

**Teresa Araujo Fresneda**, con NIF nº \_\_\_\_\_, en nombre de la **ASOCIACIÓN DE VENDEDORES PROFESIONALES DE PRENSA DE MADRID** (en adelante AVPPM), como Presidenta de la misma y con domicilio, a efectos de notificaciones, en la c/ Viriato nº 2, 1º planta, 28010 Madrid,

### **EXPONE:**

**PRIMERO:** Que la AVPPM a la que represento tiene entre los objetivos previstos en sus Estatutos el relativo a la representación, la defensa y promoción de los intereses culturales, profesionales, sociales y económicos de sus asociados.

**SEGUNDO:** Que en marco de esos objetivos, esta AVPPM ha tenido conocimiento de los Acuerdos de 4 de octubre de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, por los que se somete a consulta pública previa la modificación de la Ordenanza Reguladora de los Quioscos de Prensa.

Que de las modificaciones que se proponen, esta AVPPM considera que son beneficiosas para el colectivo las relativas a:

- Mejorar protección de los quioscos con los paravientos, autorizándose el establecimiento de los mismos de forma ordenada y estandarizada.
- Permitir sustitución de toldos en mal estado en quioscos antiguos.
- Establecer un régimen transitorio que permita al titular que vaya a traspasar su quiosco mantener el antiguo y renunciar a él cuando ya tenga la autorización del nuevo.
- Suprimir el requisito del 200% del salario mínimo interprofesional para el acceso a la concesión de un situado.

**TERCERO:** Que esta AVPPM entiende que además de las anteriores, podrían ser mejoras para el colectivo las siguientes:

A) Modificación del régimen de publicidad contenido en al artículo 14 de la vigente Ordenanza.

Somos conscientes, y así lo queremos hacer constar, de las dificultades en orden a la concesión de esta petición dados los compromisos contractuales que en esta materia tiene en vigor actualmente el Ayuntamiento de Madrid.

No obstante ello hacemos esta propuesta para que, en el momento que sea posible por la desaparición de tales compromisos, se pueda estudiar el posible cambio de régimen, siempre que ello redunde en beneficio del vendedor de prensa, titular de los espacios susceptibles de explotación publicitaria.

En todo caso debemos recordar que en el momento actual los vendedores de prensa en general, y nuestros asociados en particular, cuentan, entre sus fuentes de ingresos, con los provenientes de la explotación publicitaria de los espacios homologados existentes en sus quioscos.

Tal actividad, se encuentra regulada en la vigente Ordenanza Reguladora de los Quioscos de Prensa de fecha 27-02-2009, cuyo **artículo 14** señala:

***Artículo 14. Publicidad.***

*Podrá existir publicidad en los quioscos siempre y cuando esté referida a diarios, revistas o publicaciones en ellos expedidas o resulte de interés general por su carácter cultural. El Ayuntamiento podrá establecer un régimen de gestión de la publicidad genérica que se ajustará a la normativa reguladora de la contratación administrativa. Los espacios reservados para la publicidad no podrán exceder de las dimensiones fijadas para la instalación y habrán de atenerse a sus correspondientes documentos de homologación, así como a la restante normativa municipal de aplicación.*

*(Art. 14 modificado por Acuerdo de Pleno de 28 de mayo de 2014 que aprueba la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público)*

De conformidad con tal regulación, los puntos de venta pueden exhibir publicidad editorial (relacionada con los productos editoriales que venden en

sus quioscos) y publicidad cultural. Frente a ello, no se podría mostrar publicidad en relación a otros tantos productos cuya venta está autorizada para el quiosco de prensa (artículo 17), ni tampoco publicidad genérica.

Que esta Asociación considera fundamental, para conseguir dinamizar la actividad comercial de los quioscos de prensa y garantizar la viabilidad de muchos de los negocios - *que a día de hoy están sufriendo las consecuencias del cambio en el modelo productivo del sector orientado hacia el consumo digital o vía internet* - eliminar las limitaciones respecto a la explotación publicitaria de aquellos, de conformidad con el motivo expuesto y los siguientes:

