

## IV. ADMINISTRACIÓN LOCAL

San Pedro del Pinatar

### **8943 Ordenanza municipal reguladora de publicidad exterior en San Pedro del Pinatar.**

#### **Ordenanza municipal reguladora de la publicidad exterior**

##### **Índice**

TÍTULO I.- NORMAS GENERALES.

Artículo 1.- Objeto...

Artículo 2.- Definición...

Artículo 3.- Actuaciones no sujetas...

Artículo 4.- Ámbito de aplicación...

Artículo 5.- Modalidades de publicidad...

Artículo 6.- Aspecto tributario...

Artículo 7.- Consideración del uso en vía pública...

Artículo 8.- Prohibiciones y limitaciones generales...

Artículo 9.- Protección del entorno...

Título II.- NORMAS TÉCNICAS. REQUISITOS Y LIMITACIONES PARTICULARES DE LAS DIFERENTES MODALIDADES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA.

Artículo 10.- Publicidad estática...

Artículo 11.- Vallas publicitarias...

Artículo 12.- Vallas publicitarias en dominio público...

Artículo 13.- Vallas publicitarias en dominio privado perceptibles desde la vía pública...

Artículo 14.- Carteles...

Artículo 15.- Banderolas y Pancartas...

Artículo 16.- Rótulos...

Artículo 17.- Rótulos en dominio público...

Artículo 18.- Rótulos en dominio privado perceptibles desde la vía...

Artículo 19.- Publicidad móvil...

Artículo 20.- Publicidad aérea...

Artículo 21.- Publicidad impresa...

Artículo 22.- Publicidad audiovisual...

TÍTULO III.- RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS AUTORIZACIONES DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD Y SU PROCEDIMIENTO. NORMAS GENERALES.

Artículo 23.- Procedimiento para la obtención de la licencia

Artículo 24.- Titularidad de la licencia

Artículo 25.- Solicitud y documentación

Artículo 26.- Vigencia, eficacia y caducidad de las licencias

TÍTULO IV.- INSTALACIONES PUBLICITARIAS EN BIENES DE TITULARIDAD MUNICIPAL DOMINIO PÚBLICO: USO PÚBLICO Y SERVICIO PÚBLICO.

Artículo 27.- Ubicación...

Artículo 28.- Condiciones....

Artículo 29.- Otra condiciones...

TÍTULO V.- RÉGIMEN SANCIONADOR.

Artículo 30.- Servicios de inspección...

Artículo 31.- Protección y restablecimiento de la legalidad...

Artículo 32.- Régimen jurídico aplicable a las infracciones...

Artículo 33.- Clasificación de las infracciones...

Artículo 34.- Infracciones muy graves...

Artículo 35.- Infracciones graves...

Artículo 36.- Infracciones leves...

Artículo 37.- Prescripción de las infracciones y sanciones...

Artículo 38.- Sujetos responsables...

Artículo 39.- Sanciones...

Artículo 40.- Graduación de las sanciones...

Artículo 41.- Procedimiento sancionador...

Artículo 42.- Medidas Cautelares...

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA...

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA...

DISPOSICIÓN DEROGATORIA...

DISPOSICIÓN FINAL

## TÍTULO I

### NORMAS GENERALES

#### **Artículo 1.- Objeto.**

La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a que deberá sujetarse la publicidad instalada o efectuada en el dominio público municipal o perceptible desde el mismo, en sus aspectos sustantivo y procedimental, con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano, medio ambiente y de la imagen de San Pedro del Pinatar y su término municipal.

#### **Artículo 2.- Definición.**

A efectos de esta ordenanza se entiende por publicidad toda acción encaminada a difundir entre el público el conocimiento de la existencia de una actividad política, sindical, asistencial, religiosa, cultural, profesional, deportiva, económica o de productos y servicios, o cualquier otra dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

#### **Artículo 3.- Actuaciones no sujetas.**

1. No están sujetas a esta ordenanza las actividades que carezcan de naturaleza publicitaria de conformidad con lo dispuesto en 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, de participación ciudadana, de fomento de valores cívicos y conductas humanitarias, de concienciación y sensibilización social y similares.

2. El reparto de prensa gratuita se regula por su normativa específica.

3. Las actividades realizadas durante las campañas electorales se ajustarán a las disposiciones previstas en materia electoral.

4. La señalización de edificios y dotaciones en la vía pública, realizada por empresa concesionaria en cumplimiento de sus obligaciones.

5. La publicidad que se desarrolle en el interior de establecimientos comerciales o de servicios, así como los paneles informativos que se instalen en las obras en curso de ejecución, por aplicación de la Ordenanza Municipal sobre Edificación y Uso del Suelo.

6. Las instalaciones publicitarias en soportes de mobiliario urbano sujetas a concesión administrativa, que se regularán por su normativa.

7. La instalación de publicidad en el transporte público y vehículos auto-taxis se regulará por su normativa específica.

#### **Artículo 4.- Ámbito de aplicación.**

El ámbito de aplicación de esta ordenanza se circunscribe al término municipal y se concreta en todas las actividades publicitarias que se ejercen en el mismo y en las distintas modalidades que se regulan.

#### **Artículo 5.- Modalidades de publicidad.**

El mensaje publicitario podrá manifestarse a través de las siguientes modalidades:

a) Publicidad Estática.

Tendrá esta consideración la que se desarrolla mediante instalaciones fijas.

b) Publicidad Móvil.

Aquella que sea autotransportada o remolcada su soporte por vehículo motor.

c) Publicidad Aérea.

Tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con aviones, globos o dirigibles.

d) Publicidad Impresa.

Tendrá esta consideración la que se basa en el reparto de impresos en la vía pública de forma manual e individualizada.

e) Publicidad Audiovisual.

Tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos, eléctricos o electrónicos.

#### **Artículo 6.- Aspecto tributario.**

Todos los actos de instalación de elementos de publicidad exterior están sujetos a previa licencia municipal, autorización administrativa, declaración responsable o comunicación previa, y al pago de las exacciones fiscales que estarán fijadas en la Ordenanza fiscal, con la excepción de las situadas en dominio público municipal sometidas al régimen de la Concesión, que estarán sujetas a lo dispuesto en sus correspondientes pliegos.

#### **Artículo 7.- Consideración del uso en vía pública.**

La publicidad en la vía pública se considerará según los casos, uso común especial o uso privativo de aquella, según se determina en la legislación vigente de régimen local.

#### **Artículo 8.- Prohibiciones y limitaciones generales.**

No se permitirán actividades publicitarias de cualquier clase en los siguientes lugares:

a) Sobre o desde los monumentos o jardines históricos incoados o declarados como Bienes de Interés Cultural de conformidad con el artículo 19 de la Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español.

En los entornos de los monumentos o jardines históricos incoados o declarados como Bienes de Interés Cultural, no se permitirá publicidad alguna en tanto no haya recaído la preceptiva autorización de la Administración competente para la ejecución de la Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español.

b) En los edificios incluidos en el Catálogo del Patrimonio Arquitectónico y Monumental del Plan General Municipal de Ordenación, salvo los que, con carácter restringido, se autoricen previo informe favorable de los servicios técnicos competentes por la materia y que tengan por objeto la colocación de rótulos que pretendan difundir el carácter histórico artístico del edificio o las actividades culturales o de restauración que en el mismo se realicen.

c) Sobre o desde los templos, cementerios, estatuas, monumentos, fuentes, edificios, arbolado, plantas, jardines públicos y recintos anejos destinados por el planeamiento urbanístico para equipamientos, dotaciones y servicios públicos, salvo los que, con carácter restringido, se autoricen previo informe favorable de los servicios técnicos competentes por la materia y que tengan por objeto la colocación de rótulos que pretendan difundir el carácter de los mismos.

d) En los lugares en que pueda perjudicar o comprometer el tránsito rodado o la seguridad del viandante.

e) En aquellas áreas o sectores que puedan impedir, dificultar o perturbar la contemplación de los edificios o conjuntos enumerados en los anteriores apartados a) y b).

