régimen de distancias será el establecido para las muestras con iluminación en el artículo 32.

i) Se podrán emitir imágenes sin movimiento de acuerdo con lo siguiente:

- El intervalo mínimo de rotación será de **25 segundos.***
- Las imágenes no podrán producir deslumbramiento, ni inducir a la confusión con señales de tráfico.*
- No está permitido el uso de sonido."*

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

Al margen de los errores detectados en la redacción y, pese a que no se fundamenta ninguno de los cambios propuestos, se admite la modificación de la letra a) del apartado 6, considerando la especial protección que debe otorgarse a estos bienes y la afección que la instalación de pantallas led puede provocar en los valores protegidos de los mismos, que queda redactado del siguiente modo:

"a) No se autorizará la instalación de pantallas led en bienes de interés cultural (BIC) en categoría de monumento y sus entornos, así como en los bienes de interés patrimonial (BIP) y sus entornos, hayan sido declarados o incoados sus correspondientes expedientes, relacionados en el Catálogo Geográfico de Bienes Inmuebles del Patrimonio Histórico de la Comunidad de Madrid. Tampoco se autorizará la instalación de pantallas led en los conjuntos históricos, salvo en el declarado como Recinto de la Villa de Madrid. En este Recinto, no se autorizará

la instalación de pantallas en los BIC, BIP y sus entornos. Tampoco se autorizará la colocación de pantallas en ningún edificio incluido dentro de los entornos que puedan declararse como Bienes del Patrimonio Mundial por la UNESCO. Asimismo no se podrán instalar en las fincas con frente a los siguientes viarios:

- el eje Prado-Recoletos, formado por los paseos del Prado y Recoletos, y las plazas de Cánovas del Castillo, Lealtad y Cibeles.
- calle Mayor.
- calle Alfonso XII.
- calle Bailén.
- plaza de Oriente."

Así mismo para garantizar el cumplimiento de las condiciones establecidas en el citado artículo se propone incluir en el artículo 38.1 la referencia expresa a las pantallas con tecnología led o análogas, que quedaría redactado del siguiente modo:

"1. Por su especial naturaleza y trascendencia en el paisaje urbano, las autorizaciones y licencias para instalaciones publicitarias, pantallas de tecnología led o análogas, rótulos y otros elementos de identificación regulados en el Capítulo II del Título VII de esta Ordenanza, tienen carácter temporal, siendo su plazo de vigencia de cinco años desde la fecha de su concesión."

Por otra parte, en relación con el apartado c), respecto a la ubicación de pantallas a una distancia de 50 m propuesta por el interesado, se considera que este aspecto ya está regulado en el apartado h). No obstante con el fin de evitar molestias, se propone modificar el apartado 4 de la disposición transitoria primera, de modo que el periodo de adaptación de 24 meses se exija a todas las condiciones, a excepción de los valores máximos de luminancia, que habrán de cumplirse desde el mismo momento de la entrada en vigor.

En consecuencia, el apartado 4 de la disposición transitoria primera queda redactado del siguiente modo:

"4. Las pantallas de tecnología digital o análogas existentes en establecimientos deberán adaptarse a la nueva regulación en el plazo máximo de veinticuatro (24) meses desde la entrada en vigor de la modificación de la Ordenanza, a excepción de los valores máximos de luminancia regulados en el artículo 7, que deberán cumplirse desde el momento de la entrada en vigor de la modificación."

Décimo cuarta.- Se propone la siguiente redacción del artículo 30, relativo a las muestras:

*Son los elementos paralelos al plano de fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados **exclusivamente** en planta baja de los edificios pudiendo ser opacas o contar con iluminación.*

La instalación de muestras en zona 2 y fuera de este ámbito en los edificios catalogados deberá contar con informe favorable de la comisión competente en la protección del patrimonio, salvo que se ajuste a los criterios recogidos en el ANEXO III.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La instalación de muestras en planta primera siempre ha estado autorizada no sólo en esta Ordenanza, sino también en las anteriores sin que, por otra parte, se fundamente una propuesta tan restrictiva.

Décimo quinta.- Se propone la siguiente redacción del artículo 31.2 b):

*b) En el interior de los huecos de fachada del local, **exclusivamente** en planta baja, **con una altura** máxima de las muestras será de sesenta centímetros (60 cm), sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar*

retranqueadas en el interior del mismo, diez centímetros (10 cm) con respecto al plano de fachada. En el supuesto de que en los huecos de fachada del local no haya posibilidad de retranqueo, la muestra se instalará en el cristal de la ventana mediante grabación, serigrafía, elemento transparente superpuesto o similar.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La instalación de muestras en planta primera siempre ha estado autorizada no sólo en esta Ordenanza, sino también en las anteriores, sin que se fundamente una propuesta tan restrictiva.

Décimo sexta.- Se propone la siguiente redacción de los apartados 2 y 3 del artículo 32.

2.- En la zona 2 y en edificios catalogados situados fuera de la misma, se admiten las soluciones que a continuación se describen (FIGURA 8 ANEXO II):

a) Sobre el dintel de los huecos de fachada del local, únicamente en planta baja, en cuyo caso, su longitud no superará la del dintel correspondiente y su altura será como máximo de cuarenta y cinco centímetros (45 cm). En este supuesto, se realizarán en forma de logotipo, marca o texto compuesto por letra suelta unida o no entre sí, pudiendo ser luminosos o iluminados.

