



MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En el año 2009 se aprobó la Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior, con el fin primordial de compatibilizar la actividad publicitaria con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid. Aunque dicha Ordenanza ha sido pionera en muchos aspectos, su puesta en práctica a lo largo de estos últimos años ha puesto de manifiesto la necesidad de introducir modificaciones a lo largo de su articulado que además de satisfacer las demandas formuladas tanto desde diversas empresas y asociaciones del sector, como del propio Ayuntamiento, recogen lo dictaminado por los Tribunales en varias Sentencias recaídas en relación con diversos artículos, clarifican conceptos, y regulan actuaciones que en el año 2009 prácticamente no existían, sin que dichas modificaciones tengan repercusión económica alguna para el Ayuntamiento.

ARTICULADO

Artículo Único: La Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior queda modificada como sigue.

Uno: El artículo 1 queda redactado de la siguiente manera:

“Artículo 1. *Objeto y definiciones.*

1.- La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid, como ciudad inclusiva y no discriminatoria, teniendo en consideración los objetivos de prevención y corrección de la contaminación lumínica y visual, el fomento de la utilización de fuentes de energía renovable y la reducción de la intrusión luminosa en el entorno doméstico, así como el fomento de una sociedad igualitaria.

2.- A efectos de esta Ordenanza se entiende por:

a) Publicidad: de conformidad con el artículo 2.1 de la ley General de Publicidad, es 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.



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 discurran por lugares o ámbitos de utilización común.

c) Vía pública: todo espacio de titularidad pública por el que transitan o en el que permanecen los ciudadanos.

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 días, o de patrocinio, sin límite de duración, siempre que se ajusten a lo dispuesto en el artículo 11.

e) Street marketing: conjunto de acciones y técnicas no convencionales de publicidad exterior, que incorporen juegos, animaciones, espectáculos, presentaciones y otras actuaciones de similar naturaleza, que tengan por objeto generar un mayor impacto publicitario, estableciendo un contacto directo e interactivo con el público.

f) Instalación publicitaria: conjunto de soportes instalados en un determinado emplazamiento.

g) Órgano municipal competente: el que ostente la competencia en materia de publicidad exterior conforme a la organización de los servicios administrativos y al régimen municipal vigente de delegaciones y desconcentraciones.

h) Licencia publicitaria: licencia urbanística que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de los soportes y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior visible desde la vía pública.

i) Licencia de identificación: licencia urbanística que habilita a su titular para la 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.

j) Autorización de acción publicitaria: Autorización administrativa que habilita a su titular para la realización de una acción publicitaria efímera o municipal en suelo de titularidad y uso privado visible desde la vía pública.

k) Autorización especial: Autorización administrativa que habilita a su titular para la realización de una acción publicitaria municipal o efímera en dominio público municipal o en suelo de titularidad privada de uso público visible desde la vía pública.



l) Autorización singular publicitaria: Autorización administrativa que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de elementos y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior visible desde la vía pública, no contemplados en esta Ordenanza.

m) Autorización singular identificativa: Autorización administrativa 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 esta Ordenanza.

n) Vías con circulación superior a 50 Km/h: se definen como aquéllas en las que la velocidad máxima de circulación autorizada, conforme a la señalización específica correspondiente, sea superior a 50 kilómetros/hora, así como los enlaces que den acceso a las mismas con independencia de la velocidad permitida.

3.- No están sujetos a esta Ordenanza las actividades que carezcan de naturaleza publicitaria de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, cuando se efectúen en vía pública por entidades sin ánimo de lucro, partidos políticos y otras entidades vecinales y asociativas para informar, difundir y promocionar sus actos propios de carácter social, político, cultural, deportivo, de participación ciudadana, de fomento de valores cívicos y conductas humanitarias, de concienciación y sensibilización social y similares. En estos casos junto con la imagen del organizador, podrá exhibirse la marca de entidades patrocinadoras y/o colaboradoras, de modo que su presencia sea inequívocamente patrocinar el evento y no publicitar la marca. La suma de las superficies de las marcas no podrá exceder del veinticinco por ciento (25%) de la imagen del evento y/o del organizador.

El reparto de prensa gratuita se regula por su normativa específica. Las actividades realizadas durante las campañas electorales se ajustarán a las disposiciones previstas en materia electoral.

La señalización de edificios y dotaciones, en la vía pública, realizada por empresas concesionarias en cumplimiento de sus obligaciones, no es objeto de regulación por esta Ordenanza.

Las banderas representativas de los diferentes países, organismos oficiales, instituciones públicas nacionales e internacionales y similares, no tienen carácter publicitario y, en consecuencia, no estarán sometidas a lo dispuesto en esta Ordenanza.”

Dos: El artículo 2 queda redactado de la siguiente manera:

“Artículo 2. Medios de expresión publicitaria no autorizados.

1.- Se prohíbe expresamente.

a) La fijación de publicidad o propaganda mediante carteles, pegatinas, etiquetas, 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.

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 vía pública y 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.

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 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 publicitaria de conformidad con lo previsto en el artículo 2.1 de la Ley General de Publicidad.

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 aquellos vehículos 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 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.

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.”

Tres: El artículo 3 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 3. Autorizaciones singulares y otros medios de expresión publicitaria.

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

a) Actuaciones y elementos publicitarios tales como:



- La instalación de soportes publicitarios con pantallas de tecnología led o análoga.
- La instalación de elementos con volumen o cualquier otra clase de efectos añadidos 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 pudiendo 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, y con independencia de la zona en la que se encuentren.
- 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.

2.- Las autorizaciones que se concedan para instalar pantallas de tecnología led o análoga en el ámbito de los focos o escenas encendidas tendrán este carácter singular, y conllevarán la reserva de espacios para la promoción de la ciudad de Madrid o de acontecimientos en los que participe directamente. “

Cuatro: Se modifican los apartados 1 y 2 del artículo 4, que quedan redactados del siguiente modo:

“Artículo 4. *Ámbitos territoriales de actuación.*

1.- Se establece la siguiente calificación tipológica del suelo del término municipal:

- Zona 1: Comprende la totalidad del suelo clasificado como No Urbanizable, los Sistemas Generales y Dotaciones Locales.
- Zona 2: Comprende los ámbitos comprendidos en:
 - a) Recinto Histórico de Madrid declarado Bien de Interés Cultural por decreto 61/1993, de 20 de mayo, en la categoría de Zona Arqueológica.
 - b) Área de Planeamiento Específico del Centro Histórico -APE 00.01 o APECH-.



- c) Área de Planeamiento Específico de los Cascos Históricos de los Distritos Periféricos de Fuencarral; El Pardo; Aravaca; Carabanchel Bajo; Carabanchel Alto; Hortaleza; Villaverde; Villa de Vallecas; Vicálvaro; Canillejas y Barajas.
- d) Área de Planeamiento Específico de las Colonias Históricas establecidas en el PGOUM.

Se distinguen las siguientes subzonas:

- Zona 2.1. de Especial Protección que comprende el ámbito del Recinto Histórico de Madrid; los ámbitos comprendidos en las áreas de planeamiento específico de las Colonias Históricas y de los Cascos Históricos de los Distritos Periféricos.
- Zona 2.2. Comprende el ámbito del área de planeamiento específico del Centro Histórico -APE 00.01- no incluido en la zona 2.1.
- Zona 3. Comprende el resto del suelo clasificado como urbano.
- Zona 4. Comprende el suelo clasificado como urbanizable.

2.- Se establecen como vías especiales las denominadas vías con velocidad superior a 50 Km/H que se definen en el artículo 1.2. n).”

Cinco: Se modifica el apartado 1 b), el 3 y se suprime el apartado 4 del artículo 5, quedando redactados del siguiente modo:

“Artículo 5. *Clases y características de los soportes publicitarios.*

1.- Los soportes publicitarios se clasifican en función de los materiales utilizados y su relación con la luz sin que ambos grupos sean excluyentes entre sí.

b) En relación a la luz se distingue entre:

Soporte opacos: son aquellos que no disponen de sistemas de iluminación.

Soportes iluminados: son los soportes opacos que reciben la luz de forma externa.

Soportes luminosos: son aquellos que proyectan la luz desde su interior, ya sea frontalmente o por su parte posterior, en cuyo caso recibirán la denominación de retroiluminados.

3.- Los soportes rígidos que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados.”

Seis: Se modifica la redacción del apartado 1 del artículo 6, quedando redactado de la siguiente manera:

“Artículo 6. *Emplazamientos y superficie publicitaria.*

1.- Emplazamiento es cada uno de los ámbitos físicos susceptibles de ser utilizados para la instalación de los soportes publicitarios o identificativos regulados en esta Ordenanza. Cada emplazamiento publicitario es único, solo podrá instalarse un tipo



de soporte publicitario con excepción de las lonas sobre estructura de andamio dado su carácter temporal, y no podrá ser objeto de segregación parcial a efectos de su explotación publicitaria.”

Siete: Se modifican los apartados 2 a), b) y c) y el 4 b) y c) del artículo 7, cuya redacción queda como sigue:

“Artículo 7. *Condiciones de iluminación.*

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

a) La instalación eléctrica cumplirá con las determinaciones establecidas en la normativa de aplicación.

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.

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

c) La iluminación proyectada, sobre cualquier tipo de soporte, deberá tener siempre una orientación descendente con una sola línea de proyectores en la parte superior. La proyección de luz no podrá sobrepasar los límites de su superficie.

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.

c) En el supuesto de que los mensajes publicitarios o identificativos transmitidos mediante imágenes puedan afectar al tráfico rodado y a sus instalaciones y elementos de señalización será preceptivo el informe favorable del órgano municipal con competencias en materia de movilidad.”

Ocho: Se modifica el artículo 8, cuya redacción queda como sigue:

“Artículo 8. *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, ni será autorizable 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.

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.

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.”