f) Cuando su instalación perjudique las perspectivas urbanas y sobre las aceras de las fincas ajardinadas destinadas por el planeamiento para parques y jardines.

g) Se prohíbe expresamente la fijación de publicidad o propaganda mediante carteles, pegatinas, etiquetas, proyecciones, vinilos y otros procedimientos similares y la realización de inscripciones o dibujos con motivos publicitarios, sobre paramentos de edificios e instalaciones, pavimentos, muros, monumentos, obras públicas, elementos del mobiliario urbano, arbolado, plantas, jardines públicos, alumbrado, registros de instalaciones, elementos de señalización y seguridad vial, o de cualquier otro de servicio público, salvo en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras o en espacios habilitados al efecto.

h) Suspendidos sobre la calzada de las vías públicas.

i) Con elementos sustentados o apoyados en árboles, farolas, semáforos y otras instalaciones de servicio público, salvo lo previsto en la presente ordenanza.

j) En los edificios en los que se limiten las luces o vistas de los ocupantes de algún inmueble u ocasionen molestias a los vecinos, salvo autorización de los mismos o acuerdo de la comunidad de propietarios.

k) En edificios donde se incoe el expediente de declaración de ruina o se declare la misma.

l) En aquellas zonas o espacios en los que disposiciones especiales lo prohíban de modo expreso.

m) Queda en todo caso prohibido el lanzamiento de propaganda gráfica en la vía pública.

n) No se autorizarán en ningún caso, aquellas actividades publicitarias que por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las leyes.

o) Tampoco se autorizarán:

- La colocación de rótulos, carteles o placas que por su forma, color, dibujo o inscripciones puedan inducir a confusión con señales reglamentarias de tráfico, impidan su visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos. Tampoco se autorizarán mediante la utilización de las señales de circulación, señalización y seguridad vial, de los báculos y columnas de alumbrado público y de los rótulos viarios con esta finalidad.

- Los anuncios reflectantes.

- El reparto o entrega en vía pública de folletos, anuncios, pegatinas o cualquier otra clase de producto publicitario, incluido su colocación, suelto o sujeto, sobre cualquier vehículo a motor u objeto ubicado en vía pública, salvo en los supuestos de publicidad impresa prevista en la presente ordenanza.

p) Queda prohibido el ejercicio de la actividad publicitaria que utilice a la persona humana con la única finalidad de ser soporte material del mensaje o instrumento de captación de atención.

q) En general, cualquier acto de publicidad prohibido por la normativa sectorial o que no cumpla lo dispuesto en la misma.

r) Se podrá disponer la retirada inmediata de forma cautelar, de la publicidad que vulnere los principios establecidos en la Ley General de Publicidad, con independencia de los procedimientos sancionadores y restantes actuaciones que tramiten los órganos competentes en materia de publicidad.

#### **Artículo 9.- Protección del entorno.**

1. Cualquier actuación publicitaria 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, desplazamientos de tierras o escombros, o modificaciones de elementos arquitectónicos.

2. No se autorizarán en ningún caso, actuaciones publicitarias 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. No se considerarán perjudicial, por su carácter de temporal y vinculación a la duración de las obras autorizadas, la instalación de soportes flexibles sobre estructuras de andamios, cuando se ajusten a las condiciones reglamentarias previstas y cuenten con la preceptiva licencia.

3. Se podrá exigir la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos cuando los servicios técnicos lo consideren necesario para lograr la debida integración de la actuación publicitaria en el ambiente urbano y para mantener la seguridad vial, tanto en la ejecución de la instalación como durante la vida útil de la misma.

4. La gestión de los residuos generados deberá realizarse de conformidad con lo dispuesto en la normativa sectorial de aplicación. En cada uno de los proyectos

técnicos de solicitud de licencia o autorización, se establecerán las medidas de reciclado y reutilización de los materiales.

## TÍTULO II

### NORMAS TÉCNICAS. REQUISITOS Y LIMITACIONES PARTICULARES DE LAS DIFERENTES MODALIDADES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

#### **Artículo 10.- Publicidad estática.**

Dentro de la publicidad estática se establecen las siguientes modalidades:

- Vallas publicitarias.
- Carteles.
- Banderolas y Pancartas.
- Rótulos.

#### **Artículo 11.- Vallas publicitarias.**

1. Se considerará valla publicitaria exterior aquella instalación de implantación estática compuesta de un cerco de forma preferentemente rectangular y susceptible de contener en su interior elementos planos que hagan posible la exhibición de mensajes de contenido fijo o variable.

2. Las dimensiones máximas no superarán los 3 metros de altura y 8 metros de longitud, sin incluir el marco perimetral, y fondo máximo de 0'30 metros, que podrá ampliarse hasta 0'50 metros cuando el procedimiento de iluminación sea interno o se trate de carteles con movimiento. En caso contrario los elementos de iluminación estarán colocados en el borde superior del marco y no deberán sobresalir más de 0'50 metros del plano de la cartelera. No se permitirá la agrupación vertical de carteles.

3. Se considerarán soportes publicitarios tipo monoposte, las vallas publicitarias que cuentan con un solo poste de sustentación. 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 instalación de monopostes publicitarios deberá respetar, en todo caso, las medidas de exhibición publicitaria con un máximo de 60 metros cuadrados (12 m. ancho x 5 m. alto), sujetado por un soporte cuya altura límite superior de la valla publicitaria desde la rasante natural del terreno será de 18 metros.

b) La instalación de monopostes deberá respetar una distancia mínima de 25 metros desde la arista exterior en zonas colindantes a carreteras, vías de servicio, calles, caminos y en general, cualquier tipo de vía por la que esté permitido el tráfico rodado y peatonal.

c) La instalación de monopostes publicitarios en parcelas que den frente a cualquier tipo de viario público, estará sujeta a la limitación de un solo monoposte por cada parcela catastral, salvo que se trate de parcelas que tengan un frente de fachada superior a 50 metros, en cuyo caso se admitirá un monoposte por cada 50 metros de fachada o fracción en una misma parcela catastral, y sin limitación de distancia entre ellos.

d) Las superficies máximas previstas en este artículo para cada tipo de soporte se entenderán como superficie máxima por cada cara, en el caso que dichos soportes contengan publicidad a dos caras.

4. La estructura de sustentación y los marcos de los elementos publicitarios deben estar diseñados y construidos, tanto en sus elementos como en su

conjunto, de forma tal que queden garantizadas, la seguridad pública, una adecuada resistencia a los elementos naturales, una digna presentación estética y adecuadas, en todo caso, a las normas de publicidad exterior, quedando prohibida en todo momento, la utilización de tirantes como medio de sujeción de la estructura de sustentación del elemento.

5. En ningún caso podrán incorporarse elementos sonoros ni corpóreos a los soportes, ni formas o elementos que se asimilen a la señalización viaria y/o que puedan inducir confusión a los conductores.

6. Las condiciones de iluminación para los soportes con iluminación serán las establecidas en la ordenanza reguladora de la materia, debiendo cumplir igualmente con las determinaciones establecidas en el RD 842/2002, de 2 de agosto, sobre Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión y demás normativa sectorial aplicable.

#### **Artículo 12.- Vallas publicitarias en dominio público.**

Sólo se permitirá la instalación de vallas publicitarias en dominio público mediante régimen de concesión como consecuencia de concurso convocado por el Ayuntamiento y regulado por los pliegos de condiciones que se establezcan al efecto.

#### **Artículo 13.- Vallas publicitarias en dominio privado perceptibles desde la vía pública.**

No se permitirá su instalación en suelo no urbanizable, sistemas generales y dotaciones locales.

Sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

##### 1. Suelo urbanizable.

En el suelo urbanizable podrá autorizarse la instalación de vallas publicitarias o agrupaciones de éstas, sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa reguladora de las carreteras de ámbito estatal y autonómico, y siempre que no representen una agresión del paisaje urbano o natural del entorno, con las siguientes condiciones:

- La superficie de una agrupación de vallas publicitarias no superará 48 metros cuadrados sin incluir el marco perimetral.