*b) En el interior de los huecos de fachada del local, **exclusivamente** en planta baja, en cuyo caso, la altura máxima será de sesenta centímetros (60 cm) en planta baja y de cuarenta centímetros (40 cm) en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo, diez centímetros (10 cm) con respecto al plano de fachada. En este supuesto, se realizarán en forma de logotipo, marca o texto compuesto por letra suelta unida o no entre sí, pudiendo ser luminosos, iluminados o calados sobre superficie opaca con iluminación interior. La superficie opaca será como mínimo del **ochenta** por ciento (80%) de la superficie total del soporte.*

3.- En las restantes zonas además de las soluciones anteriores se admiten las siguientes (FIGURA 9 ANEXO II):

a) Sobre el dintel de los huecos de fachada del local, únicamente en planta baja, con una longitud total que no supere la del dintel correspondiente y una altura máxima de sesenta centímetros (60 cm). Deberán quedar a una distancia superior a cincuenta centímetros (50 cm) del hueco de acceso al portal, debiendo dejar totalmente libre el dintel del mismo.

b) En el interior de los huecos de fachada del local, en planta baja y primera, en cuyo caso, la altura máxima será de sesenta centímetros (60 cm) en planta baja, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo, diez centímetros (10 cm) con respecto al plano de fachada.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La instalación de muestras en planta primera siempre ha estado autorizada no sólo en esta Ordenanza, sino también en las anteriores, sin que se fundamente una propuesta tan restrictiva.

Décimo séptima.- Se propone la siguiente redacción de los apartados 2 y 3 del artículo 34.1:

1.- Toldos y otros elementos flexibles. Se permite el anuncio del nombre del establecimiento en la falda de los toldos o en la franja inferior del elemento flexible que puedan instalarse cumpliendo las condiciones generales previstas en las Normas Urbanísticas para este tipo de elementos. En planta de pisos no tendrán una anchura mayor que la del hueco, recogándose en el interior.

Los toldos se realizarán con materiales flexibles, no admitiéndose rígidos, rectos o fijos.

En los edificios situados en la zona 2 solo se autorizan en planta baja y siempre con la misma longitud que el hueco, pudiendo admitirse mayores tamaños en planta baja cuando las características de la portada lo justifiquen arquitectónica y estéticamente.

La instalación de toldos en zona 2 y fuera de este ámbito en los edificios catalogados deberá contar con informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio, salvo que se ajuste a los criterios recogidos en el ANEXO III.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La instalación de toldos en planta primera siempre ha estado autorizada no sólo en esta Ordenanza, sino también en las anteriores, sin que se fundamente una propuesta tan restrictiva.

9.- Formuladas por **en nombre y representación de la Asociación de Empresas de la Comunicación y por** **en nombre y representación de BLOW UP el 12 de abril de 2018.**

Primera.- En relación con el artículo 1.2 n), respecto a la definición de vías de circulación rápida, consideran necesario que se concrete qué se entiende por *"enlaces que den acceso a las mismas."*

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Se comparte la alegación de que la redacción puede resultar ambigua y se propone la siguiente:

"n) Vías con circulación superior a 50 Km. /h: se definen como aquellas vías y los enlaces que den acceso o salida a las mismas, en las que la velocidad máxima de circulación autorizada, conforme a la señalización específica correspondiente, sea superior a 50 kilómetros/hora."

Segunda.- En relación con el artículo 1.2 k) solicitan que se aclare que el concepto de *"acción publicitaria municipal"* incluye no sólo al Ayuntamiento sino también a cualquier entidad de derecho público de la que forme parte el Ayuntamiento.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Nos remitimos a lo ya resuelto en las alegaciones realizadas en el mismo sentido por la empresa CLECE.

Tercera.- La nueva redacción del artículo 6.1, limita el principio de libertad de empresa al establecer que solo podrá instalarse un tipo de soporte publicitario por emplazamiento.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Cuando el artículo 6 establece que sólo podrá instalarse un tipo de soporte publicitario, no se refiere al soporte por tipo de iluminación, sino a la tipología constructiva del soporte, de modo que siempre que sea el mismo tipo de soporte, pueden instalarse varios, independientemente del sistema de iluminación utilizado, sin que ello suponga un incumplimiento del artículo 6.

Cuarta.- En relación con los artículos 8 y 9, se considera que la única autoridad competente en materia de actuaciones publicitarias en entorno BIC es la Comunidad de Madrid, sin que, por consiguiente, puedan exigirse los informes de la CPPHAN y de la Comisión de Paisaje Urbano.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

Los artículos 8 y 9 hacen referencia a las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio, sin determinar expresamente si se trata de la Comisión Local de Patrimonio de la Comunidad de Madrid (CLPH) o de la Comisión para la Protección del Patrimonio Histórico Artístico y Natural (CPPHAN), dado que la competencia corresponderá a una u otra Comisión dependiendo de la ubicación y calificación del edificio o espacio afectado por la actuación. Todo ello de conformidad con lo establecido en la Ley 3/2013, de 18 de junio, de Patrimonio Histórico de la Comunidad de Madrid y en el artículo 4.1.3.8. de las Normas Urbanísticas del PGOUM.