- a) Actualmente el Ayuntamiento puede establecer un régimen de gestión de la publicidad genérica mediante contratación administrativa, pero sin embargo no lo hace, renunciando a los correspondientes ingresos para el propio Ayuntamiento de Madrid y para los quioscos.
- b) Según nuestras estimaciones, la publicidad genérica multiplica por 12 la posibilidad de venta de publicidad en los quioscos, lo que es muy relevante en este momento de crisis del sector y, especialmente, de la prensa tradicional pues la publicidad editorial representa menos del 8% de la publicidad exterior.
- c) La actual Ordenanza Municipal permite vender a los quioscos una gama más amplia de productos no editoriales (art. 17) y la publicidad genérica es más coherente con los nuevos productos.
- d) Los quioscos son una referencia para los comercios de su barrio y fuente de información para los ciudadanos que se acercan a preguntar. Los quioscos podrían poner publicidad de los comercios y negocios de su zona (zapaterías, restaurantes, pastelerías, asesorías, etc.), dinamizando su barrio mediante micro-marketing..
- e) Actualmente un anunciante no editorial puede hacer una campaña en quioscos en muchas ciudades de España, pero no en Madrid, donde no se permite la publicidad genérica. Pasar a genérica elimina esta barrera local y está en línea con la idea de la unidad de mercado en España.

Permitir la publicidad genérica en los quioscos, o al menos la de los productos comercializados en el mismo, supondría un avance coherente con la línea perseguida por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público de 2014, que modificó la de los quioscos de prensa, y consolidaría el derecho a la explotación de la publicidad como uno más de los que corresponden al actual vendedor de prensa.

Al mismo tiempo permitiría mejorar una fuente de ingresos complementaria pero fundamental para asegurar la viabilidad de los puntos de venta, cuya actividad tradicional se encuentra muy afectada por los cambios en la forma de consumir productos editoriales por parte del público general.

B) Distancias con las terrazas de hostelería.

El artículo 5.1 de la actual Ordenanza Reguladora de los Quioscos de Prensa establece que los quioscos de prensa, en particular, la cara más próxima de los mismos, deberá distar como mínimo CINCO METROS de los pasos de vehículos y terrazas.

Como consecuencia de la proliferación de terrazas en la vía pública hemos observado que las mismas se instalan en ocasiones sin cumplir tal distancia, con el perjuicio que ello puede causar a los puntos de venta al afectar a su visibilidad y acceso. En estos casos, puesta tal circunstancia en conocimiento de las autoridades municipales, se contesta alegando que la normativa reguladora de aquéllas lo permite, aunque lo cierto es que no se prevé de forma expresa.

A juicio de esta Asociación es incongruente que ambas normativas establezcan distancias diferentes de separación a otros elementos urbanísticos. Defendemos el respeto a la distancia de 5 metros establecido en la Ordenanza de los Quioscos. Ello al amparo del espíritu del art. 9.4 de la Ordenanza, que no es otro que impedir la instalación de elementos que dificulten o impidan la visibilidad o el correcto acceso a los quioscos de prensa ya instalados.

C) Ajuste de la Tasa por Utilización Privativa y Aprovechamiento especial de dominio Público Local.

En el momento actual los quioscos de prensa abonan anualmente al Ayuntamiento la Tasa indicada. Analizando la misma observamos que nunca se gira en relación a los metros reales de superficie que corresponden a cada quiosco, sino que se realiza un redondeo al alza que supone una tributación mayor de la que correspondería realmente atendiendo a los metros asignados a cada punto de venta. (Un quiosco con una superficie de 3,20 m2, tributa por 4 m2).

Sabemos que no se trata de una modificación de la Ordenanza Reguladora de los Quioscos de Prensa y que este tema afecta a otra normativa de orden fiscal no obstante lo cual, lo ponemos de manifiesto a efectos de que si se considera procedente se estudie la posibilidad de hacer el ajuste que proponemos cuando corresponda.

**CUARTO:** Finalmente manifestar la más absoluta disposición de esta AVPPM a efectos de colaborar con el Ayuntamiento de Madrid en la tarea de revisión y modificación de la normativa reguladora de los quioscos de prensa con el fin de conseguir mejoras para los vendedores de prensa.

De conformidad con todo ello,

**SOLICITO**, que tenga por presentado este escrito, y por realizadas las consideraciones anteriores a los efectos que sean procedentes en Madrid, a 19 de octubre de 2018.

Teresa Araujo Fresneda

Presidenta AVPPM

**Directora General de Comercio, Emprendimiento e Innovación. ÁREA DE GOBIERNO DE EQUIDAD DERECHOS SOCIALES Y EMPLEO.** Calle Príncipe de Vergara nº 140, 1ª planta. 28002 Madrid