- La longitud máxima de proyección del grupo de vallas publicitarias en planta será de 16 metros lineales sin incluir el marco perimetral.

- La altura del límite superior de las vallas publicitarias, medida desde la rasante del terreno sobre el que se instalen, no podrá sobrepasar 6 metros.

- La distancia mínima entre agrupaciones de vallas publicitarias no podrá ser inferior a 100 metros.

##### 2. Suelo Urbano.

Estos elementos sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

- Medianeras de edificios.

- Solares.

- Vallados de protección y andamios de obras.

a) Vallas publicitarias en medianeras de edificios.

1.º Será susceptible de autorizar la instalación de vallas publicitarias en aquellas medianeras que surjan como consecuencia de derribos de edificaciones

o por una menor altura del edificio colindante. En ambos casos deberá contar con la conformidad de los propietarios o comunidades respectivas.

2.º Las fachadas ciegas de edificios de uso residencial existentes en el momento de la entrada en vigor de la ordenanza y que, por aplicación de las condiciones de planeamiento, se sitúan en la alineación oficial o colindan con terrenos no susceptibles de ser edificados, se asimilarán a las condiciones reguladas para las medianeras en el presente capítulo a los solos efectos de su adecuación y explotación publicitaria.

3.º No se permitirán en aquellas medianeras que recaigan a edificio lindante incluido en el Catálogo del PGMO.

4.º No serán autorizables las vallas publicitarias de aquellas medianeras, visibles desde la vía pública, que surjan por la construcción de edificaciones de nueva planta a las que se les haya exigido tratamiento de fachada.

5.º No se autorizará la fijación de carteles o la ejecución de inscripciones directamente sobre muros y otros elementos similares, siendo necesaria en todo caso la utilización de soportes externos, y sus condiciones de implantación serán las mismas que para las vallas publicitarias en solares.

6.º La vigencia de la licencia quedará limitada con carácter general a la obtención de licencia de obras de edificación en el solar o edificio al que recaiga la medianera donde se instale la valla publicitaria.

b) Vallas publicitarias en solares.

Los propietarios de solares deberán mantenerlos vallados conforme a lo previsto en las Normas Urbanísticas del PGMO, y en ellos podrá concederse licencia para la instalación de vallas publicitarias, con las siguientes condiciones:

1.º Sólo se autorizarán en aquellos solares cuyo uso sea industrial o de actividades económicas, así como en las 7 manzanas sitas en Los Veras, y que están delimitadas por la C/. Lago de Bañolas, Avda. Dr. Artero Guirao, C/. Lago de Ibones y por el vial que las separa de la zona 1c.

2.º Se situarán en la alineación de los solares y sobre su cerramiento, no pudiendo sustituir a éste.

3.º La altura máxima de la parte superior de la cartelera será de 6 metros medidos desde la rasante de la calle, no permitiéndose vuelo alguno sobre la vía pública.

4.º Podrán disponerse en grupos que no superen la dimensión máxima establecida (16 metros).

5.º La separación entre unidades o grupos de vallas publicitarias será de 0'50 metros, debiendo tratarse la superficie existente entre éstas con un elemento ornamental; celosías, lamas u otros elementos de unión diseñados al efecto, sin que puedan, en ningún caso utilizarse como soporte de manifestaciones publicitarias. Este tratamiento deberá plantearse sobre todo el perímetro del solar.

6.º La separación entre las vallas publicitarias y los edificios colindantes deberá ser como mínimo de 0'50 metros, debiendo tratarse ésta de igual forma que la separación entre las vallas. Si el edificio colindante estuviera catalogado como protegido la separación entre vallas y éste será igual a la altura de la valla.

7.º La vigencia de la licencia quedará limitada con carácter general al comienzo de la edificación.

No obstante podrá concederse una prórroga de dicha licencia a petición del interesado siempre que para la ejecución de las obras que se acometan no fuere necesaria la modificación de la alineación que poseía el antiguo cerramiento del solar.

En el supuesto de que se pretendiera una instalación sobre el vallado de protección de obras, cuando este modifique la primitiva alineación del cerramiento del solar, será necesaria la petición y obtención de nueva licencia para la instalación de vallas publicitarias.

c) Vallas publicitarias en vallas de protección y andamios de obras.

1.º Podrá autorizarse la instalación de vallas publicitarias sobre las vallas de protección de obras de nueva planta o rehabilitación integral de edificios, siempre que conlleven la desocupación total del inmueble en el curso de las obras, no pudiendo sustituir en ningún caso a las vallas de protección.

2.º Las condiciones de implantación serán las mismas que para las vallas publicitarias en solares, no rigiendo en este caso la limitación por el uso establecido.

3.º En andamios de obras y durante la ejecución de éstas, se podrá autorizar como proyecto especial, la instalación de pancartas (lonas publicitarias) con imágenes arquitectónicas o expresiones artísticas que tiendan a evitar el impacto de las mismas, permitiéndose destinar un máximo del 15% de su superficie a mensajes publicitarios.

Estos soportes publicitarios flexibles cubrirán la totalidad de la superficie del andamio, teniendo como limitación la altura del edificio y la longitud de la fachada.

#### **Artículo 14.- Carteles.**

1. Se considerarán carteles los anuncios litografiados o impresos por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina o cartón y otra materia de escasa consistencia y corta duración.

2. Se prohíbe toda fijación de carteles sobre edificios, muros, vallas de cerramiento o cualquier otro elemento visible desde la vía pública con excepción del mobiliario urbano que contando con autorización municipal, admita superficie destinada a la instalación de esta modalidad publicitaria y en aquellos sitios indicados y diseñados especialmente para esta finalidad por el Ayuntamiento.

#### **Artículo 15.- Banderolas y Pancartas.**

1. Son elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre telas, lonas, plásticos o paneles.

2. Las banderolas sólo podrán instalarse en:

a) Medianeras de los edificios y en soportes de alumbrado público y otros elementos que cuenten con la autorización municipal durante las fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano (programas de tipo cultural, deportivo u otros de singular importancia), así como para actuaciones de patrocinio. Su utilización, será igualmente autorizada durante las campañas electorales, ajustándose a las disposiciones previstas en la legislación electoral. En todo caso, los titulares de los elementos publicitarios vendrán obligados a retirar los elementos publicitarios subsistentes una vez concluido el periodo de autorización. De no hacerlo en el plazo de 30 días, lo harán los servicios municipales previo el oportuno requerimiento a costa de aquellos.

b) En fachadas de edificios íntegramente comerciales, por motivo de ventas extraordinarias, podrán autorizarse excepcionalmente y por un periodo no

superior a dos meses, que deberán ser retirados en un plazo máximo de 30 días, transcurridos los cuales lo harán los servicios municipales a costa del infractor.

c) En fachadas de museos o edificios públicos con salas de exposiciones por motivo de éstas podrán autorizarse su instalación con carácter excepcional por un periodo no superior a dos meses, que deberán ser retirados en un plazo máximo de 30 días, transcurridos los cuales lo harán los servicios municipales a costa del infractor.

Estas instalaciones tendrán la solidez necesaria para garantizar la seguridad vial.

3. Las pancartas podrán autorizarse excepcionalmente, en aquellos lugares de la vía pública que se señalen durante periodos de elecciones, en fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano.

En estos casos serán de aplicación las siguientes normas:

a) En la solicitud de la licencia, se deberá expresar forma, dimensiones, materiales y contenido de la pancarta, el emplazamiento pretendido, la altura mínima sobre la calzada en que deba situarse y acompañar informe de técnico competente, visado por su colegio profesional, que justifique la estabilidad al viento de la sujeción y demás elementos de la pancarta.

b) Las pancartas habrán de colocarse de forma que no perturben la libre circulación de viandantes o vehículos, ni pueda ocasionar daños a las personas, a la vía pública o a los árboles o instalaciones existentes en la misma. En todo caso, la parte inferior de la pancarta no podrá situarse a menos de cinco metros de altura sobre la calzada.

c) Las pancartas deberán retirarse por los propios titulares de la licencia dentro de los 30 días siguientes a la terminación de la campaña electoral, de las fiestas populares o de los acontecimientos de interés ciudadano, en su caso. De no hacerlo, se retirarán por las brigadas municipales a costa de los titulares de la licencia.