No obstante lo anterior, sí se considera conveniente modificar la redacción del apartado 1 del artículo 9, con el objetivo de aclarar que la excepción es aplicable a todos los supuestos descritos anteriormente incluidos los Bienes declarados de Interés Cultural y sus entornos de protección. Por otro lado, teniendo en cuenta que únicamente se exigirá informe de una de las comisiones, se sustituye el plural "comisiones" por "comisión" competente en materia de protección del patrimonio. En este sentido el apartado 1 del artículo 9 queda redactado del siguiente modo:

"1. Se prohíbe, con carácter general, la instalación de cualquier elemento publicitario en los Bienes declarados de Interés Cultural y en sus entornos de protección; en los edificios, parques y jardines, establecimientos comerciales y elementos urbanos incluidos en los Catálogos de Protección con nivel 1 de protección, así como, en los Cementerios Históricos protegidos por el planeamiento específico. No obstante lo anterior, cuando se encuentren incluidos en focos o escenas encendidas o cuando se trate de soportes publicitarios que, por su valor histórico y cultural, conforman el paisaje urbano de la ciudad, podrá autorizarse excepcionalmente, previo informe de la comisión competente en materia de protección del patrimonio"

En el caso de la Comisión del Paisaje Urbano, se considera justificada la innecesariedad de su informe y se propone que se suprima su referencia en los apartados 3 del artículo 8 y 1 del artículo 9.

Quinta.- En relación con el artículo 11 consideran un agravio comparativo que el patrocinio privado este sujeto al pago de tasas y el de carácter institucional no, vulnerando el artículo 8 de la Ordenanza Fiscal.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

Precisamente este artículo se ha modificado con el fin de dar coherencia a la regulación contenida en la ORPE y en la Ordenanza Fiscal reguladora de la Tasa para el Desarrollo de Acciones Publicitarias y es que, de conformidad con el artículo 1 de la Ordenanza Fiscal reguladora de la Tasa por Utilización Privativa o Aprovechamiento Especial del Dominio Público Local para el Desarrollo de Acciones Publicitarias Especiales, las acciones de carácter institucional no forman parte de su hecho imponible y, por tanto, no están sujetas al pago de la tasa.

No obstante, se propone que las acciones de carácter institucional incluyan también las costeadas en todo o en parte por el Ayuntamiento, de manera que el artículo quede redactado del siguiente modo:

"1.- Las acciones publicitarias municipales serán objeto de autorización especial, y podrán ser:

- *De carácter institucional: acciones de tipo, cultural, deportivo o de singular importancia para la ciudad de Madrid, promovidas y costeadas en todo o en parte por el Ayuntamiento de Madrid.*

- *De interés institucional: acciones de tipo, cultural, deportivo o de singular importancia para la ciudad de Madrid, en las que el Ayuntamiento participa y autoriza la presencia de la marca municipal. Dicho interés será debidamente justificado por el órgano municipal solicitante mediante el correspondiente informe.*

De conformidad con la Ordenanza Fiscal Reguladora de la Tasa por Utilización Privativa o Aprovechamiento Especial del Dominio Público Local para el Desarrollo de Acciones Publicitarias Especiales, las acciones de carácter institucional no están sujetas a la tasa."

Sexta.- En relación con el artículo 16.1, relativo a las condiciones de ubicación y dimensiones de los rótulos publicitarios, solicitan, por una cuestión de proporcionalidad, aumentar el porcentaje de opacidad al 35%, coincidiendo con el criterio que se aplica a las lonas en zona BIC.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

En primer término, el porcentaje referido no se encuentra regulado en ninguna normativa municipal; y, en segundo término, los tipos de soportes que se mencionan en ambos artículos no son comparables.

Séptima.- Se solicita la modificación del artículo 28.4 b) de modo que se permita la instalación de más de un tipo constructivo por emplazamiento.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Este apartado no ha sido objeto de modificación.

Octava.- Se proponen diversos cambios en relación con los artículos 5 y 29.6.

En relación con el artículo 5 consideran que, de su lectura, no se desprende que el soporte publicitario tipo led esté incluido como soporte publicitario.

Respecto al apartado 6 del artículo 29, alegan lo siguiente:

- Apartado c): Consideran que el retranqueo de 60 cm al vidrio es incongruente.
- Apartado d): Entienden que la instalación de una pantalla por planta y fachada de local o establecimiento supone un agravio comparativo.
- Apartado e): Consideran que la distancia entre píxeles se ha hecho de forma arbitraria.
- Apartado g): Piensan que es incorrecto que el horario de funcionamiento de las pantallas no coincida con el del resto de elementos luminosos de identificación.
- Apartado h): Entienden que el régimen de distancias del artículo 32 no es aplicable a las pantallas, pues éstas cuentan con sensores crepusculares para evitar molestias.
- La Ordenanza no se pronuncia acerca de las imágenes en movimiento.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Respecto al artículo 5, se considera que la clasificación de soportes publicitarios que efectúa contempla claramente el soporte digital como soporte luminoso, es decir, como aquél que proyecta la luz desde su interior.