Nueva: Se modifica el artículo 9 que queda redactado como sigue:

“Artículo 9. *Protección del patrimonio.*

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, salvo 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, en cuyo caso, se requerirá informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio y del paisaje urbano.

2.- Toda actuación publicitaria que afecte a elementos catalogados, con menor nivel de protección que el señalado en el párrafo anterior, o a las áreas declaradas de interés histórico, artístico, paisajístico y natural, estará sometida a las condiciones y limitaciones necesarias para garantizar su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido. Se respetarán los valores paisajísticos y el mantenimiento de las líneas compositivas de los edificios, sin ocultar sus elementos decorativos y ornamentales. Se podrán imponer dimensiones distintas a las permitidas con carácter general, en función de las características compositivas del edificio y la necesidad de evitar los impactos negativos.

3.- Salvo las excepciones que las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio y del paisaje urbano puedan admitir en función de las especiales características de cada emplazamiento, las instalaciones publicitarias se realizarán con elementos sueltos -letras, logotipos-, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción.

4.- Todo lo anterior, sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley 3/2013 de 18 de junio, de Patrimonio Histórico de la Comunidad de Madrid.”



Diez: Se modifican los apartados 1 y 2 y se elimina el apartado 3 del artículo 10, que queda redactado como sigue:

“Artículo 10. *Publicidad en dominio público.*

1.- La publicidad que se instale en cualquier tipo de vehículo municipal; los soportes instalados en parcelas y edificios municipales de uso dotacional y los soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal, salvo los flexibles sobre estructuras de andamios con motivo de realización de obras, será objeto de licitación pública y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación.

2.- La instalación de publicidad en los mercados municipales, los quioscos de prensa y en las terrazas de veladores se regulará por su normativa municipal específica.”

Once: Se modifican los apartados 1 y 2, se elimina el apartado 3 y se modifica el 4 que pasa a ser el 3 del artículo 11, que queda redactado como sigue:

“Artículo 11. *Autorizaciones especiales.*

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 exclusiva o mayoritariamente 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.

2.- Se podrá autorizar la utilización de los báculos y columnas de alumbrado público, como soporte divulgativo o informativo de carácter institucional, con ocasión de acontecimientos y programas de tipo cultural, deportivo u otros de singular importancia, así como para actuaciones de este mismo tipo que sean de interés institucional y como tales sean debidamente justificadas por el órgano municipal competente. Su utilización, será igualmente autorizada durante las campañas electorales, ajustándose a las disposiciones previstas en la legislación electoral.

Sin perjuicio de lo dispuesto en las condiciones que se establezcan en su contratación, la exhibición de contenidos de interés institucional en mobiliario urbano con publicidad, será justificada por el órgano municipal competente.



3.- Las actuaciones publicitarias efímeras, cuando se ejecuten en dominio público municipal o en suelo de titularidad privada de uso público, requieren para su realización la previa obtención de autorización especial.”

Doce: Se modifica el artículo 12, que queda redactado como sigue:

“Artículo 12. *Actuaciones no permitidas.*

Excepto en los supuestos regulados en los dos artículos anteriores, se prohíbe la utilización del dominio público con fines publicitarios.”

Trece: El apartado 3 del artículo 15 queda redactado como sigue:

“Artículo 15. *Características.*

3.- Sólo podrá instalarse el soporte publicitario sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiéndose ésta como el plano del peto de protección de cubierta, o en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de utilización, a excepción de las instalaciones generales del edificio tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendederos o antenas.

Cuando las góndolas de limpieza de fachadas o las instalaciones generales del edificio situadas en la cubierta impidan la colocación del rótulo en las condiciones señaladas en el párrafo anterior, se permitirá su instalación en los elementos que sirvan de protección de dichas instalaciones.”

Catorce: Se modifica en el apartado 1 las letras c), d), g) y se suprime la letra f) de modo que la letra g) pasa a ser la letra f) del artículo 16, que queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 16. *Condiciones de la instalación.*

c) Su altura no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la del edificio con un máximo de cinco metros y medio (5,50 m), medidos desde la línea de remate del peto de protección, barandal u otros elementos que impidan su visualización.

d) La superficie publicitaria del rótulo será la comprendida en el rectángulo que circunscriba la totalidad de los elementos del mensaje y será como máximo de setenta metros cuadrados (70 m²), sin que la superficie opaca del mismo pueda superar catorce metros cuadrados (14 m²) y las instalaciones carecerán de fondos visibles.

f) En la subzona 2.2 y en la zona 3 el ancho mínimo de calle será de doce metros (12 m). En las vías con velocidad superior a 50 Km/h, la distancia mínima desde el edificio donde se instale el soporte a la vía será de veinte metros (20 m).”



Quince: Se modifican los apartados 1 a) y 3 y se añade un párrafo a continuación del apartado 1 b) del artículo 18, que quedan redactados del siguiente modo:

“Artículo 18. Ámbito de aplicación.

“1.- Se admite la colocación de soportes publicitarios en las medianeras situadas en los siguientes ámbitos:

a) En la zona 2 sólo se autorizarán dentro del ámbito de la subzona 2.2.

b) En toda la zona 3.

La instalación de soportes publicitarios en la subzona 2.2 y fuera de este ámbito en los edificios catalogados deberá contar con informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural, salvo que se ajuste a los criterios recogidos en el ANEXO III.

3.- En vías con velocidad superior a 50 Km/h, el edificio en el que se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de veinte metros (20 m) de distancia de la vía.”

Dieciséis: Se modifica el artículo 21, que queda redactado como sigue:

“Artículo 21. Ámbito de aplicación.

1.- Se consideran como emplazamientos susceptibles de instalación de soportes publicitarios para el anuncio de productos 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 las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural, y en las zonas 3 y 4 y de uso exclusivo industrial situadas en zonas 3 y 4.

2.- En vías con velocidad superior a 50 Km/h, el edificio en el que se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de veinte metros (20 m) de distancia de la vía.

3.- En los edificios o establecimientos en los que se desarrollen actividades educativas, culturales, de espectáculos o de singular interés público, situados en las zonas 1, 2 y 3, con independencia de su nivel de catalogación, se podrán instalar en las partes ciegas de la fachada soportes flexibles paralelos o perpendiculares a la misma, para la identificación del edificio o establecimiento, o la difusión de sus actividades, siempre que no se modifiquen sus elementos arquitectónicos. Cuando las características del edificio lo requieran se podrán instalar con esta finalidad soportes flexibles o rígidos en el cerramiento de la parcela o en el espacio libre de la misma. Los situados en la zona 2 requerirán para su aprobación informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural.



4.- Los anuncios de venta y alquiler de edificios, bien de forma global o bien mediante piezas independientes una vez terminada su construcción, y los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas, se podrán instalar en la fachada de los edificios situados en todas las zonas establecidas en la Ordenanza.”

Diecisiete: Se modifican los apartados 1 y 3 y se introduce un nuevo apartado 4, pasando el actual como apartado 5 en el artículo 22, que quedan redactados como sigue:

“Artículo 22. *Condiciones.*

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 (40%) de la parte ciega de la fachada.

3.- Para la autorización de estos soportes se exigirá su adaptación al edificio y a su entorno. Por parte de los servicios municipales se podrán establecer, previa justificación, condiciones específicas para dicha adaptación.

4.- Para el anuncio de la venta o alquiler de edificios, bien de forma global o bien mediante piezas independientes una vez terminada su construcción, podrá colocarse un único elemento opaco flexible por edificio, donde solo podrá figurar la empresa promotora y los datos de contacto como teléfono, correo electrónico o página web, de acuerdo con las siguientes opciones (FIGURA 1 ANEXO II):

a) Horizontalmente, en la fachada de la última planta del edificio, o en los petos de cubierta estableciéndose el siguiente régimen de alturas, sin contar las plantas bajo rasante:

- Hasta 7 plantas: 150 cm.
- Hasta 15 plantas: 170 cm.
- Hasta 20 plantas: 200 cm.

No obstante, la altura del anuncio se reducirá en aquellos casos en los que la superficie ciega de la última planta o la del peto, frente o lamas de cubierta sobre los que se instale sea inferior a la altura máxima permitida.

b) Verticalmente, en las zonas ciegas de la fachada, sin tapar huecos, respetando un marco perimetral de 25 cm como mínimo.

c) En los locales comerciales situados en planta baja del propio edificio mientras se encuentren vacíos se podrá instalar un elemento transparente adherido a los huecos de fachada o soporte flexible en el caso de estar los huecos tabicados.

Con independencia de las opciones anteriores, simultáneamente se podrá colocar un soporte en el acceso al edificio, bien de la misma anchura que el hueco de acceso y sobre el dintel del mismo, o bien dentro del hueco en las zonas no practicables de la carpintería.”



Dieciocho: Se modifica el apartado 1 y se añade un apartado 5 en el artículo 24, que quedan redactados como sigue:

“Artículo 24. Ámbito de aplicación.

1.- En todas las zonas establecidas en la presente Ordenanza, las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán todas las definidas en el PGOU, y en el caso de los soportes flexibles sobre estructura de andamio solo aquellas en las que esté justificada la instalación de la misma.

5.- No tendrán la consideración de lonas publicitarias aquellas que no contengan ningún tipo de publicidad tales como aquellas que reproduzcan la imagen de la fachada del edificio.”

Diecinueve: Los apartados 1 y 2 del artículo 25 quedan redactados del siguiente modo:

“Artículo 25. Condiciones de los soportes.

1.- Los soportes publicitarios rígidos en obras, tipo carteleras luminosas o iluminadas y opacas, deberán instalarse en la alineación oficial o en el cerramiento de la obra, en caso de estar autorizado, sin volar sobre la vía pública. Su altura máxima será de cinco metros y medio (5,50 m) sobre la rasante del terreno en la alineación oficial y la superficie publicitaria máxima será de doscientos cuarenta metros cuadrados (240 m²) por cada cien metros (100 m) de línea de fachada del solar, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm) entre soportes.