#### **Artículo 16.- Rótulos.**

Se entiende por rótulos de identificación, los carteles fijos o móviles, por medio de pintura, azulejos, cristal, hierro, hojalata litografiada, tela, vinilo o cualquier otra materia que asegure su larga duración que, situados en las fincas sobre las que tengan título legal suficiente, sirvan para indicar la denominación de las personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial o profesional o de servicios a las que se dedican, sin que en ningún caso, puedan tener finalidad publicitaria.

Asimismo, tendrá la consideración de rótulos:

a) Los carteles que se hallan protegidos de cualquier forma que asegure su conservación; entendiéndose que cumplen esta condición los que se fijen en lugares a propósito, con la debida protección, para su exposición durante quince días o periodo superior y los que hayan sido contratados o permanecieren expuestos por los mismos plazos y con similar protección.

b) Los anuncios luminosos, iluminados y los proyectados en pantalla o por rayo láser, fijos o móviles.

#### **Artículo 17.- Rótulos en dominio público.**

Sólo se permitirá la instalación de rótulos en dominio público mediante régimen de concesión como consecuencia de concurso convocado por el Excelentísimo Ayuntamiento y regulado por los pliegos de condiciones que se

establezcan al efecto, a excepción de las flechas publicitarias señalizadoras de establecimientos.

1. Los anuncios luminosos podrán autorizarse excepcionalmente en aquellos lugares de la vía pública que se señalen durante las fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano (programas de tipo cultural, deportivo u otros de singular importancia), así como para actuaciones de patrocinio. Su utilización, será igualmente autorizada durante las campañas electorales, ajustándose a las disposiciones previstas en la legislación electoral.

Los anuncios luminosos sólo podrán instalarse suspendidos en la vía pública como parte integrante del alumbrado de adorno de las calles.

Estas instalaciones tendrán la solidez necesaria para garantizar la seguridad vial.

Serán de aplicación las siguientes normas:

a) En la solicitud de licencia, se deberá expresar forma, dimensiones, materiales, contenido del luminoso y la altura mínima sobre la calzada en que deba situarse y acompañar informe de técnico competente, visado por su colegio profesional, que justifique la estabilidad al viento de la sujeción y demás elementos del luminoso.

A la solicitud se acompañará una simulación gráfica del luminoso y su integración en el adorno de las calles.

b) Los luminosos se colocarán de forma que no perturben la libre circulación de los viandantes o vehículos ni puedan ocasionar daños a las personas, a la vía pública o a los árboles existentes en la misma. En todo caso, la parte inferior del luminoso no podrá situarse a menos de 5 metros de altura sobre la calzada.

2. Flechas publicitarias señalizadoras de establecimientos.

Su función es determinar la dirección de un establecimiento comercial e irán ancladas al suelo.

En la creatividad del diseño de la flecha, deberá aparecer el logo o marca identificativa de la empresa para que no pueda en ningún caso confundirse con la señalización viaria instalada en vía pública.

Están destinadas para la señalización de establecimientos ubicados en la periferia de la población y tendrán las siguientes características:

- Se ubicarán fuera del suelo clasificado como Urbano
- Serán soportes en forma de flecha realizada en acero galvanizado con una dimensión máxima de 1'25 metro de largo, por 0'50 metros de ancho. La serigrafía de los textos y logos tendrá una garantía de 5 años.
- La flecha indicativa irá clavada en el suelo mediante una o dos patas elaboradas con el mismo material.
- La altura máxima del soporte será de 1'50 metros.

**Artículo 18.- Rótulos en dominio privado perceptibles desde la vía.**

Sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

- Rótulos en locales de planta baja o en planta primera cuando se encuentre incorporada visualmente a la planta baja por el tratamiento unitario de la fachada.
- Rótulos en locales de plantas superiores.
- Rótulos en coronación de edificios.
- Rótulos en toldos, marquesinas y elementos eventuales de temporada.

- Rótulos en muros, cercas y vallas.
- Rótulos en espacios libres.

a) Rótulos en locales de planta baja y primera incorporada a la baja. 1.º Estos podrán clasificarse en:

- Adosados a fachada.
- En bandera.

2.º Los rótulos comerciales adosados deberán diseñarse de forma integrada dentro del límite material de la propia fachada del comercio o local al que corresponda, ajustándose, como criterio general, a la estructura de los huecos de la fachada y siendo necesario el uso de materiales que se integren en el propio entorno ambiental de la zona y en el valor arquitectónico del edificio.

3.º Las condiciones de colocación de los rótulos (altura mínima, vuelo, tamaño, saliente, etc.) será lo establecido en las normas urbanísticas del PGMO.

4.º Se cuidará, de manera especial, el diseño y su integración en el entorno urbano de los rótulos que pretendan instalarse en los edificios incluidos en el Catálogo.

b) Rótulos en locales de plantas superiores.

1.º En edificios de uso exclusivo terciario comercial diseñados originariamente para ese fin, la instalación de rótulos adosados en paños ciegos de fachadas siempre que estén compuestos de letras sueltas, sin marcos de contorno y que no se sobrepongan a los huecos, antepechos de balcones y elementos arquitectónicos y ornamentales de la misma, y no podrán sobresalir más de 0'30 metros del plano en el que se sitúe. La rotulación será exclusiva del conjunto del inmueble para definir su componente terciaria, sin dispersión de mensajes publicitarios sobre sus fachadas.

2.º En las fachadas ciegas o medianeras de los edificios de uso exclusivo terciario los rótulos adosados no podrán rebasar en sus dimensiones una tercera parte de la altura ni la mitad de la anchura del paramento visible, con un vuelo máximo de 0'30 metros del plano en el que se sitúen. La rotulación será exclusiva del conjunto del inmueble para definir su componente terciaria, sin dispersión de mensajes publicitarios sobre sus fachadas.

3.º En fachadas de edificios de uso exclusivo terciario comercial, excepcionalmente, rótulos en bandera con un saliente máximo de 1 metro desde la alineación de fachada, con una altura máxima del tercio del edificio y fondo máximo de 0'30 metros, quedando libre la planta baja y siempre que la proyección de su punto más saliente quede a una distancia mínima de 0'40 metros de la calzada. La rotulación será exclusiva del conjunto del inmueble para definir su componente terciaria, sin dispersión de mensajes publicitarios sobre su fachada.

4.º En fachadas de edificios residenciales o mixtos, los rótulos deberán diseñarse de forma integrada dentro del límite material de la fachada del local/establecimiento donde se desarrolle la actividad, paralelos a la misma, utilizándose para tal fin los antepechos y dinteles de huecos de ventanas y paños ciegos de la fachada, balcones y pretilas.

Deberá evitarse la reiteración de una misma identificación así como un número excesivo de rótulos, que pueda desvirtuar la estética de la fachada del establecimiento anunciado. A tales efectos, la distinta situación de rótulos de un

establecimiento sobre dinteles, antepechos de huecos, balcones, paños ciegos de fachada y otros, es incompatible entre sí en una misma planta.

No deberán sobreponerse a los huecos y a los elementos arquitectónicos, decorativos y ornamentales de la fachada.

Sus dimensiones máximas no superarán los 0'50 metros de altura, 0'80 metros de longitud y 0'05 metros de espesor, y no podrán contar con iluminación.

c) Rótulos en coronación de edificios.

1.º Serán autorizables en edificios, con autorización expresa de la comunidad de propietarios.

2.º La ubicación de estos rótulos será paralela al plano/s de fachada/s del edificio donde se pretendan instalar, sin que en ningún caso pueda sobresalir ningún elemento de los límites de la fachada.