Respecto al artículo 6:

- Apartado c): la fijación de 60 cm de retranqueo se ha realizado teniendo en cuenta que es el mínimo necesario para garantizar el paso de una persona para realizar las labores de limpieza y mantenimiento.
- Apartado d): no se comparte que la exigencia de instalación de una pantalla por planta y fachada de local o establecimiento suponga un agravio comparativo. Además, la Ordenanza tiene que tener una vocación generalista y, evidentemente, no puede contemplar todas las tipologías de establecimientos existentes.
- Apartado e): la fijación de la distancia de píxeles tampoco es arbitraria, sino que se ha obtenido tras realizar las oportunas consultas a expertos en la materia.
- Apartado g): el Ayuntamiento tiene que velar por la reducción de la contaminación lumínica. Una importante novedad que introdujo la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior es la regulación de la intensidad de la iluminación de los soportes. Con esta regulación, el Ayuntamiento de Madrid fue pionero en el establecimiento de un claro marco normativo que va a permitir evitar molestias a los ciudadanos y lograr los importantes objetivos de reducir la contaminación lumínica y el consumo injustificado de energía eléctrica.

En consecuencia y, teniendo en cuenta la proliferación de este tipo de soportes, se considera absolutamente necesaria la fijación de un horario concreto de funcionamiento para las pantallas digitales.

- Apartado h): no se fundamenta la alegación. En todo caso, la instalación de un sensor crepuscular está relacionada con la luminancia, con independencia del régimen de distancias.
- Por último, en el apartado i) se regulan las imágenes en movimiento y las condiciones de emisión.

Novena.- En relación con el artículo 29, proponen incluir un nuevo apartado que habilite la instalación de pantallas digitales en suelo dotacional privado deportivo.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

En fachadas de edificios de suelo dotacional deportivo privado y público, se puede autorizar con carácter singular la instalación de este tipo de soportes, si bien sólo para el anuncio de su actividad y promociones, no para la exhibición de publicidad de terceros, como propone el interesado.

No obstante, para una mayor claridad, se propone la modificación del artículo 12, relativo a actuaciones no permitidas, especificando que está prohibida la explotación publicitaria, no sólo en suelo de dominio público sino también en el resto de emplazamientos que sean propiedad del Ayuntamiento, de manera que queda redactado del siguiente modo:

"Excepto en los supuestos regulados en los dos artículos anteriores, se prohíbe la utilización del dominio público y privado del Ayuntamiento de Madrid con fines publicitarios."

Lo anterior conduce a la modificación del artículo 2.1 b) que quedaría redactado del siguiente modo:

"b) La colocación de carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos, nombres comerciales o de establecimientos, productos, promociones, etc. en dominio público y privado del Ayuntamiento de Madrid, así como la utilización del arbolado, de señales de circulación, de los armarios, de los báculos y columnas de alumbrado público y de semáforos o de cualquier otro elemento de regulación del tráfico, así como de los rótulos viarios con esta finalidad."

Décima.- En relación con el artículo 38.2, consideran discriminatorio e injustificado el nuevo plazo de carencia para la solicitud de licencia para instalación de soportes publicitarios en obras, exigiendo que el Ayuntamiento ejerza sus facultades de control en lugar de establecer esa medida.

De otra parte, la posibilidad establecida de no conceder una licencia para instalar un soporte publicitario flexible sobre estructura de andamio durante un año, a aquéllos que hubieran sido sancionados por la comisión de una infracción consistente en la instalación de una lona sin el correspondiente permiso o sin ajustarse a sus condiciones, consideran que supone una vulneración del principio *de non bis in idem*.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Respecto a la ampliación del período de carencia para la solicitud de licencia para instalación de soportes publicitarios en obras, nos remitimos a lo ya resuelto en las alegaciones realizadas en el mismo sentido por el COLEGIO OFICIAL DE APAREJADORES Y ARQUITECTOS TÉCNICOS DE MADRID.

En relación con la vulneración del principio *non bis idem*, se considera que no existe tal vulneración, pues la exigencia de la condición de no haber sido sancionado no se concibe como una nueva sanción, sino como un requisito para ejercer la actividad publicitaria.

No obstante, se propone eliminar dicho párrafo e incluir en el antiguo apartado f) del artículo 43 (actualmente apartado e)), relativo a la documentación a aportar junto con las solicitudes, un nuevo párrafo, que queda redactado del siguiente modo:

“e) Para las solicitudes de publicidad en obras, el peticionario aportará los datos concretos del expediente del título habilitante u orden de ejecución que permita su localización, o si lo prefiere, fotocopia de la misma.

En el supuesto de la instalación de soportes publicitarios flexibles sobre estructura de andamio por razón de obras, se presentará autoliquidación de la tasa de andamio con publicidad únicamente los meses en los que se exhiba publicidad.

Así mismo, dado que se trata de soportes que vuelan sobre el dominio público local, deberá presentarse una declaración jurada de no haber sido sancionado por la comisión de una infracción consistente en la instalación de un soporte publicitario flexible sobre estructura de andamio sin el correspondiente permiso o sin ajustarse a sus condiciones, durante los doce (12) meses inmediatamente anteriores a la fecha de solicitud.”