Se podrán utilizar directamente los cerramientos de obras para instalar anuncios cuyo contenido se limite a dar a conocer la apertura de un nuevo establecimiento o actividad con indicación de su denominación y logotipo, cuya superficie no podrá superar un tercio de la superficie del cerramiento.

En las vías con velocidad superior a 50 km/h, la distancia mínima desde el soporte publicitario a la vía, será de veinte metros (20 m) y la altura del mismo no superará los cinco metros y medio (5,50 m) sobre la rasante del terreno.

2.- Los soportes publicitarios flexibles sobre estructuras de andamio cubrirán la totalidad de la superficie del andamio teniendo como limitación la altura del edificio y la longitud de fachada. En la parte inferior de la lona se reservará una franja corrida a lo largo de toda la lona de 150 centímetros (150 cm) de altura, en la que figurarán los elementos de identificación de los establecimientos existentes en el edificio cuya localización quede afectada por la instalación del soporte y las de la empresa publicitaria, quedando prohibida la colocación de otros soportes rígidos o flexibles.

No se considerará publicitaria la colocación de la franja continua de 150 centímetros (150 cm) de altura en la parte inferior del andamio, en la que figuren únicamente los elementos de identificación de los establecimientos existentes. Del mismo modo tampoco tendrá la consideración de publicitaria la colocación de una franja continua



de las mismas características en la que figure la identificación de la empresas constructoras, las instaladoras del andamio y las de sistemas de seguridad, que deberá situarse en la parte inferior del andamio o en su caso, sobre la franja de identificación de los establecimientos (FIGURA 2 ANEXO II).

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, y requerirá informe previo favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio”.

Veinte: Se modifica el apartado 3 del artículo 26, que queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 26. Definiciones y ámbitos de aplicación.

3.- Los solares y terrenos sin uso susceptibles de servir como emplazamientos publicitarios son los situados, dentro de la zona 1 en las dotaciones locales y en los sistemas generales hasta el inicio de las obras que materialicen la ejecución del planeamiento, y en las zonas 3 y 4.”

Veintiuno: Se modifica el apartado 2 y se suprime el apartado 3, renumerándose el resto del artículo 27, quedando redactado como sigue:

“Artículo 27. Condiciones de los soportes en solares y terrenos sin uso.

2. Se instalarán sobre el cerramiento del solar, sin volar sobre la vía pública y siempre en la alineación oficial. No obstante, en aquellos supuestos en los que la realidad física no se corresponde con la alineación definida en el planeamiento vigente, los soportes se instalarán sobre el cerramiento del solar existente (FIGURA 3 ANEXO II).

Cuando la alineación forme esquina, se admitirá que el soporte no se instale sobre el cerramiento siempre que sus extremos se apoyen en dicha alineación (FIGURA 4 ANEXO II).

Los soportes se situarán sobre el cerramiento de separación con la vía pública y no sobre los linderos de las fincas colindantes. Sólo se autorizarán cuando el cerramiento esté previamente realizado, excepto en la zona 4.

Veintidós: Se modifican los apartados 1, 2 y 4 a) y e) del artículo 28, que quedan redactados como sigue:

“Artículo 28. Condiciones de los soportes en solares o terrenos sin uso, colindantes con vías con velocidad superior a 50 km/h.

1.- En los emplazamientos definidos en el artículo 26, que sean colindantes con vías con velocidad superior a 50 Km/h y discurran por tramos urbanos, ninguno de los



elementos del soporte publicitario deberá estar a una distancia inferior a veinte metros (20 m) de la vía.

Para la consideración del emplazamiento como colindante con vía de circulación con velocidad superior a 50 Km/h se atenderá a la realidad física del emplazamiento con independencia del planeamiento aprobado, condición que se perderá en el momento en que se inicien las obras de materialización del mismo.

2.- La instalación deberá cumplir las condiciones generales establecidas en el artículo 27 salvo las especialidades establecidas en los apartados siguientes, en función de la zonificación establecida en la Ordenanza, la calificación tipológica del suelo y de la vía con velocidad superior a 50 km/h.

4.- En la zona 4 los soportes se regularán de acuerdo con las siguientes condiciones, sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa reguladora de las carreteras de ámbito estatal y autonómico.

a) La superficie publicitaria máxima se establecerá según la proporción de ciento veinte metros cuadrados (120 m²) por cada cien metros (100 m) lineales de fachada del terreno a la vía con velocidad superior a 50 Km/h, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm) entre soportes.

e) La altura del soporte publicitario sobre la rasante del terreno en la alineación de la vía con velocidad superior a 50 Km/h y la distancia de la parte más próxima del mismo al fin del dominio público de la vía o a la alineación oficial, cumplirán la siguiente relación proporcional: $h = 0,5 \times d - 4$. En ningún caso el soporte podrá superar la cota máxima de veintiún metros (21 m) de altura y deberá situarse a una distancia mínima de veinte metros (20 m) (FIGURA 5 ANEXO II)."

Veintitrés: Se modifican los apartados 1 y 5 y se introduce el apartado 6 del artículo 29, que quedan redactados como sigue:

"Artículo 29. Características generales de los elementos de identificación.

1.- Son aquellos que tienen por fin exclusivo la identificación de actividades y establecimientos, la denominación de un edificio, y de una calle y/o de su numeración. No podrán contar con publicidad comercial distinta a aquella que haga referencia a la actividad desarrollada en el local, de acuerdo con la denominación social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios, a la que se dedique.

5.- Los rótulos y otros elementos de identificación, regulados en el Capítulo II del presente Título no podrán instalarse en edificios declarados Bien de Interés Cultural, salvo las excepciones que las comisiones competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural puedan establecer en razón a sus especiales características y su integración en el entorno.



6.- Podrán instalarse pantallas con tecnología led o análogas, para la identificación de un local o establecimiento y 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) La instalación de pantallas en edificios declarados Bien de Interés Cultural o en sus entornos de protección se autorizará con carácter singular.

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 en planta baja de los edificios, a una distancia mínima de sesenta centímetros (60 cm) de los vidrios.

En los locales que también desarrollen su actividad en la planta inmediatamente superior a la baja, y siempre y cuando su configuración exterior conforme un conjunto diferenciado del resto de la fachada, podrán instalarse en ambas plantas.

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 desde el inicio de la actividad hasta las 22:00 horas, 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 7 segundos.
- Las imágenes no podrán producir deslumbramiento, ni inducir a la confusión con señales de tráfico.
- No está permitido el uso de sonido.”

Veinticuatro: El artículo 30 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 30. *Muestras.*

Son los elementos paralelos al plano de fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados en planta baja y primera 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 las comisiones competentes en la protección del patrimonio, salvo que se ajuste a los criterios recogidos en el ANEXO III.”

Veinticinco: El artículo 31 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 31. *Muestras opacas.*

1. - En la zona 2 y en edificios catalogados situados fuera de la misma, se admiten las soluciones que a continuación se describen (FIGURA 6 ANEXO II):

a) Sobre el dintel de los huecos de fachada del local, únicamente en planta baja, en cuyo caso, deberán realizarse en forma de logotipo, marca o texto compuesto por letra suelta unida o no entre sí, y podrán tener, como máximo, una longitud total que no supere la del dintel correspondiente y una altura de como máximo cuarenta y cinco centímetros (45 cm) y con un saliente de cinco centímetros (5 cm).

b) En el interior de los huecos de fachada del local, en planta baja y primera, en cuyo caso, deberán realizarse en forma de logotipo, marca o texto compuesto por letra suelta unida o no entre sí. La altura máxima de las muestras 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 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.

c) Las placas que se sitúen en las jambas de los portales ocuparán una dimensión máxima de un cuadrado de veinte centímetros (20 cm) de lado y cinco milímetros (5 mm) de grosor.

d) En los macizos de fábrica entre huecos de planta baja, únicamente en forma de logotipo, marca o texto compuesto de letra suelta inscribible en un polígono de superficie no mayor a cero coma treinta metros cuadrados (0,30 m²) y un saliente de cinco centímetros (5 cm).

e) Se podrán adosar a las marquesinas con una altura máxima igual al espesor de las mismas y cinco centímetros (5 cm) de grosor.

2.- En las restantes zonas además de las soluciones anteriores se admiten las siguientes (FIGURA 7 ANEXO II):

a) Sobre el dintel de los huecos de fachada del local y sin cubrir éstos, únicamente en planta baja, podrán ocupar una franja corrida de anchura inferior a sesenta centímetros (60 cm) con un saliente de hasta diez centímetros (10 cm). Deberán quedar a una distancia superior a cincuenta centímetros (50 cm) del hueco de acceso al portal del edificio, 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 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 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

c) Se podrán adosar a las marquesinas con una altura máxima igual al espesor de las mismas y cinco centímetros (5 cm) de grosor.

d) Las placas que se sitúen en las jambas de los portales ocuparán la dimensión máxima de un cuadrado de veinticinco centímetros (25 cm) de lado y cinco milímetros (5 mm) de grosor.”

Veintiséis: El artículo 32 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 32. *Muestras con iluminación.*

1.- Son condiciones comunes a la instalación de muestras con iluminación en todas las zonas las siguientes:

a) Irán situadas a una distancia de al menos diez metros (10 m) de huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte metros (20 m) si las luces son rectas.

b) Se situarán a una altura superior a tres metros (3 m) sobre la rasante de la calle o terreno. Cuando la iluminación se realice mediante sistemas de iluminación exteriores, los tres metros (3 m) se medirán a dicho sistemas.

c) No se permite la instalación de muestras con iluminación en las jambas de los portales, macizos de fábrica entre huecos de planta baja ni cantos de marquesinas.

d) Las muestras con iluminación situadas sobre el dintel de los huecos tendrán un saliente máximo de quince centímetros (15 cm).