3.º Habrá de componerse de letras sueltas, sin marcos de contorno y su altura no podrá exceder del veinte por ciento (20%) de la del edificio, con un máximo de tres metros, medidos desde la línea de remate del peto de protección o barandal si éstos fueran opacos. Podrán aprovecharse para su sustentación los elementos constructivos de protección de la cubierta y en ningún caso podrá existir separación entre la parte superior de éste e inferior del anuncio.

4.º No podrán instalarse en edificios de cubiertas inclinadas, excepto en aquellos ubicados en zonas calificadas como industriales por el PGM. En este supuesto la altura del rótulo no podrá superar los 3 metros.

5.º En edificios de uso exclusivo terciario comercial, la altura máxima del rótulo será de 3 metros independientemente de su altura de cornisa.

6.º No podrán instalarse rótulos en coronación de edificios cuando alguno de sus colindantes estuviera catalogado como protegido.

7.º Podrá denegarse la instalación de un rótulo en coronación de edificio que altere la percepción o el carácter de los edificios catalogados por el PGM, Monumentos y Jardines Históricos declarados Bienes de Interés Cultural.

d) Rótulos en toldos, marquesinas y elementos eventuales de temporada.

Sólo se admitirán rótulos o mensajes publicitarios en toldos y marquesinas cuando se encuentren incorporados a su propia configuración, no debiendo ser elementos independientes adosados o superpuestos.

e) Rótulos en muros, cercas y vallas.

Se podrán instalar en solares y terrenos sin uso, carteles identificativos con la denominación de las personas físicas o jurídicas o el ejercicio de una 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 24 metros cuadrados por emplazamiento y cumpliendo las demás determinaciones contenidas en el presente título.

f) Rótulos en espacios libres.

Tienen esta denominación aquellas instalaciones que se ubican en el espacio libre de parcelas con edificaciones de uso exclusivo no residencial, distinguiéndose las siguientes modalidades:

1.º Monolitos o Hitos.- Son instalaciones con un predominio de desarrollo vertical, definido por un sólido de 6 metros de altura máxima sobre la rasante del terreno y una ocupación máxima de 0'60 metros cuadrados. Se instalarán dentro de la alineación oficial y con una separación mínima a linderos de 1 metro.

2.º Torres o Monopostes.- Serán aquellas instalaciones cuya altura total sobre la rasante supere 6 metros. Estas instalaciones se ajustarán, en cuanto a su ubicación, a las condiciones particulares de la calificación que le sea de aplicación por el PGM0.

- Las medidas serán las indicadas en el artículo 11.3 a). En cuanto a su ubicación, o distancia mínima a vías, calles, caminos, etc., la proyección de las torres o monopostes no invadirán la vía pública o los retranqueos definidos en la ordenanza del PGM0 que le sea de aplicación.

- El rótulo deberá ser paralelo a la alineación con la vía pública a la que dé frente la fachada principal de la edificación. No obstante, podrá autorizarse el rótulo en otras disposiciones siempre que se garantice el tratamiento de los laterales y la trasera del rótulo y que en ningún caso, dichos laterales y trasera dejen visibles desde la vía pública a que de frente la fachada, las estructuras de sujeción del rótulo.

3.º Flechas publicitarias señalizadoras de establecimientos.- Su regulación se regirá por lo establecido en el artículo 17.2.

4.º En ningún caso, su instalación puede suponer un peligro para las instalaciones y edificios existentes en la propia parcela, para las edificaciones colindantes y vías de circulación de vehículos.

#### **Artículo 19.- Publicidad móvil.**

Se prohíbe la publicidad en cualquier tipo de vehículo, bicicleta, remolque, etc., que se encuentre estacionado o estático, excepto la que se realice en los vehículos destinados al transporte público de viajeros y en aquellos que pertenezcan a actividades económicas.

#### **Artículo 20.- Publicidad aérea.**

Será susceptible de utilizar publicidad aérea en las siguientes modalidades:

- a) Con aviones o dirigibles según la legislación vigente en la materia.
- b) Con globos aerostáticos o cautivos siempre que se ubiquen en el interior de solares de forma que los elementos de sustentación, así como el propio globo, no sobrepasen el perímetro de la finca.

#### **Artículo 21.- Publicidad impresa.**

Se autorizará el reparto de publicidad impresa en los siguientes casos:

- a) En periodo de elecciones, por motivo de fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano.
- b) Cuando se realice por Entidades de interés social, cultural y sin ánimo de lucro.
- c) Cuando se efectúe en la entrada del local comercial, así como por Asociaciones de Comerciantes dentro de los límites territoriales de éstas.
- d) En todo caso, el titular o beneficiario del mensaje será responsable de mantener limpio el espacio urbano que se hubiere visto afectado por la distribución de ésta.

#### **Artículo 22.- Publicidad audiovisual.**

1. 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.

2. Se autoriza las proyecciones fijas o animadas carentes de sonido.

3. Las proyecciones fijas o animadas perceptibles desde la vía pública con fines publicitarios se denegarán en aquellos lugares en que pueda perjudicar o comprometer el tránsito rodado o la seguridad del viandante, y cuando la previsible aglomeración de público o de vehículos pueda obstruir la circulación de peatones por la acera o la de vehículos por la calzada.

### TÍTULO III

#### RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS AUTORIZACIONES DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD Y SU PROCEDIMIENTO. NORMAS GENERALES

##### **Artículo 23.- Procedimiento para la obtención de la licencia.**

1. Están sujetos a la previa licencia municipal, autorización administrativa, declaración responsable o comunicación previa, sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean pertinentes con arreglo a la normativa aplicable, la ejecución de las instalaciones precisas para la realización de los actos de publicidad exterior y transmisión de mensajes publicitarios, cualquiera que sea el procedimiento utilizado para la transmisión y difusión de estos mensajes publicitarios, con independencia de la titularidad pública o privada de la instalación.

2. En todo caso, la administración local podrá exigir la adopción de medidas pertinentes en defensa del interés general o de las modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben por disposiciones de carácter general.

3. La actuación publicitaria y la identificación de actividades y establecimientos quedan sujetas a la obtención de licencia urbanística cuando:

a) se desarrollen mediante 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.

b) se desarrollen en suelo de titularidad privada y uso público, debido a su incidencia y repercusión en el entorno urbano, al concurrir razones de interés general de acuerdo con lo previsto en el art. 5 de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

c) se desarrollen en suelo de titularidad privada y uso privado, cuando por sus características técnicas y de seguridad, precisen de la redacción de un proyecto técnico.

Su tramitación se realizará de acuerdo con lo dispuesto en la esta ordenanza y 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 aplicable.

4. Si la actuación publicitaria se realiza en suelo de titularidad pública, la autorización tendrá el carácter de autorización demanial especial, de conformidad con la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales. En el caso de que para su realización requieran la utilización de estructuras o soportes, deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

5. Si la actuación publicitaria se desarrolla en suelo de titularidad y uso privado y requiere la utilización de estructuras o soportes que no precisen la presentación de un proyecto técnico, será necesario suscribir una declaración responsable.

6. Si la actuación publicitaria en suelo de titularidad pública y titularidad y uso privado requiere la utilización exclusiva de medios personales, será necesario presentar una comunicación previa.

7. Tanto la declaración responsable como la comunicación previa de dichas actuaciones de publicidad exterior, deberán presentarse en impresos normalizados con una antelación mínima de un mes a la fecha prevista para su realización, para que pueda comprobarse la compatibilidad de dichas actuaciones con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad, así como su concurrencia con otras actividades previstas en el emplazamiento.