10.- Formuladas por el 12 de abril de 2018.

Propone que se incluya la obligación de que los promotores de una acción publicitaria efímera porten una identificación. Así mismo, propone incluir el término *captación* en el artículo 2.1 d), y que se sancione al responsable del establecimiento por la realización de este tipo de actuaciones publicitarias prohibidas.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

El Ayuntamiento sólo puede imponer la obligación de exhibir, en caso de que se requiriese por la autoridad competente, la autorización concedida por el Distrito para realizar la acción.

En segundo lugar, el término *captación* estaba incluido en la redacción inicial del proyecto, si bien a la vista del informe de la Asesoría Jurídica, en el que se hacía constar que de la misma podía deducirse que se están prohibiendo conductas no propiamente publicitarias, se modificó la redacción, suprimiendo el término. En todo caso, al introducir la precisión *“con una finalidad publicitaria de conformidad con lo previsto en el artículo 2.1 de la Ley General de Publicidad”*, es evidente que la conducta está dirigida a la captación de clientes y, en todo caso, se considera que el término *abordar* es más representativo de las molestias que para los viandantes supone este tipo de prácticas, cada vez más frecuentes.

Finalmente, dado que se ha incluido expresamente la prohibición de esta conducta, puede sancionarse a los responsables del establecimiento que se anuncia, de conformidad con el artículo 61 de la Ordenanza.

11.- Formuladas por [REDACTED] en nombre y representación de la Plataforma de Asociaciones por el Turismo, el Ocio, la Hostelería y la Cultura de la Comunidad de Madrid el 12 de abril de 2018.

Primera.- En relación con el artículo 29 apartado g), se solicita que el horario de funcionamiento de las pantallas digitales se ajuste al horario de apertura del establecimiento.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN

Como ya se ha comentado anteriormente, una importante novedad que introdujo la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior es la regulación de la intensidad de la iluminación de los soportes, mediante la fijación de unos valores elaborados de acuerdo con las recomendaciones de las normas internacionales, con lo que el Ayuntamiento de Madrid fue pionero en el establecimiento de un claro marco normativo para evitar molestias a los ciudadanos y lograr reducir la contaminación lumínica y el consumo injustificado de energía eléctrica.

En este orden de cosas, se ha establecido un horario de funcionamiento de las pantallas, sin que pueda aceptarse la propuesta realizada, ya que hay establecimientos que permanecen abiertos 24 h, de modo que, en caso de estimar la alegación efectuada, las pantallas siempre permanecerían encendidas, dificultando los objetivos de reducir la contaminación lumínica y el consumo injustificado de energía eléctrica.

Segunda.- Solicitan que dentro del artículo 2 se incluya expresamente la prohibición del hombre-anuncio.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La figura del hombre-anuncio ha sido una figura muy controvertida: durante los trabajos preparatorios de la Ordenanza vigente, se prohibió esta figura, si bien, a la vista del gran número de alegaciones que se presentaron en contra de la prohibición, el Gobierno municipal decidió suprimirla.

No obstante, debe señalarse que esta práctica implica la realización de una acción publicitaria efímera y, como tal, debe autorizarse, si bien aquéllos que ejerzan esta actividad sin autorización, pueden ser sancionados.

12.- Formuladas por [REDACTED] el 12 de abril de 2018.

Se propone la modificación del apartado 1 del artículo 26, de modo que la actividad publicitaria pueda ser compatible con la de almacenaje, siempre que esta última no supere el 30% de la parcela.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

El apartado 1 del artículo 26 no es objeto de la modificación.

13.- Formuladas por doña [REDACTED] y don [REDACTED], en representación de Lurban Madrid, S.L., el 12 de abril de 2018, en la Oficina de Correos sucursal 14 (subsanoado mediante otro escrito presentado por los mismos interesados el 13 de abril de 2018 en la Oficina de Registro del Área de Gobierno de Portavoz, Coordinación de la Junta de Gobierno y Relaciones con el Pleno).

Primera.- En relación con el artículo 1.2 apartados h) e i), que contienen las definiciones de licencia publicitaria e identificativa, deben adaptarse los procedimientos o medios de intervención vigentes y no solo al de licencia.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Se considera coherente y adecuada la propuesta realizada, proponiéndose la eliminación del término *licencia* y refiriéndose solo a la actividad:

"h) Actividad publicitaria: realización de las obras de instalación de los soportes y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior visible desde la vía pública.

i) Actividad identificativa: realización de las obras de instalación de los soportes y la exhibición de la identificación de la actividad que se ejerce en el establecimiento o de la denominación del propio edificio visible desde la vía pública. Su ejercicio quedará condicionado a la obtención del título habilitante para el ejercicio de la actividad en el establecimiento."

Segunda.- En relación con el apartado n) del artículo 1.2, solicitan que se aclare que la inclusión del enlace a la vía como parte de la definición, se refiere tanto a los enlaces que dan acceso a la vía, como a los enlaces que salen de la misma y siempre en el tramo de la misma que se pueda superar los 50 km/hora de velocidad.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La alegación es muy similar a la formulada por la Asociación de Empresas de la Comunicación y BLOW UP, por lo que se considera que es coherente y adecuada, remitiéndonos en este punto a lo ya acordado con respecto a aquella.