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 de como máximo 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, en planta baja y primera, 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 sesenta por ciento (60%) 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 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.”

Veintisiete: Se modifica el apartado 2 del artículo 33 que queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 33. *Banderines.*

2- La instalación de banderines 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.”

Veintiocho: Se modifica el apartado 1 y el apartado 2 a) y c) del artículo 34, que queda redactado como sigue:

“Artículo 34. *Toldos y otros elementos flexibles y banderolas.*

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 primera 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.”

2.- Banderolas.

- a) Las dimensiones máximas de las banderolas serán de cincuenta centímetros (50 cm) de anchura y ciento veinte centímetros (120 cm) de longitud. En planta primera la longitud no podrá exceder la altura de los huecos de la fachada correspondiente.
- c) Las banderolas se integrarán en la fachada y su entorno, en planta baja deberán dejar una altura libre desde el plano de la acera de doscientos veinticinco centímetros (225 cm).”

Veintinueve: El artículo 36 queda redactado de la siguiente manera:

“Artículo 36. *Definición y clases.*

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.
- 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.

Podrá colocarse un elemento de identificación opaco, luminoso o mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto, en la fachada superior de la última planta del edificio, mediante letras sueltas con una altura no superior a ciento veinte centímetros (120 cm). La instalación de soportes luminosos estará sujeta al cumplimiento del régimen de distancias establecido para los rótulos en coronación.

3.- Carteles de identificación en solares o terrenos sin uso y colindantes con vías con velocidad superior a 50 km/h.



Se podrán instalar en solares y terrenos sin uso regulados en el Título VI de esta Ordenanza, carteles identificativos con la denominación 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, no pudiendo sobrepasar los veinticuatro metros cuadrados (24 m²) por emplazamiento y cumpliendo las demás determinaciones contenidas en dicho Título.

En los emplazamientos situados en zona 4, podrán instalarse un solo soporte por emplazamiento que no supere los veinticuatro metros cuadrados (24 m²) de superficie, que deberá cumplir lo establecido en el artículo 28 para las condiciones de su instalación.

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), sin superar la altura del edificio. 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.”

Treinta: Se modifican los apartados 1, 3, 6 y 9 y se introduce un apartado 4 en el artículo 37, de modo que el apartado 4 pasa a ser el 5, el apartado 5 pasa a ser el 6, el apartado 6 pasa a ser el 7, el apartado 7 pasa a ser el 8, el apartado 8 pasa a ser el 9 y el apartado 9 pasa a ser el apartado 10, quedando redactado de la siguiente manera:

“Artículo 37. *Objeto, contenido y tipos de intervención.*

1.- La realización de cualquier clase de actividad o acción publicitaria, aunque no esté contemplada expresamente en esta Ordenanza, queda sometida a la previa obtención de licencia urbanística, autorización administrativa, declaración responsable o comunicación, sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean pertinentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable.

3.- La actividad publicitaria y la identificación de actividades y establecimientos quedan sujetas a la obtención de licencia urbanística cuando se desarrollen mediante la instalación de soportes con estructuras y materiales que puedan estar anclados al pavimento, instalados sobre fachadas, ser autoportantes o cualquier otra modalidad, así como cuando requieran por sus características técnicas y de seguridad la redacción de un proyecto técnico.



Su tramitación se realizará de acuerdo con las determinaciones previstas en la normativa municipal en materia de licencias urbanísticas en atención al uso afectado y al ámbito de aplicación de dicha normativa, así como en la legislación urbanística de la Comunidad de Madrid.

4. La inexactitud, falsedad u omisión, de carácter esencial, en cualquier dato, manifestación o documento que se acompañe o incorpore a una declaración responsable o comunicación, o la no presentación ante la Administración competente de la declaración responsable o comunicación, conlleva la imposibilidad de continuar con el ejercicio del derecho o actividad afectada desde el momento en que se tenga constancia de tales hechos, sin perjuicio de las responsabilidades penales, civiles o administrativas a que hubiera lugar.

La resolución de la Administración Pública, que previa audiencia del interesado, declare tales circunstancias podrá determinar la obligación del interesado de restituir la situación jurídica al momento previo al reconocimiento o al ejercicio del derecho o al inicio de la actividad correspondiente, así como la imposibilidad de instar un nuevo procedimiento con el mismo objeto durante un período máximo de un año.

7.- La realización de las actuaciones singulares, debido a su impacto y repercusión en el paisaje urbano, quedan sujetas a autorización al concurrir razones de interés general, requiriéndose informe previo favorable del Grupo Técnico de Publicidad. Si requiere la utilización de estructuras o soportes que por sus características técnicas y de seguridad precisen de la redacción de un proyecto técnico, deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

10.- Las siguientes instalaciones no requerirán la previa obtención de licencia, autorización, declaración responsable ni comunicación:

- a) Instalación de los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas.
- b) Instalación de los elementos de identificación en el cristal interior de los huecos de fachada de edificios de uso no residencial mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto.
- c) Instalación de las muestras en el cristal interior de los huecos de fachada de planta baja y primera mediante grabación, serigrafía elemento transparente superpuesto o similar.
- d) La instalación de elementos transparentes adheridos a los huecos de fachada o soportes flexibles en el caso de estar los huecos tabicados, en los locales comerciales situados en planta baja del propio edificio mientras se encuentren desocupados para el anuncio de su venta o alquiler.

Treinta y uno: Se modifican los apartados 1 y 2 del artículo 38, se introduce un apartado 4, pasando el apartado 4 a ser el apartado 5, con una nueva redacción en sus apartados a), c) y d), y el apartado 5 pasa a ser el 6, en el siguiente sentido:

“Artículo 38. Vigencia de las licencias, autorizaciones y de las actuaciones de publicidad.



1.- Por su especial naturaleza y trascendencia en el paisaje urbano, las autorizaciones y licencias para instalaciones publicitarias, 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.

2.- La vigencia de la licencia para instalación de soportes publicitarias en obras queda vinculada a la duración de éstas, salvo la licencia para instalación de soportes publicitarias flexibles sobre estructura de andamios por razón de obras cuya duración inicial será, como máximo, de 6 meses renovables, por una sola vez, por el mismo plazo inicial y no se concederá una nueva licencia hasta transcurridos diez años, con independencia de la realización de nuevas obras durante ese periodo.

No se concederá licencia para instalar un soporte publicitario flexible sobre estructura de andamio a las personas físicas o jurídicas que hayan sido sancionados por la comisión de una infracción consistente en la instalación de un soporte publicitario flexible sobre estructura de andamio sin el correspondiente permiso municipal o sin ajustarse a sus condiciones, en el plazo de 1 año computado desde el día siguiente al que adquiera firmeza la sanción.

4.- Las licencias para la instalación de venta o alquiler de edificios bien de forma global o bien mediante piezas independientes una vez terminada su construcción tendrán una vigencia de un año, renovable por una sola vez por el mismo plazo inicial.

5.- La vigencia de las autorizaciones, declaraciones responsables y comunicaciones previas estará vinculada al plazo de duración que se establezca en cada una de las siguientes actuaciones:

a) Actuaciones singulares: su duración se determinará en cada supuesto concreto, sin que en ningún caso puedan superar los periodos máximos de vigencia establecidos para las licencias publicitarias e identificativas.

c) Acciones publicitarias efímeras: se estará en función del plazo de ejecución que no podrá exceder de tres días consecutivos como máximo, sin que pueda repetirse la acción en el mismo Distrito en el plazo de 3 meses.

d) Proyecciones luminosas: se autorizarán de acuerdo a la duración del acontecimiento que promocionen con un máximo de 5 días.”

Treinta y dos: El artículo 39 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 39 Renovación de las licencias.

1.- Las licencias publicitarias se podrán renovar sucesivamente cada cinco años y por un plazo máximo igual al inicialmente acordado.

2.- Las licencias de identificación reguladas en el Capítulo II del Título VII, se podrán renovar por periodos de cinco años, si bien estará condicionada al ejercicio de la actividad por el titular de la misma, debiendo solicitarse una nueva licencia en caso de



transmisión o modificación de la licencia de actividad, siempre que ello suponga la alteración del nombre, marca comercial, logotipo o cualquier otro elemento de identificación de la actividad o establecimiento.

3.- Las renovaciones se concederán expresamente por el órgano municipal competente. Se solicitarán por su titular con anterioridad a la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de renovación la siguiente documentación:

- a) Fotografías actualizadas del emplazamiento en soporte digital JPG.
- b) Certificado de facultativo competente en el que conste que la instalación se ajusta a la licencia concedida y se mantienen las condiciones de seguridad y estética previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.
- c) Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido, en su caso, para la concesión de la licencia.
- d) Acreditación del pago de las tasas correspondientes.

En caso de no ser presentados los documentos anteriores o éstos presentaran deficiencias, se otorgará un plazo diez días para que se subsane la deficiencia o se presente la nueva documentación requerida, con advertencia de que, si así no se hiciera, se le tendrá por desistido de su petición.

Si una vez comprobadas las instalaciones se advirtieran deficiencias o incumplimiento de las condiciones y prescripciones bajo las que se concedió, no procederá la renovación de la licencia solicitada.

Las licencias publicitarias e identificativas se renovarán periódicamente sin perjuicio de la obligación del titular de adaptarse a las nuevas determinaciones que se aprueben por disposiciones de carácter general o a las modificaciones de la propia Ordenanza, una vez finalizada la vigencia del plazo inicialmente autorizado o de la renovación.”

Treinta y tres: El apartado 3 artículo 40 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 40. *Transmisión de las licencias y autorizaciones.*

3.- No serán transmisibles las autorizaciones de acciones publicitarias o especiales por vincular directamente al titular con la actuación a realizar.”