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

a) Placas indicativas de dependencias públicas, centros de enseñanza, hospitales, clínicas, dispensarios, farmacias o instituciones benéficas o actividades profesionales colocadas sobre las puertas de acceso o junto a ellas.

b) Placas indicativas de actividades profesionales colocadas sobre las puertas de acceso o junto a ellas, con una superficie máxima de 0'10 metros cuadrados.

c) Anuncios colocados en las puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales, limitados a indicar horarios en que se hallan abiertos al público, precios de los artículos ofrecidos, los motivos de su cierre temporal, de traslado, liquidaciones o rebajas y otros similares, así como elementos de identificación mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto.

d) Los que se limiten a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble y razón, colocados en el mismo, con una superficie máxima de 0'50 metros cuadrados.

#### **Artículo 24.- Titularidad de la licencia.**

1. Podrán ser titulares de la licencia:

a) Las personas físicas o jurídicas, que realicen directamente las actividades comerciales, industriales o de servicio a que se refiere los elementos publicitarios.

b) Aquellas personas físicas o jurídicas que de forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria y se encuentren incluidas en la matrícula correspondiente del Impuesto sobre Actividades Económicas e inscrita en los Registros Públicos que procedieran.

2. La titularidad de la licencia comporta:

a) La imputación de las responsabilidades de todo orden que se deriven de las instalaciones y de los mensajes publicitarios correspondientes.

b) La obligación del pago de los impuestos, precios públicos y cualesquiera otras cargas fiscales que graven las instalaciones o actos de publicidad.

c) El deber de conservar y mantener el material publicitario y su sustentación en perfectas condiciones de ornato, seguridad y decoro, realizando los trabajos de mantenimiento y limpieza, así como las obras de reparación que sean precisas

para su adecuada conservación, incluso cuando se deriven de actos vandálicos o de pintadas sobre cualquier parte de la instalación publicitaria.

d) En la ejecución y montaje de las instalaciones se adoptarán cuantas medidas de precaución fueren necesarias al objeto de evitar riesgos a personas y cosas.

Las licencias se otorgarán dejando a salvo el derecho de propiedad y sin perjuicio de terceros.

No podrá ser invocado dicho otorgamiento para tratar de excluir o disminuir en alguna forma, las responsabilidades civiles o penales, que deben ser asumidas íntegramente por los titulares de las licencias o propietarios de las instalaciones, incluso en lo que respecta a cualquier defecto técnico de la instalación o a efectos del mensaje publicitario.

#### **Artículo 25.- Solicitud y documentación.**

1. Para la tramitación del expediente de solicitud de licencia a que se refiere esta Ordenanza y sin perjuicio de las autorizaciones que procedan por otras Administraciones públicas competentes, será preceptivo, según las distintas modalidades de publicidad, la presentación en el Ayuntamiento de San Pedro del Pinatar de la siguiente documentación:

a) Instancia debidamente cumplimentada.

b) Carta de pago de haber satisfecho el ingreso de la Tasa o Precio Público liquidado de acuerdo con la Ordenanza Fiscal correspondiente.

c) Proyecto suscrito por técnico competente y visado por el Colegio Profesional correspondiente, que necesariamente contendrá:

1.º Memoria justificativa en la que se acredite la adecuación del elemento a instalar a la Ordenanza, no incurriendo en ninguna de las prohibiciones señaladas en su articulado.

2.º Memoria descriptiva del o de los elementos a instalar especificando dimensiones, sistema de montaje y lugar exacto donde se pretenda instalar el elemento publicitario, con justificación técnica de los elementos estructurales sustentantes necesarios para su estabilidad y seguridad, hipótesis de cálculo y seguridad frente a la acción del viento.

3.º Planos de situación, emplazamiento en el solar, edificio, etc. (escala mínima 1:100), secciones y alzados tanto del elemento como de las fachadas, cierres o elementos verticales sobre los que se instale, en los que se refleje exactamente las proyecciones, tanto sobre el suelo como sobre los paramentos verticales, de la totalidad del elemento publicitario y su estructura sustentante (escala mínima 1:100).

4.º Mediciones y presupuesto.

5.º Fotografías a color, tamaño mínimo 13 x 18 centímetros, de las fachadas o medianeras del edificio o de la parcela sobre la que se realice la instalación, tomadas desde la vía pública de forma que permitan la perfecta identificación del mismo.

6.º Documentación específica de las instalaciones eléctricas de acuerdo con la normativa vigente, en caso de que se trate de un elemento luminoso o con mecanismos que precisen instalación eléctrica.

d) Autorización de la propiedad del edificio, local o parcela y en su caso acuerdo de la Comunidad de propietarios.

e) Identificación de la dirección facultativa.

2. Según las distintas modalidades de manifestación publicitaria se exigirá lo siguiente:

a) En vallas publicitarias y manifestaciones publicitarias sobre medianeras:

Los requisitos indicados en los apartados a), b), c), d) y e) del punto 1 de este artículo.

b) En rótulos:

1.º En aquellos rótulos cuya superficie sea inferior a 2 metros cuadrados, sólo serán exigibles los apartados a), b), c.5.º) y d) del punto 1 de este artículo.

La misma consideración tendrá aquellos rótulos de superficie superior a 2 metros cuadrados y que su instalación sea adosada a fachada.

2.º En aquellos rótulos cuya superficie sea mayor de dos metros cuadrados, será exigible lo indicado en los apartados a), b), c), d) y e) del punto 1 de este artículo.

c) En rótulos con iluminación o con mecanismos que precisen instalación eléctrica:

Independientemente de su superficie, será exigible lo indicado en los apartados a), b), c.6.º) y d) del punto 1 de este artículo.

d) En banderolas:

Los requisitos indicados en los apartados a), b), c.2.º), c.3.º), c.5.º) y d) del punto 1 de este artículo.

e) En pancartas en andamios de obra:

Los requisitos indicados en los apartados a), b), c), d) y e) del punto 1 de este artículo.

f) En Publicidad aérea: Se aportará la documentación que exija la legislación específica aplicable. En el caso de globos cautivos o estáticos, se acompañará, además, certificado de técnico competente sobre características y cualidades y lo expresado en el punto c).

g) En los supuestos anteriores, si además la instalación ha de situarse en zonas forestales o su proximidad, deberá ser informada previamente por el Servicio de Prevención y Extinción de Incendios y Salvamento.

3. En el caso de vallas publicitarias, rótulos en plantas superiores de edificios, excluida la planta baja y rótulos en coronación de edificios, los solicitantes de la licencia deberán acreditar la suscripción de una póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra los daños que puedan derivarse de la colocación y explotación de dichos elementos.

Los importes de seguros que se indican tienen el carácter de mínimo, pudiendo motivadamente incrementarse de acuerdo con la peligrosidad que suponga para el tráfico rodado, viandantes e instalaciones, intensidad de la utilización del dominio público en función de la superficie ocupada y de la duración de la actuación y las consecuencias que para el entorno urbano puedan derivarse de su realización, así como por cualquier causa que justificadamente pudiera motivar dicho incremento.

- Soportes flexibles o rígidos sobre fachadas y en coronación de edificios:

500.000 euros.

- Instalación de soportes publicitarios con altura superior a 5 metros:

500.000 euros.

- Instalaciones publicitarias, salvo en fachadas y coronación de edificios:  
250.000 euros.

4. Las vallas publicitarias, rótulos en plantas superiores de edificios, excluida la planta baja y rótulos en coronación de edificios, una vez finalizado el plazo de vigencia de la licencia de instalación, si no hubiesen variado las condiciones urbanísticas ni las características técnicas del elemento para solicitar una nueva licencia no será necesario aportar el proyecto técnico indicado en el apartado c) del punto 1 de este artículo, aportando en su defecto certificado suscrito por técnico competente y visado por su Colegio profesional, de que la instalación se encuentra en las debidas condiciones de estabilidad y seguridad.

En el certificado de seguridad deberá figurar necesariamente la referencia del expediente en que se haya tramitado la licencia correspondiente.