Tercera.- En relación con el artículo 3.1, consideran que existe una contradicción al someter a autorización singular la instalación de soportes publicitarios con pantallas de tecnología led o análoga, ya que estos soportes están regulados en el artículo 7.4 d).

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

El artículo 7 contempla la tecnología led como sistema de iluminación, pero no regula los soportes digitales.

Cuarta.- En relación con el apartado 1 del artículo 4 solicita que se elimine de la redacción la expresión *dotaciones locales*, a fin de dar cumplimiento a la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid de 18 de julio de 2014.

Así mismo, en relación con la zona 3, propone que se matice que el suelo urbano comprende tanto el urbano consolidado como el no consolidado.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Si bien es cierto que la Sentencia invocada anuló el inciso final del artículo 4.1, esta anulación estaba relacionada con la prohibición del artículo 26, que no permitía la instalación de soportes publicitarios en suelos clasificados como sistemas generales y dotaciones locales.

El artículo 4.1 comprende únicamente la zonificación necesaria para poder clasificar los emplazamientos por tipo de suelo y, por este motivo, para dar cumplimiento a lo acordado por el Tribunal Superior de Justicia de Madrid, en lugar de eliminar la referencia a *dotaciones locales*, se ha modificado el artículo 26, autorizándose la instalación de soportes publicitarios en suelo dotacional y sistemas generales hasta el momento en el que se inician las obras de materialización del planeamiento, con lo que se elimina la prohibición que, según la sentencia, vulneraba la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

Respecto a la modificación de la zona 3, no puede aceptarse ya que no es objeto de la modificación.

Quinta.- Se considera que la redacción del artículo 8, relativo a la protección del patrimonio, es más restrictiva que la anterior, ya que se incluyen los elementos identificativos como susceptibles de producir impacto en el entorno, se elimina la referencia a que las lonas publicitarias sobre estructura de andamio, por su carácter temporal, no se consideran perjudiciales y se introduce la necesidad de los informes de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio y del paisaje urbano.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

En primer término, es evidente que los soportes identificativos pueden provocar, al igual que los publicitarios, distorsiones perjudiciales para el paisaje urbano, de ahí que se haya hecho constar expresamente.

Respecto a la supresión de la referencia a los soportes flexibles sobre estructura de andamio, se ha considerado que la afirmación de que las lonas publicitarias no producen distorsiones perjudiciales por su carácter temporal es del todo incierta, máxime en determinados emplazamientos donde la instalación de lonas publicitarias es una constante, motivo por el que se ha optado por su supresión.

Finalmente los informes de las comisiones de patrimonio, no finalmente de la de paisaje urbano tienen carácter preceptivo, de conformidad con lo establecido en la Ley 3/2013, de 18 de junio, de Patrimonio Histórico de la Comunidad de Madrid y en las Normas Urbanísticas del PGOUM.

Sexta.- En relación con el artículo 9.1 considera que la normativa de aplicación no contempla la exigencia de recabar informe previo a la comisión competente en materia de protección del patrimonio para instalar una lona publicitaria sobre andamio.

Respecto al artículo 9.2, solicita que se concreten cuáles son las *condicionos y limitaciones necesarias* a las que se han de someter las actuaciones publicitarias.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

El artículo 9.1 no se refiere a las lonas sobre estructura de andamio, sino el artículo 25, admitiéndose en el caso de las lonas sobre estructura de andamio la modificación propuesta, quedando redactado del siguiente modo.

"En edificios declarados Bien de Interés Cultural o en sus entornos de protección, la publicidad deberá quedar integrada en la representación de la imagen del propio edificio o de su entorno, de modo que dicha representación tenga mayor protagonismo que la publicitaria".

La modificación del apartado 2 del artículo 9 no puede aceptarse, ya que este aspecto no ha sido objeto de modificación.

Séptima.- En relación con el artículo 16.1 apartado f), solicitan que se concrete que las restricciones que impone a las instalaciones son de aplicación cuando por la ubicación del soporte éstas sean visibles desde dicho acceso.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

En primer término, debe señalarse que el caso planteado es residual y, como tal, al igual que en el caso previsto en el artículo 36.1, que contempla la posibilidad de instalar dos rótulos en el mismo edificio si por su situación no es visible, debe tramitarse como autorización singular, de manera que sea el Grupo Técnico de Publicidad, integrado por expertos de distintas materias como movilidad y urbanismo, el que valore su procedencia.

Octava.- En relación con el artículo 18, proponen que se recoja la posibilidad de instalar publicidad en paredes medianeras de edificios situados en fuera de ordenación absoluta.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La Ordenanza ya contempla esta posibilidad, independientemente del procedimiento de tramitación.

Novena.- En relación con el artículo 25, que regula los soportes publicitarios flexibles sobre estructuras de andamio, se remiten a lo señalado sobre ello para el artículo 9.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

Se da por reproducida la contestación a dicha alegación.