Treinta y cuatro: El apartado 2 del artículo 41 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 41. *Procedimiento de tramitación de licencias y autorizaciones.*

2.- Las solicitudes de autorización previstas en esta Ordenanza que no requieran la utilización de estructuras y soportes fijos se tramitarán conforme al procedimiento establecido en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Común de las Administraciones Públicas, sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que por razón de su contenido específico se establezcan en la presente Ordenanza o en cualquier otra normativa sectorial que pudiera ser de aplicación.”



Treinta y cinco: El artículo 42 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 42. *Iniciación.*

Los procedimientos de tramitación de las licencias urbanísticas publicitarias y de identificación así como de las autorizaciones especiales y de actuación de publicidad exterior reguladas en la presente Ordenanza, se iniciarán mediante la presentación de la solicitud en formulario normalizado, acompañada de una memoria explicativa, en la que se expongan todos los extremos relativos al desarrollo de la actuación que se pretenda, tales como el medio de transmisión del mensaje publicitario, condiciones técnicas y de iluminación, especialmente, las relativas al cumplimiento de los valores máximos de luminancia, dimensiones, determinación de las características del emplazamiento, horarios, determinación de la ocupación de dominio público, y demás características de la actividad publicitaria y de identificación de las actividades y establecimientos, aportándose cuantos permisos o autorizaciones sean necesarios de acuerdo con la normativa sectorial de aplicación.”

Treinta y seis: Se modifica en el apartado 1 la letra f) y se introduce una nueva letra i) en el artículo 43, quedando redactado del siguiente modo:

“Artículo 43. *Documentación.*

f) Para las solicitudes de publicidad en obra el petitionerio aportará los datos concretos del expediente de licencia de obras 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.

i) Certificado de la entidad aseguradora de que el importe de la póliza prevista en el artículo 46 es suficiente para cubrir los posibles daños a personas o cosas.”

Treinta y siete: El artículo 46 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 46. *Seguro de responsabilidad civil.*

El titular de la licencia, o autorización publicitaria o identificativa, antes de su retirada, deberá aportar justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil, en importe suficiente, a juicio de la aseguradora, para cubrir los posibles daños a personas o cosas.

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

Treinta y ocho: Se modifica el párrafo segundo del artículo 48 que queda redactado del siguiente modo:



“Artículo 48. *Identificación de la instalación.*

En los rótulos en coronación deberá incluirse en el rectángulo que circunscriba la totalidad de los elementos del mensaje, la identificación sin computar a efectos de superficie publicitaria, con una superficie máxima del diez por ciento (10%).”

Treinta y nueve: El apartado 3 del artículo 53 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 53. *Protección de la legalidad.*

3. Cuando la actuación publicitaria se realizase sin presentar la declaración responsable o comunicación se adoptarán las medidas previstas en el artículo 69 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.”

Cuarenta : El artículo 54 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 54. *Restablecimiento de la legalidad.*

Las medidas de restablecimiento de la legalidad y el ejercicio de las facultades y prerrogativas en defensa del patrimonio municipal son independientes de la imposición de sanciones que procedan por la comisión de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza y en la legislación urbanística y patrimonial.

La responsabilidad administrativa derivada del procedimiento sancionador es compatible con la exigencia al infractor de la restauración de la legalidad urbanística, la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado originario, así como con el resarcimiento de los daños y perjuicios causados.

Transcurridos los plazos sin que el interesado lleve a cabo la actuación requerida, el órgano municipal competente acordará la retirada o desmontaje de la instalación publicitaria con reposición de la situación alterada a su estado originario, siendo a cargo del interesado el coste de todas las medidas adoptadas.

Cuando la actuación publicitaria se desarrolle, sin la debida autorización, se podrá realizar la retirada inmediata del material publicitario utilizado.

Asimismo, el reparto de folletos o de cualquier producto publicitario sin autorización podrá dar lugar a su retirada inmediata por la Policía Municipal.

A los vehículos que transmitan mensajes publicitarios dentro del término municipal se les aplicarán las medidas establecidas en los artículos 40 y 41 la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y en los artículos 61.16 y 91 de la Ordenanza de Movilidad de la Ciudad de Madrid, pudiendo ser retirados de la vía pública por los efectivos de la Policía Municipal y los Agentes de Movilidad encargados de la vigilancia del tráfico, para evitar la utilización de las vías públicas con fines publicitarios.”



Cuarenta y uno: Se modifican las letras a), c), d) y e) y se añaden las letras n), ñ) y o) del artículo 57, quedando redactado del siguiente modo:

“Artículo 57. *Infracciones muy graves.*

a) La instalación de soportes identificativos o publicitarios o la realización de actividades publicitarias sin la correspondiente licencia, autorización o presentación de declaración responsable, o sin ajustarse a las condiciones establecidas en las mismas, en ámbitos incluidos en las zonas 1 y 2 establecidas en el artículo 4 de esta Ordenanza.

c) La instalación de publicidad en edificios catalogados con nivel 1.

d) La instalación de soportes publicitarios, sin la correspondiente licencia o autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, en edificios catalogados con nivel 2 de protección y con nivel 3 de protección parcial, relativa a la fachada.

e) La instalación de soportes publicitarios o de identificación sin la correspondiente licencia urbanística o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, sin respetar las distancias establecidas respecto a las vías con circulación superior a 50 km/h.

n) La utilización de un autobús, como medio publicitario para la transmisión de un mensaje bien sea en circulación o estacionado.

ñ) La utilización de la marca corporativa del Ayuntamiento de Madrid sin la correspondiente autorización.

o) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.”

Cuarenta y dos: Se modifica la letra a) y se introducen las letras q) y r) en el artículo 58, quedando redactado del siguiente modo:

“Artículo 58. *Infracciones graves.*

a) La instalación de soportes publicitarios o la realización de actividades publicitarias sin la correspondiente presentación de comunicación, declaración responsable, o sin contar con las autorizaciones o licencias preceptivas o contraviniendo las condiciones de las otorgadas, cuando no se consideren muy graves.

q) El incumplimiento de lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 2 de la Ordenanza, en ámbitos incluidos en las zonas 1 y 2 establecidas en el artículo 4 de la misma.

r) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.”



Cuarenta y tres: Se modifica la letra i) y se introducen dos nuevas letras, de modo que la letra j pasa a ser la letra l) en el artículo 59, que queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 59. *Infracciones leves.*

- i) La utilización de cualquier clase de vehículo o remolque, a excepción de los autobuses, como medio publicitario para la transmisión de un mensaje bien sea en circulación o estacionado.
- j) El incumplimiento de lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 2 de la Ordenanza, en ámbitos incluidos en la zona 3 y 4 establecida en el artículo 4 de la misma.
- k) La falta de retirada del documento de licencia o autorización en el plazo de un mes contado partir de la recepción de la notificación de concesión de la misma.
- l) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente Ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.”

Cuarenta y cinco: El artículo 64 queda redactado del siguiente modo:

“Artículo 64. *Procedimiento sancionador.*

Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en la presente Ordenanza se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y, en lo que no se oponga a la legislación básica, con lo dispuesto en el Reglamento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora por la Administración de la Comunidad de Madrid, aprobado por Decreto 245/2000, de 16 de noviembre.”

Cuarenta y seis: Se modifica el apartado 1 del artículo 66 quedando redactado del siguiente modo:

“Artículo 66. *Multas coercitivas.*

1.- Si los infractores no procedieran al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ordenanza, sin perjuicio de la sanción que se pudiera imponer, el órgano competente podrá acordar la imposición de multas coercitivas con arreglo a los artículos 103 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y 52.2 de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y Régimen Especial de Madrid, una vez transcurridos los plazos establecidos en el requerimiento correspondiente.

La cuantía de cada una de las multas no superará un tercio de la multa fijada por infracción cometida, con límite máximo de tres mil euros (3.000 euros) y sus actualizaciones anuales conforme a la evolución anual del IPC.”

Cuarenta y siete: Se modifica el párrafo primero de la Disposición Adicional Única que pasa a ser la primera y queda redactada del siguiente modo:



“Disposición adicional primera. *Convenios*.

En el ámbito de la presente Ordenanza el Ayuntamiento de Madrid podrá, mediante la formalización de convenios o realización de programas con Organismos Públicos, Entidades, Colegios o Asociaciones Profesionales representativos de determinados sectores de actividad con características especiales de implantación, de utilización de imágenes corporativas o por prestación de servicios comunes, establecer condiciones particulares para la determinación del plazo voluntario de adecuación a las condiciones establecidas, la homologación o determinación de las características técnicas y estéticas de los elementos de identificación y señalización de actividades y establecimientos, tales como los servicios de carácter sanitario, farmacéutico, de hospedaje, bancario y otros. La formalización del Convenio no exime de la tramitación de las correspondientes licencias o autorizaciones.”

Cuarenta y ocho: Se introduce una disposición adicional segunda con la siguiente redacción:

“Disposición adicional segunda. *Protección del patrimonio*.

No será necesario someter a informe de la Comisión de Protección del Patrimonio Histórico, Artístico y Natural, las actuaciones que se ajusten a los Criterios Generales aprobados por la misma que se encuentran contenidos en el ANEXO III.”

Cuarenta y nueve: Se introduce un apartado 4 en la Disposición Transitoria Primera, que queda redactada del siguiente modo:

“Disposición transitoria primera. *Régimen y adecuación de las licencias*.

4.- La instalación de pantallas de tecnología digital en establecimientos deberá adaptarse a la nueva regulación en el plazo máximo de veinticuatro (24) meses desde la entrada en vigor de la modificación de la Ordenanza.”