#### **Artículo 26.- Vigencia, eficacia y caducidad de las licencias.**

##### 1. Vigencia de las licencias.

a) Por su especial naturaleza y su trascendencia en el paisaje urbano, las autorizaciones y licencias para instalaciones publicitarias, rótulos y otros elementos de identificación de esta ordenanza, tienen carácter temporal, siendo su plazo de vigencia de tres años desde la fecha de su concesión.

b) La vigencia de la licencia para la instalación de soportes publicitarios en obras queda vinculada a la duración de éstas, salvo la licencia para la instalación de soportes flexibles sobre estructura de andamios por razón de obras, cuya duración inicial será como máximo de un año, prorrogable por el mismo plazo.

c) La vigencia de las licencias para identificación de actividades y establecimientos es indefinida, si bien estará condicionada al ejercicio de la actividad del 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 del establecimiento.

d) La vigencia de las declaraciones responsables y comunicaciones previas estará vinculada al plazo de duración que se establezca para el ejercicio de la actuación.

e) Las licencias y autorizaciones publicitarias quedarán sin efecto si se incumpliesen cualquiera de las condiciones o prescripciones desde que fueron concedidas.

f) Las licencias y autorizaciones mantendrá su vigencia siempre y cuando se encuentren en las debidas condiciones de ornato y conservación y el emplazamiento conserve las condiciones urbanísticas de origen.

g) Finalizado el plazo de vigencia su titular o persona física o jurídica que se subrogue en los derechos de éste, deberá proceder al desmontaje y retirada de la instalación en el plazo máximo de 30 días. Igual consideración tendrá si se procede a tapar u ocultar la instalación con las debidas condiciones de seguridad y ornato público.

h) En los módulos de fijación de vallas publicitarias deberá constar el nombre o razón social de la empresa propietaria y número de expediente de la licencia.

##### 2. Eficacia de las licencias.

La eficacia de la licencia queda condicionada a la efectividad del pago de cuantos impuestos, tasas o precios públicos puedan devengarse como consecuencia de las instalaciones publicitarias.

3. De la revocación de las licencias.

a) Las autorizaciones para instalaciones publicitarias podrán ser revocadas y suspendidas cuando se den las circunstancias previstas en el artículo 16 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales y no dará lugar a indemnización alguna.

b) No habrá lugar a indemnización alguna, cuando con anterioridad del cumplimiento del plazo de vigencia se demoliere el edificio donde estuviese colocado el anuncio publicitario, se edificase en el solar o se alterasen las condiciones histórico artísticas del edificio, calle, zona o donde se ubiquen.

c) Las licencias que autoricen la instalación de rótulos o carteles que contengan la denominación del establecimiento comercial o industrial ubicado en el mismo lugar que tales carteles o rótulos quedarán igualmente sin efecto y sin derecho a indemnización caso de demolición del edificio, cambio de titularidad o cese de actividad o alteración de las condiciones histórico artísticas del inmueble, calle o zona.

#### TÍTULO IV

##### INSTALACIONES PUBLICITARIAS EN BIENES DE TITULARIDAD MUNICIPAL DOMINIO PÚBLICO: USO PÚBLICO Y SERVICIO PÚBLICO

###### **Artículo 27.- Ubicación.**

1. El órgano municipal competente podrá señalar los lugares en los que podrán instalarse elementos con fines publicitarios, así como fijar las características de las expresadas instalaciones.

2. La concesión para la explotación de dichos medios publicitarios podrá comprender sólo la utilización de aquellos que hubiese instalado el Ayuntamiento o además, la construcción e instalación de los mismos, los cuales podrán en su caso revertir al municipio una vez finalizada la concesión.

###### **Artículo 28.- Condiciones.**

1. Sólo se admitirá que las instalaciones destinadas a prestar servicios públicos en las vías públicas de la ciudad puedan servir de elemento sustentador de actividades publicitarias en:

a) Indicadores callejeros especialmente establecidos sobre soportes propios, iluminados, instalados por la empresa concesionaria. El ayuntamiento fijará, en cada caso, en el correspondiente pliego las condiciones mínimas que deban reunir los letreros rotulados de las vías públicas para asegurar su perfecta visibilidad.

b) En cualquier otro destinado a la información ciudadana.

2. Los pliegos, con arreglo a los cuales se conceden dichas concesiones, determinarán, además de las dimensiones, lugares en que hayan de instalarse y restantes condiciones que, en cada caso, procedan, los porcentajes de reserva de espacio que deberán quedar a disposición del ayuntamiento para los avisos o anuncios que estimara conveniente.

3. Con independencia de lo preceptuado en los números anteriores, el órgano municipal competente podrá autorizar, con carácter excepcional y temporalmente limitado, la utilización de las instalaciones de cualquier servicio público municipal para sustentar elementos publicitarios referentes a acontecimientos o actividades ciudadanas de gran relieve, tales como ferias, congresos, exposiciones, juegos o campeonatos deportivos de notoria importancia u otros similares.

**Artículo 29.- Otra condiciones.**

1. También podrán instalarse elementos publicitarios en las marquesinas, postes de paradas de autobuses y en las cabinas telefónicas, previa autorización y sujeta a las condiciones que en su caso imponga el Ayuntamiento.

2. Los anuncios de kioscos autorizados mediante concesión administrativa, se registrarán por lo que dispongan los respectivos pliegos de condiciones.

3. En los restantes kioscos, no se admitirá ningún tipo de manifestación publicitaria en la parte superior del kiosco o por encima de su cornisa o remate. Únicamente será autorizable la instalación de carteles publicitarios debidamente protegidos e incorporados a las fachadas o paramentos del mismo e integrados en su diseño.

4. La Publicidad mediante pantallas electrónicas, mupis o similares, que se sitúen en dominio público, sólo se permitirá mediante régimen de concesión como consecuencia de concurso convocado por el Ayuntamiento y regulado por los pliegos de condiciones que se establezcan al efecto.

5. Se permite, con carácter general, la instalación provisional de caballetes y elementos publicitarios similares en la vía pública, con un máximo de un elemento por establecimiento. La colocación de estos elementos se hará exclusivamente durante el horario de apertura del establecimiento y se ubicarán en aceras o calles o espacios peatonales junto a la fachada del establecimiento.

Las dimensiones máximas del volumen ocupado por caballetes o elementos publicitarios de carácter similar serán de 0,60 x 1,00 x 0,80 m. (base, altura y profundidad) y dejará un paso libre mínimo de 1,80 m. Si resultase comprometida la accesibilidad del espacio público, el Ayuntamiento podrá limitar las condiciones de instalación de los mismos, con el fin de no perjudicar o comprometer el tránsito rodado, peatonal o la seguridad del viandante.

**TÍTULO V RÉGIMEN SANCIONADOR****Artículo 30.- Servicios de inspección.**

El ejercicio de las funciones de inspección y comprobación del cumplimiento de lo dispuesto en la presente Ordenanza corresponderá a los servicios técnicos del órgano municipal competente así como a los agentes de la Policía Local, como encargados de la vigilancia del cumplimiento de la normativa municipal.

**Artículo 31.- Protección y restablecimiento de la legalidad.**

1. Cuando la instalación de soportes sujetos a intervención municipal, se realizase sin licencia urbanística, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones en la misma se adoptarán las medidas contempladas en la Ley del Suelo de la Región de Murcia y demás normativa municipal aplicable por razón de la materia, sin perjuicio de las acciones que pueda ejercer el municipio en defensa de sus bienes.

2. La utilización del dominio público municipal sin la previa obtención de autorización administrativa dará lugar al ejercicio de las facultades y prerrogativas para la defensa del patrimonio municipal de acuerdo con lo dispuesto en la normativa de aplicación.

3. Cuando la actuación publicitaria se realizase sin presentar la declaración responsable o comunicación previa, se adoptarán las medidas previstas en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

4. 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.

5. 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.

#### **Artículo 32.- Régimen jurídico aplicable a las infracciones.**

Tendrán la consideración de infracciones, las acciones u omisiones que contravengan lo dispuesto en la presente ordenanza, así como las que estén tipificadas en la normativa urbanística y en la del patrimonio de las administraciones públicas.

#### **Artículo 33.- Clasificación de las infracciones.**

Las infracciones se clasifican en muy graves, graves y leves.