Décima.- Consideran que la redacción del artículo 36.1 es contraria a la seguridad jurídica y solicitan que se aclare que en dicha autorización singular pueda participar la ECU, como entidad colaboradora del Ayuntamiento con competencias en publicidad exterior.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

En primer término, debe señalarse que, en la actualidad, la instalación de más un rótulo por edificio está sujeto a autorización experimental, sin que con la redacción propuesta se restrinjan las competencias de las ECUs en este ámbito, ya que nunca las han tenido. En todo caso, la Ordenanza debe velar por el interés de los ciudadanos, y no por ampliar la esfera de actuación de estas entidades.

En segundo lugar, las ECUs no tienen competencia para tramitar autorizaciones, sin que, por este motivo, puedan participar en modo alguno en la concesión de las mismas.

Y, por último, el hecho de que la situación de un edificio impida la visualización de un rótulo, se considera un dato objetivo fácilmente demostrable que, además, al tramitarse como autorización singular, es sometido a la

valoración y dictamen del Grupo Técnico de Publicidad, integrado por expertos de distintas materias como movilidad y urbanismo, lo que garantiza el acierto de la decisión.

Décimo primera.- En relación con el apartado 1 del artículo 38, consideran que la ampliación de la vigencia de 3 a 5 años, redundaría en perjuicio del control de la inspección de la conservación y mantenimiento de los soportes, y del control de posibles modificaciones en la instalación, al margen de los autorizados.

En cuanto al apartado 2, en relación con las lonas publicitarias, considera necesario que se aclare que se pueden solicitar por meses consecutivos o no, con un máximo de 12.

Se reiteran las quejas respecto del aumento del periodo de carencia para la presentación de una nueva solicitud y, por último, se considera que el segundo párrafo vulnera el principio *non bis idem*.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTAN PARCIALMENTE

JUSTIFICACIÓN:

En primer término, de conformidad con el artículo 49, los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias y de identificación deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, realizando los trabajos de mantenimiento y limpieza así como las obras de reparación que sean precisas para su adecuada conservación.

Por su parte, el artículo 50 habilita al órgano competente para ordenar a los propietarios o titulares la ejecución de las obras que sean necesarias.

En consecuencia, sea cuál sea la vigencia del título habilitante para el ejercicio de la actividad publicitaria o identificativa, el propietario está obligado a mantener el soporte en adecuado estado de conservación, sin que la fijación de un plazo determinado de vigencia garantice el cumplimiento de este deber; es más, de hecho, este incumplimiento puede producirse incluso durante el primer año de vigencia del título habilitante.

Del mismo modo, independientemente de la vigencia del título habilitante para el ejercicio de la actividad publicitaria o identificativa, el interesado puede incumplir cualquier momento las condiciones autorizadas.

En definitiva, no puede admitirse que el aumento de la vigencia suponga un obstáculo a las labores de inspección y/o control del estado de conservación o de las condiciones autorizadas.

En cuanto al apartado 2, se aceptan las alegaciones y se propone la siguiente redacción:

"2.- La vigencia de la licencia para instalación de soportes publicitarios en obras queda vinculada a la duración de éstas, salvo la licencia para instalación de soportes publicitarios flexibles sobre estructura de andamios por razón de obras, cuya duración coincidirá con la duración de mismas y será, como máximo, de 12 meses consecutivos o no. No se concederá una nueva licencia hasta transcurridos diez años, con independencia de la realización de nuevas obras durante ese período."

Respecto a la vulneración del principio de *non bis in idem*, debe darse por reproducida la contestación a las alegaciones formuladas en el mismo sentido por la Asociación de Empresas de la Comunicación y BLOW UP.

Décimo Segunda.- En relación con el artículo 39 considera que la nueva redacción excluye de las competencias de las ECU una parte importante de sus funciones de colaboración.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

La Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las Actividades de Servicios y su Ejercicio tiene por objeto facilitar la libertad de establecimiento de los prestadores y la libre prestación de servicios, entendiéndose como tales "cualquier actividad económica por cuenta propia, prestada normalmente a cambio de una remuneración".

Para alcanzar este objetivo se debe:

- Suprimir las barreras y reducir las trabas no justificadas o desproporcionadas que restringen injustificadamente el acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- Simplificar los procedimientos, evitando dilaciones innecesarias y reduciendo las cargas administrativas a los prestadores de servicios.

Con la introducción de la figura de la renovación en lugar de la prórroga, se evita a los interesados que, una vez finalizado el periodo de vigencia inicial y, en su caso, el de la prórroga, tengan que solicitar nueva solicitud y presentar nueva documentación, siendo suficiente con que cada cinco años se presente exclusivamente la documentación que a la Administración le va a permitir garantizar la seguridad de personas y bienes, y que coincide con la que se solicitaba para tramitar las prórrogas.

Todo ello, sin perjuicio de la obligación de los titulares de las licencias de adaptarse a las nuevas disposiciones o a las modificaciones de la Ordenanza, una vez finalizada la vigencia del periodo inicialmente autorizado o de la renovación.

En definitiva, no se excluyen competencias de las ECU ya que, cada cinco años, los interesados están obligados a tramitar la renovación en idénticas condiciones que las prórrogas.

Décimo Tercera.- En relación con el artículo 43.1 f), solicita que se incluya la referencia a los distintos modos de intervención.