Cincuenta: La Disposición Final Primera queda redactada del siguiente modo:

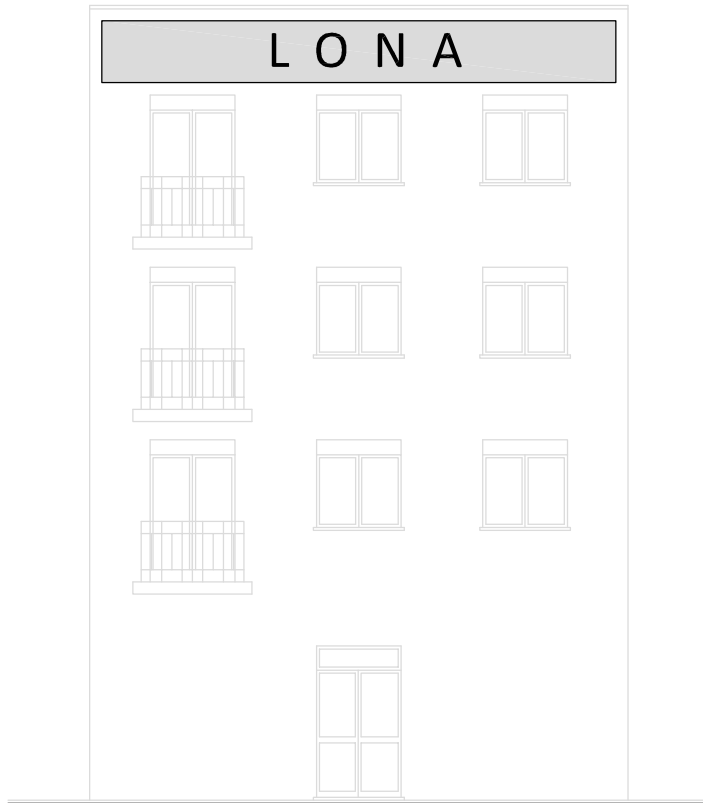
“Disposición final primera. *Interpretación de la ordenanza*.

Se faculta al titular del Área con competencias en materia de publicidad exterior para dictar Instrucciones con el fin de interpretar y resolver cuantas cuestiones surjan de su aplicación.”

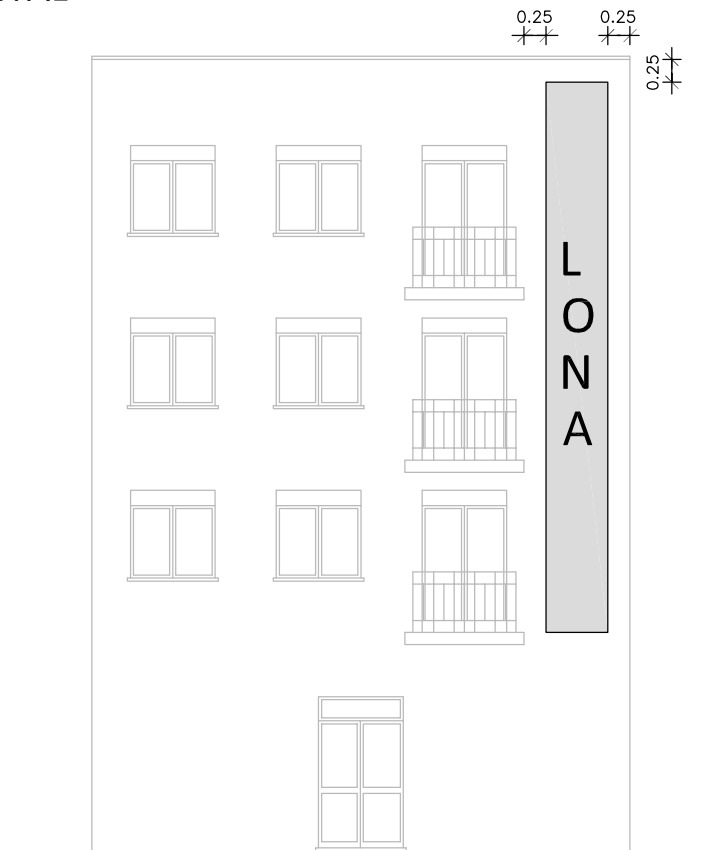
Cincuenta y uno: Por último, se incluyen un ANEXO II y un ANEXO III, en los que se representan gráficamente distintas actuaciones para facilitar su comprensión y se recogen los criterios de la Comisión de Protección del Patrimonio Histórico, Artístico y Natural respectivamente, y el ANEXO de delimitación de recinto histórico de Madrid y del APE 00.01 incluidos en las zonas 2.1 y 2.2 del artículo 4 de la ordenanza, pasa a ser el ANEXO I.