#### **Artículo 34.- Infracciones muy graves.**

Se considerarán infracciones muy graves:

a) La instalación de soportes publicitarios sin la correspondiente licencia, autorización municipal o presentación de la declaración responsable, o sin ajustarse a las condiciones previstas en las mismas.

b) La inexactitud, falsedad u omisión, de cualquier dato o documentos de carácter esencial, que se acompañe o incorpore a una declaración responsable o una comunicación previa.

c) La colocación de publicidad o de elementos de identificación directamente sobre los edificios sin utilización de soportes externos cuando produzca daños muy graves a los mismos por el deterioro causado o se trate de edificios catalogados.

d) El ejercicio de la actividad publicitaria que produzca una alteración muy grave del paisaje urbano mediante la tala de árboles sin autorización, modificación irreversible o alteración de elementos naturales, arquitectónicos o de señalización y seguridad vial.

e) La segregación de los emplazamientos a efectos de su explotación publicitaria.

f) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria que impida o suponga una grave y relevante obstrucción del normal funcionamiento de los servicios públicos.

g) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.

h) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de los espacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos, sean muebles o inmuebles.

### **Artículo 35.- Infracciones graves.**

Se considerarán infracciones graves:

- a) La realización de actividades publicitarias sin la correspondiente presentación de la comunicación previa.
- b) La falta de mantenimiento de las instalaciones en los términos establecidos en la presente ordenanza, cuyo deterioro y falta de ornato suponga un menoscabo del entorno y del paisaje urbano.
- c) La instalación o mantenimiento de los soportes publicitarios de obras sin haberse iniciado o después de haber finalizado las mismas.
- d) La realización de cualquier acto que dañe a las especies vegetales o arbóreas instaladas en suelo público o privado, tales como podas sin autorización, con especial atención al arbolado de alineación.
- e) La falta de desmontaje y total retirada de los elementos de las instalaciones publicitarias una vez que la licencia ha perdido su eficacia.
- f) La ocultación, manipulación o falsedad de los datos o documentos aportados para la obtención de la correspondiente licencia o autorización.
- g) La falta de seguro obligatorio de responsabilidad civil establecido en la presente ordenanza.
- h) El incumplimiento reiterado de los requerimientos formulados por la Administración Municipal en relación con el ejercicio de la actividad publicitaria o con las condiciones de la instalación.
- i) La negativa a facilitar los datos a la Administración Municipal o los agentes de la Policía Local que sean requeridos por éstos, así como la obstaculización de la labor inspectora.
- j) La falta de identificación de los soportes publicitarios.

### **Artículo 36.- Infracciones leves.**

Se considerarán, infracciones leves:

- a) No comunicar los cambios de titularidad u otras variaciones que afecten a las circunstancias jurídicas de la actividad.
- b) La falta de mantenimiento y limpieza de los soportes publicitarios que no suponga un peligro o produzca un menoscabo grave al entorno, paisaje urbano y elementos de señalización y seguridad vial.
- c) La falta de presentación de la declaración de la dirección facultativa de adecuación de la instalación al proyecto autorizado y a la normativa de aplicación.
- d) La falta de comunicación de la finalización de las obras en caso de producirse con anterioridad a la finalización prevista en la licencia.
- e) La utilización de cualquier clase de vehículo, bicicleta, remolque, etc., que se encuentre estacionado o estático, como medio publicitario para la transmisión de promociones de productos y servicios.
- f) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.

### **Artículo 37.- Prescripción de las infracciones y sanciones.**

Las infracciones y sanciones prescribirán en aplicación de la normativa de acuerdo con su naturaleza jurídica.

**Artículo 38.- Sujetos responsables.**

Serán sujetos responsables de las infracciones, las personas físicas o jurídicas, que realicen las acciones u omisiones tipificadas en la presente ordenanza y en la normativa de aplicación, las personas físicas o jurídicas promotoras del producto o servicio que se publicite y el propietario del suelo o del inmueble en el cual se haya cometido la infracción cuando haya tenido conocimiento de las instalaciones o actividades infractoras. Salvo prueba en contrario, se presumirá la existencia de conocimiento cuando por cualquier acto se haya cedido el uso del suelo o de la edificación para la realización de cualquier clase de actividad publicitaria.

Las multas que se impongan a los distintos responsables por una misma infracción tendrán entre sí carácter independiente.

**Artículo 39.- Sanciones.**

La comisión de las infracciones dará lugar a la imposición de las siguientes sanciones:

1. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa reguladora del patrimonio de las administraciones públicas y del patrimonio histórico, se sancionarán de conformidad con lo dispuesto en las mismas.

2. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa urbanística se sancionarán en aplicación de lo dispuesto en la Ley 13/2015, de 30 de marzo, de ordenación territorial y urbanística de la Región de Murcia.

3. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la presente ordenanza se sancionarán, de acuerdo con lo establecido en la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, y en la Ordenanza Municipal de desarrollo del Real Decreto 1.398/1993, de 4 de agosto, que aprueba el Reglamento de Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, con las siguientes multas:

- a) Infracciones muy graves: hasta 3.000 euros.
- b) Infracciones graves: hasta 1.500 euros.
- c) Infracciones leves: hasta 750 euros.

**Artículo 40.- Graduación de las sanciones.**

Para la graduación de las sanciones se atenderá al importe de los daños causados, su incidencia en el patrimonio histórico, artístico y natural de la ciudad, la naturaleza de la infracción, la intensidad en la perturbación ocasionada en el paisaje urbano, en las infraestructuras de señalización y seguridad vial, en la utilización del espacio público, la localización según la calificación tipológica del suelo, la reiteración y grado de culpabilidad, la reincidencia en la comisión de otra infracción de la misma naturaleza en el término de un año, el posible beneficio económico del infractor y demás circunstancias concurrentes.

**Artículo 41.- Procedimiento sancionador.**

El procedimiento administrativo sancionador por infracciones tipificadas en la presente ordenanza se tramitará de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento del procedimiento para el ejercicio de la Potestad Sancionadora.

**Artículo 42.- Medidas Cautelares.**

En cualquier momento del procedimiento sancionador, el órgano municipal competente para su iniciación, por propia iniciativa o a propuesta del instructor,

podrá adoptar las medidas cautelares que resulten necesarias para garantizar el buen fin del procedimiento, asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer o evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción.

**Disposición transitoria primera.**

Las instalaciones publicitarias y de identificación de actividades que, a la entrada en vigor de esta Ordenanza, no dispongan de licencia o autorización, deberán en el plazo de seis meses adaptarse a las determinaciones contenidas en la misma, previa solicitud de la correspondiente licencia o autorización. Una vez transcurrido el anterior plazo, se iniciarán los correspondientes expedientes de disciplina urbanística para el restablecimiento de la legalidad.

No obstante, los titulares de las instalaciones publicitarias podrán dirigir un escrito al Ayuntamiento solicitando individualmente una moratoria en la aplicación de la normativa de seis meses, comprometiéndose a la adecuación de estos elementos antes de que haya transcurrido dicho plazo. El Ayuntamiento podrá condicionar la concesión de esta moratoria a la ejecución inmediata de las actuaciones o trabajos de adecuación que considere indispensables. En caso de que, vencido el plazo de la moratoria, no se hubiera efectuado la adecuación a la ordenanza, el Ayuntamiento podrá proceder a la ejecución subsidiaria.

**Disposición transitoria segunda.**

En tanto en cuanto permanezcan en vigor las licencias de publicidad concedidas con anterioridad a la entrada en vigor de la presente ordenanza, no precisarán adecuarse a lo dispuesto en ésta.

**Disposición derogatoria.**

Queda derogado el Reglamento de Publicidad Exterior del Ayuntamiento de San Pedro del Pinatar, aprobado por acuerdo plenario de 30 de abril de 2008, y cuantas disposiciones se opongan a lo establecido en la presente ordenanza.

**Disposición Final.**

La presente Ordenanza entrará en vigor a los 20 días de su publicación.