RESOLUCIÓN: SE ACEPTA

JUSTIFICACIÓN:

Se acepta y se propone sustituir el término *licencia* por *título habilitante*, quedando redactado el artículo del siguiente modo:

"e) Para las solicitudes de publicidad en obras el peticionario aportará los datos concretos del expediente del título habilitante u orden de ejecución que permita su localización, o si lo prefiere fotocopia de la misma (...)"

14.- Formuladas por en nombre y representación de SOPORTES Y MEDIANERAS, S.L., el 12 de abril de 2018.

Primera.- Que se autorice la instalación de pantallas de tecnología led o análogas en medianeras.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN

JUSTIFICACIÓN:

Pueden autorizarse a través de la autorización singular.

Segunda.- Las autorizaciones singulares, por su falta de regulación, aportan un grado importante de discrecionalidad contrario al principio de igualdad, citando como ejemplo el caso de una solicitud denegada en la calle Marqués de Viana.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTA**JUSTIFICACIÓN:**

Es evidente que la Ordenanza no puede contemplar la totalidad de las actuaciones publicitarias e identificativas, motivo por el cual, se creó la figura de la autorización experimental, hoy singular.

Dichas actuaciones, de conformidad con el artículo 37, son sometidas al dictamen del Grupo Técnico de Publicidad, integrado por expertos de distintas materias, movilidad, urbanismo, promoción de la ciudad, parques y jardines etc., sin que, por este motivo, pueda admitirse que los criterios adoptados sean arbitrarios o vulneren el principio de igualdad.

En este sentido y, en concreto, respecto a la solicitud de Marqués de Viana citada por el alegante, debe recordarse que, contra la denegación de la autorización experimental solicitada para instalar en este emplazamiento una pantalla digital, el interesado interpuso recurso contencioso-administrativo que ha sido desestimado por el Juzgado de lo Contencioso-Administrativo nº 26 de Madrid en Sentencia 97/2018, de 2 de abril de 2018, en la que precisamente se cuestionaba la arbitrariedad de las decisiones del Grupo Técnico en relación con las pantallas digitales, señalando que el acuerdo de no conceder nuevas autorizaciones hasta que se aprobara la modificación de la ORPE, no es arbitrario, dado que se justifica el cambio de criterio precisamente en la proliferación de este tipo de soportes.

15.- Formuladas por en nombre y representación de BIG SIZE MEDIA, S.L., el 13 de abril de 2018.

RESOLUCIÓN: NO SE ACEPTAN**JUSTIFICACIÓN:**

Las alegaciones han sido presentadas fuera de plazo.

III. PROCEDIMIENTO DE APROBACIÓN DE LA ORDENANZA

Una vez incorporados en el expediente los escritos de alegaciones, elaborada la presente memoria de valoración y redactado el proyecto definitivo de la Ordenanza de Medios de Intervención en Actuaciones Urbanísticas, procede continuar con su tramitación.

Por tanto, le corresponde al Delegado del Área de Gobierno de Desarrollo Urbano Sostenible proponer a la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid la aprobación del proyecto definitivo en virtud de lo señalado en el artículo 44 d) del Reglamento Orgánico del Gobierno y de la Administración del Ayuntamiento de Madrid.

Por su parte el artículo 48 de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, establece el procedimiento de aprobación de Ordenanzas y el artículo 17.1.a) dispone que el proyecto definitivo será aprobado por la Junta de Gobierno y remitido al Pleno, acompañado de todas las alegaciones recibidas y de la memoria que recoja su valoración.

El artículo 11.1.d) de la citada Ley dispone que corresponde al Pleno la aprobación y modificación de las Ordenanzas.

En virtud de lo anteriormente expuesto se somete el presente expediente a la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid para que, si procede, apruebe la siguiente PROPUESTA DE ACUERDO:

PRIMERO.- Resolver las alegaciones presentadas al proyecto inicial de la Modificación de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, aprobado por Acuerdo de la Junta de Gobierno de la

Ciudad de Madrid de 1 de marzo de 2018, y modificar su texto en los términos expuestos en la memoria que se acompaña al expediente.

SEGUNDO.- Aprobar el proyecto definitivo de la Modificación de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, cuyo texto se adjunta al presente Acuerdo.

TERCERO.- Remitir al Pleno el proyecto definitivo de la Modificación de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, acompañado de las alegaciones recibidas al proyecto inicial y de la memoria que recoge su valoración y proponer que, previo dictamen de la Comisión Permanente de Desarrollo Urbano Sostenible, conforme al procedimiento establecido en su Reglamento Orgánico, adopte el siguiente Acuerdo:

"Primero. Aprobar la Modificación de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, que se acompaña al presente Acuerdo.

Segundo. Publicar en el "Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid" este Acuerdo y el texto de la Modificación de la Ordenanza que constituye su objeto".

Madrid, 27 de agosto de 2018.

LA JEFE DEL DEPARTAMENTO
DE DESARROLLO NORMATIVO,

[]

V.º B.º.:
LA SUBDIRECTORA GENERAL
DE RÉGIMEN JURÍDICO,

[]

Conforme:
LA SECRETARIA GENERAL TÉCNICA,

[]