A N E X O - I I

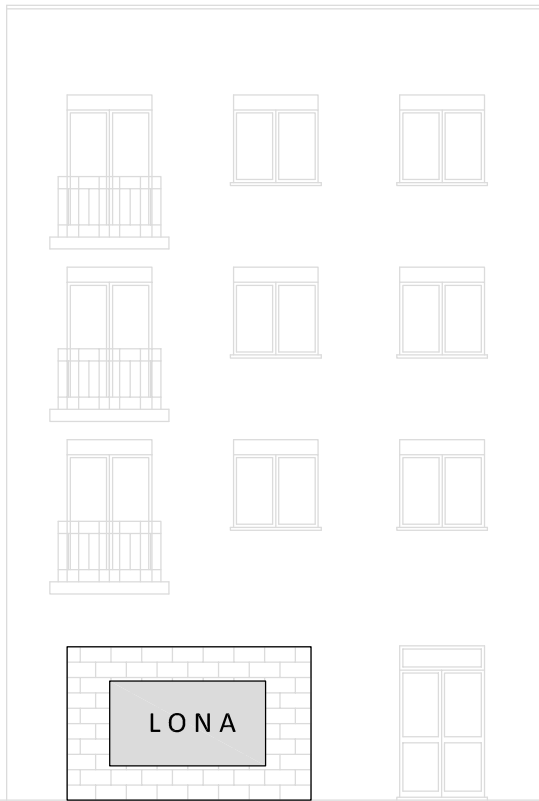
FIGURA 1



a) SOPORTE FLEXIBLE EN DISPOSICIÓN HORIZONTAL

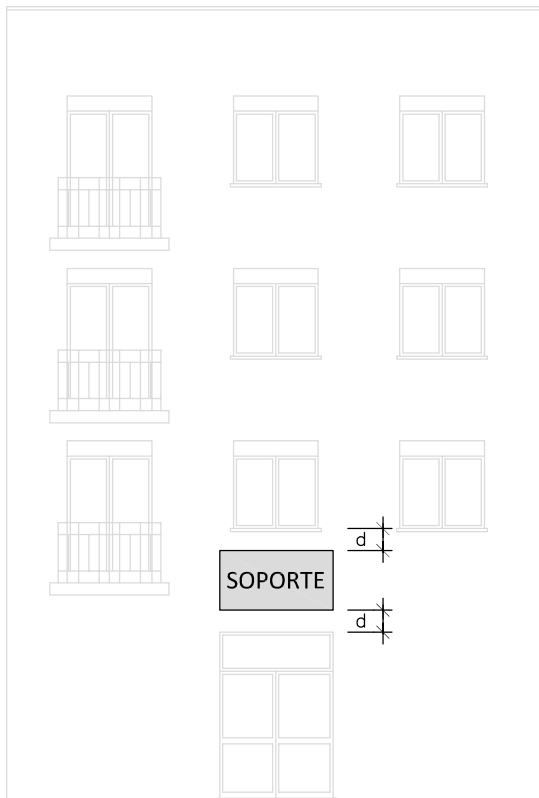


b) SOPORTE FLEXIBLE EN DISPOSICIÓN VERTICAL



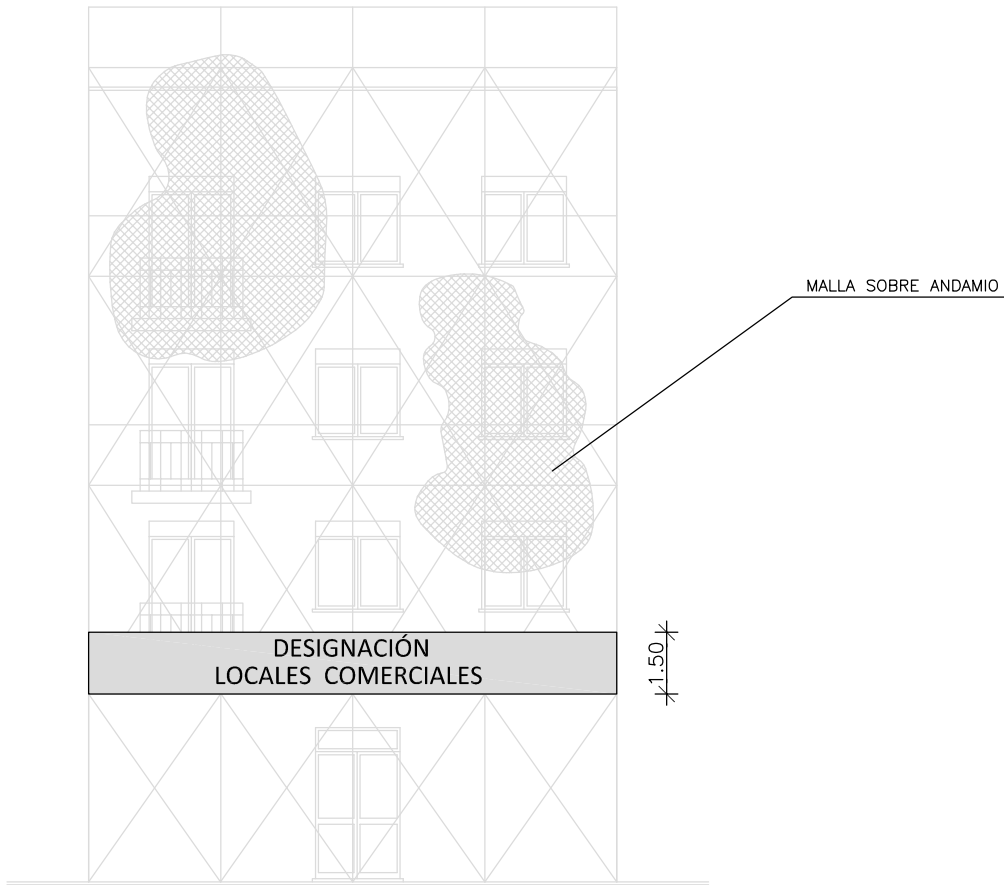
c) SOPORTE FLEXIBLE
HUECOS TABICADOS

c) ELEMENTO TRANSPARENTE
ADHERIDO SOBRE VIDRIO

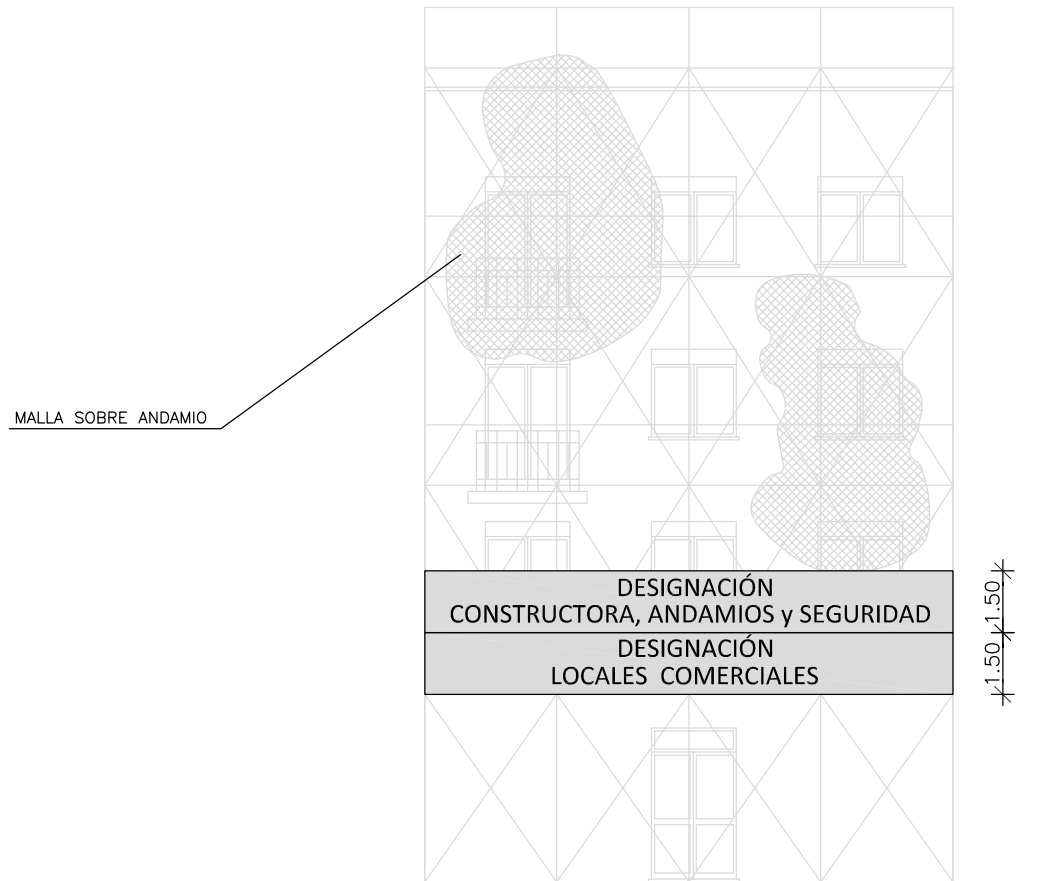


d) SOPORTE SOBRE DINTEL

d) SOPORTE DENTRO DEL HUECO

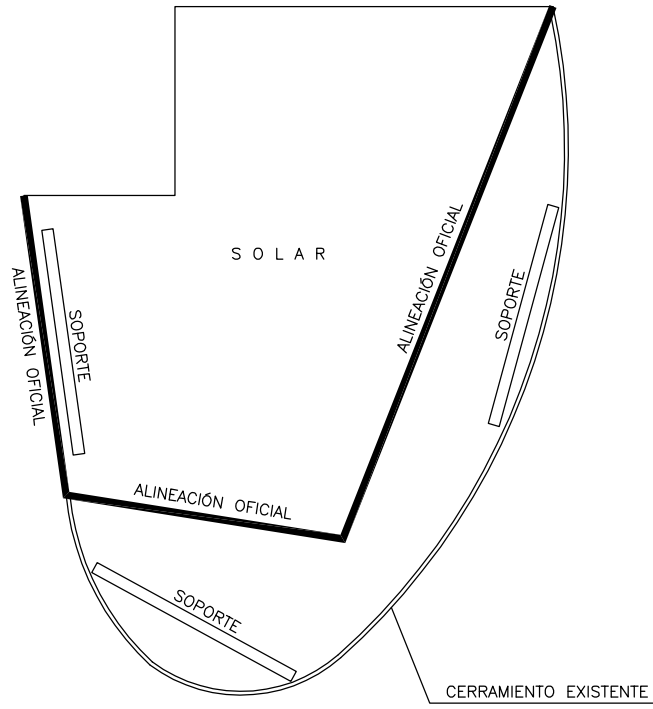


OPCION 1



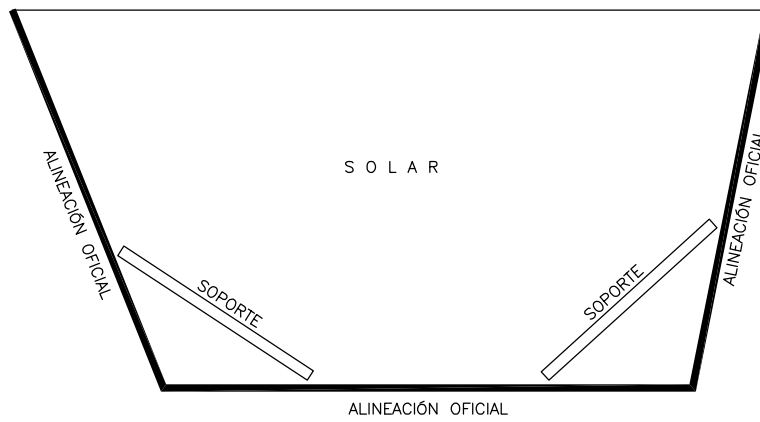
OPCION 2

FIGURA 3



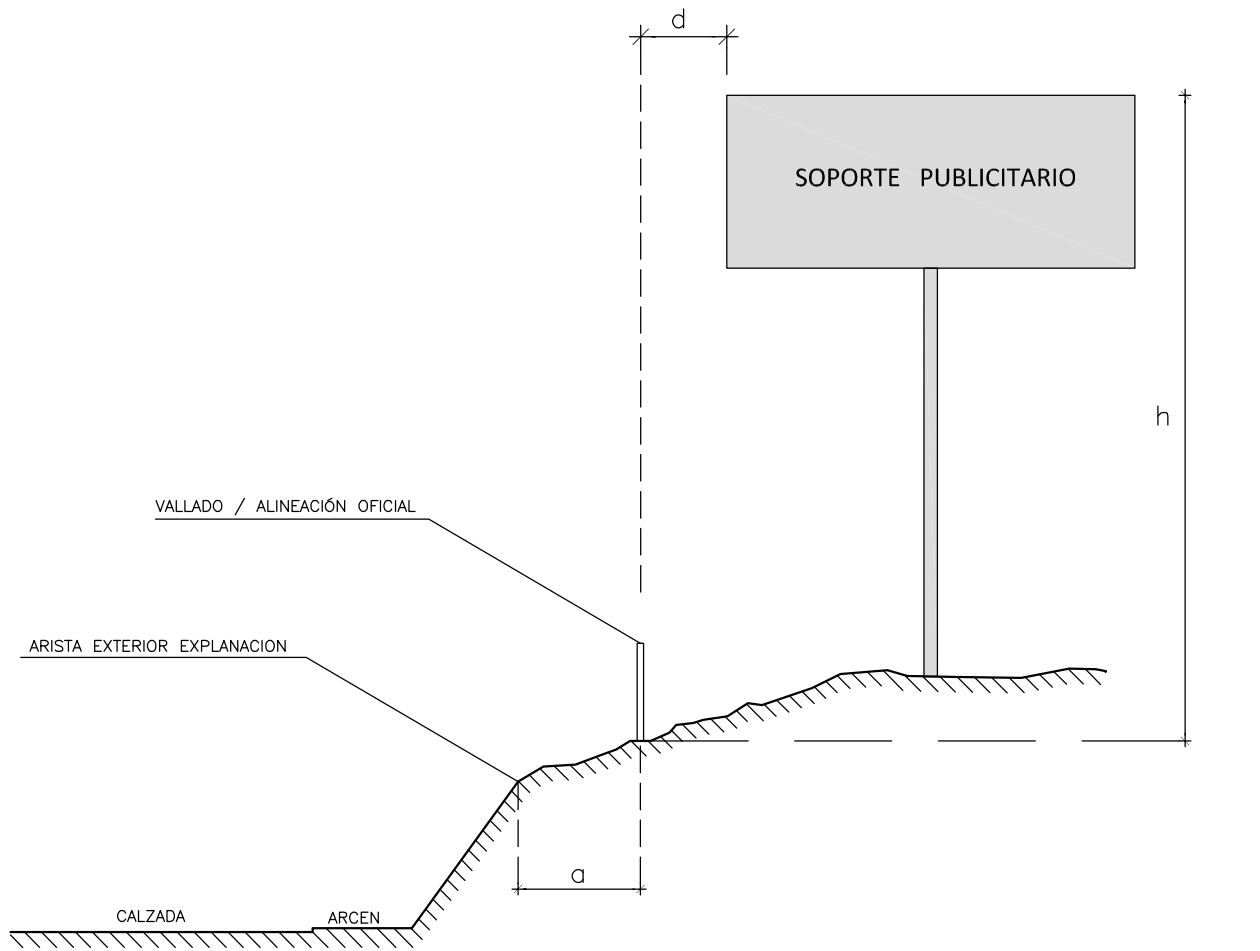
SOPORTES FUERA DE LA ALINEACIÓN OFICIAL

FIGURA 4



SOPORTES EN ALINEACIÓN OFICIAL EN ESQUINA

FIGURA 5



a = artículo 29 ley 37/2015 de carreteras

- 8m autopistas y autovías.
- 3m carreteras convencionales, multicarril y vías de servicio.

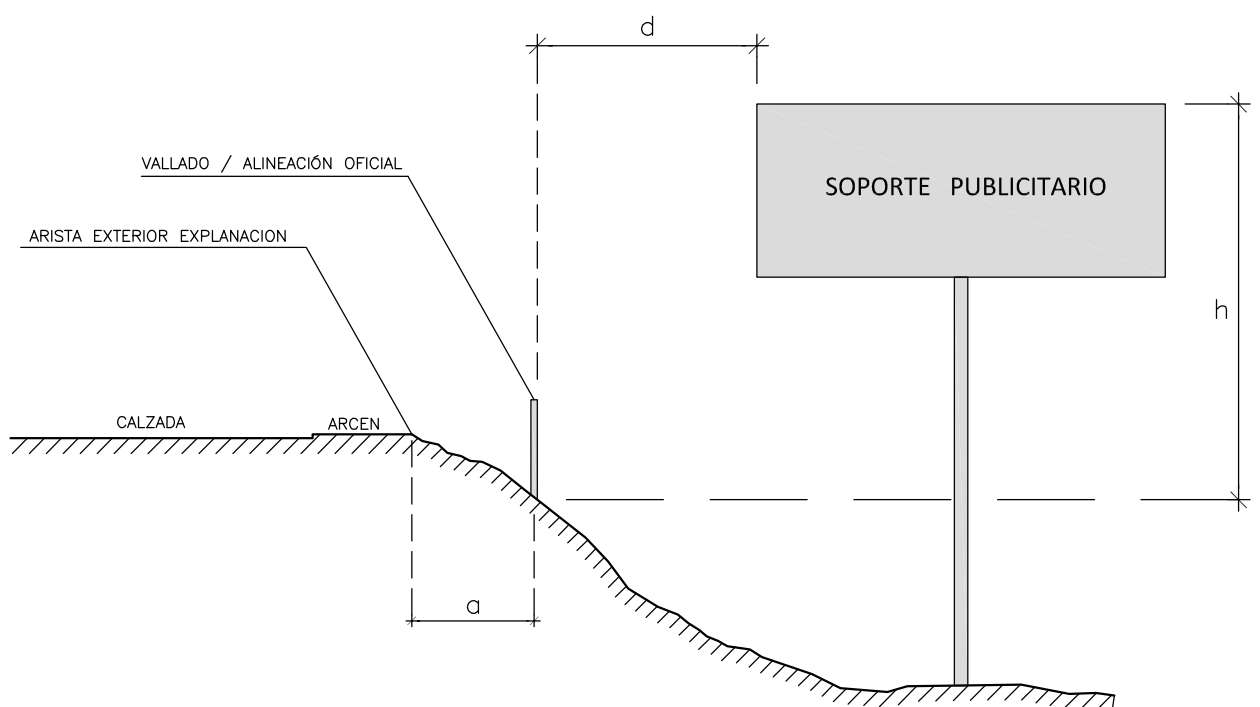
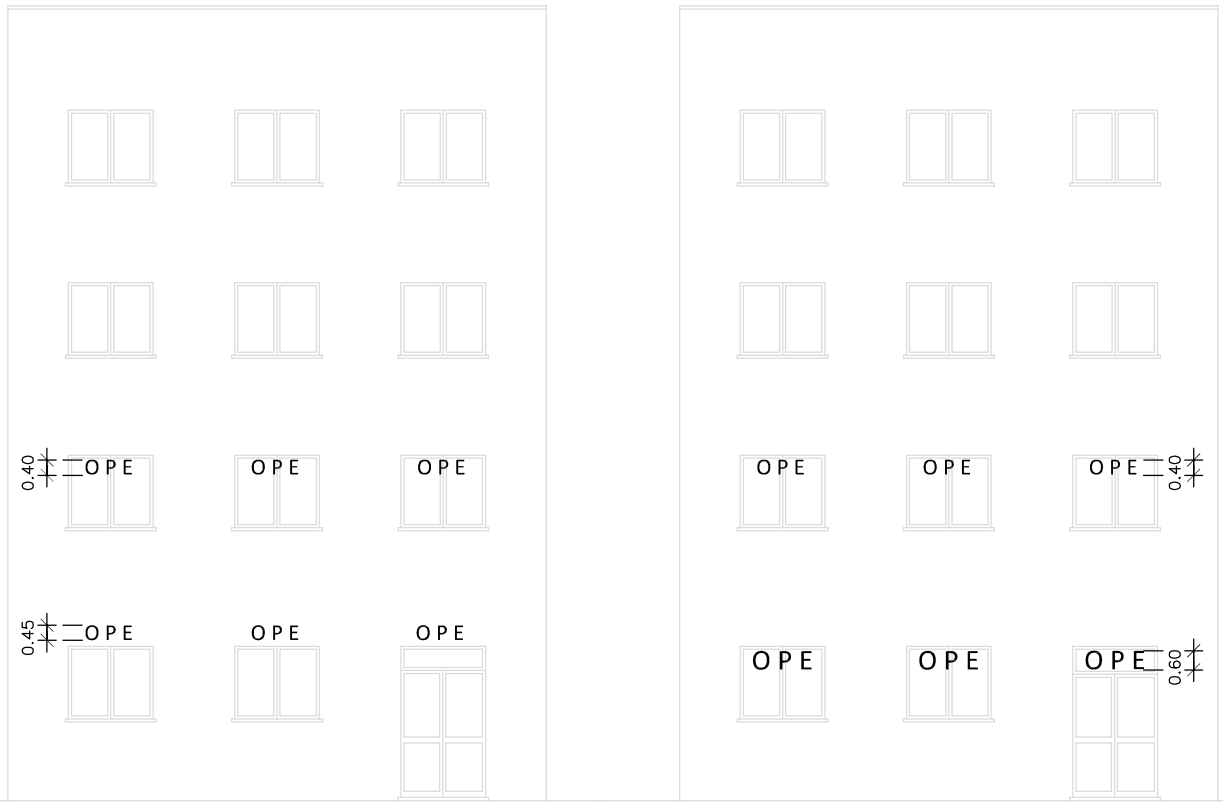


FIGURA 6



MUESTRAS OPACAS ZONA 2

FIGURA 7



MUESTRAS OPACAS RESTO DE ZONAS

FIGURA 8



MUESTRAS CON ILUMINACIÓN ZONA 2



 TEXTO CALADO
 LETRA SUELTA

FIGURA 9



MUESTRAS CON ILUMINACIÓN RESTO DE ZONAS



ANEXO III CRITERIOS GENERALES DE LA CPPHAN DE APLICACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA OPE

Criterios cuya aplicación en edificios incluidos en el ámbito del APE 00-01 Centro Histórico APes de cascos históricos periféricos, APes de colonias históricas o catalogados fuera de estos ámbitos supone la no necesidad de someterlos a informe de la Comisión para la Protección del Patrimonio Histórico, Artístico y Natural CPPHAN.

1.- ACTUACIONES EN FACHADA

Además de cumplir las características y condiciones marcadas en la Ordenanza de Publicidad Exterior (OPE), se establecen estos criterios:

INSTALACIÓN DE ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS.

1.1. Muestras en fachada:

Se instalarán:

- a) Preferentemente sobre el dintel del hueco sin sobresalir del ancho.
- b) En una sola línea sobre la fachada.
- c) El color corporativo sólo podrá emplearse en las letras sueltas y en el logo no permitiéndose fondos opacos de color distinto a la fachada. Alternativamente, y en caso de no poder colocarse sobre el dintel, se pueden instalar en el interior del hueco con el retranqueo -mínimo 10 cm en aplicación de la OPE- en la parte superior del hueco o sobre las rejillas de ventilación, siempre con letras sueltas, en una sola línea y sin fondos opacos. El color corporativo sólo podrá emplearse en las letras sueltas. En establecimientos comerciales catalogados se deberá recuperar además la tipología del local manteniéndose la grafía, la iconografía y el color de las muestras y banderines protegidos. El resto de propuestas que no cumplan los criterios anteriores deberán ser sometidas a criterio de la Comisión.

1.2. Instalación de toldos con identificación:

Los toldos deberán ser de color liso y armonizando con el entorno en tonos preferentemente claros. La identificación del establecimiento se colocará en el faldón o en la parte inferior del toldo o del elemento flexible en caso de no tener éste faldón. El color corporativo solo puede utilizarse en las letras identificativas.

2. PUBLICIDAD EN PAREDES MEDIANERAS.

- a) El anuncio deberá centrarse y enmarcarse en la fachada.
- b) Se colocará preferiblemente en las partes superiores de la medianera.
- c) En la zona 2.2 de la Ordenanza de Publicidad Exterior no se permiten retroiluminados. Las obras de adecuación de la fachada medianera se harán con materiales y colores similares a la fachada principal del edificio o al entorno donde se ubica.
- d) Se debe dar un tratamiento geométrico a la medianería del inmueble, centrándose el cartel siguiendo las líneas de impostas de la fachada principal marcándose los despieces y, en definitiva, efectuando un estudio de adecuación constructiva y compositiva para su tratamiento como fachada e integrada en el tratamiento global de todo el paramento, de forma que se mejoren las condiciones estéticas del conjunto.