

III. ADMINISTRACIÓN LOCAL

AYUNTAMIENTO DE

92

VALDEMORO

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

El Pleno del Ayuntamiento de Valdemoro, en sesión ordinaria celebrada el día 14 de septiembre de 2012, por unanimidad de los presentes, que representan la mayoría absoluta legal de miembros de la Corporación, adoptó el siguiente acuerdo, que a su tenor literal dice:

Primero.—Contestar a los escritos de alegaciones/sugerencias/propuestas presentadas en los términos de los informes emitidos por los servicios técnicos y jurídicos de Urbanismo que obran en el expediente, con notificación individualizada a los interesados.

Segundo.—Aprobar definitivamente la ordenanza municipal reguladora de la publicidad exterior mediante sistemas y elementos visuales.

Tercero.—El presente acuerdo, junto con el texto íntegro de la ordenanza municipal reguladora de la publicidad exterior mediante sistemas y elementos visuales en el municipio de Valdemoro, será publicado en el tablón de edictos del Ayuntamiento y en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, de conformidad con lo establecido en el artículo 70.2 de la Ley 7/1982, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

Cuarto.—Facultar al alcalde-presidente para suscribir y firmar toda clase de documentos relacionados con este asunto.

ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR MEDIANTE SISTEMAS Y ELEMENTOS VISUALES

TÍTULO I

Disposiciones Generales

Artículo 1. Objeto

1. La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones y requisitos a las que deberán someterse las instalaciones y actividades publicitarias ubicadas o efectuadas en el ámbito municipal y perceptibles desde la vía pública, con el objeto primordial de compatibilizar aquellas con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Valdemoro.

La presente ordenanza regulará los medios de publicidad estáticos.

Quedará sometida a las normas de esta ordenanza toda actividad publicitaria que utilice como vehículos transmisor del mensaje medios materiales de diversa índole, susceptibles de atraer la atención de cuantas personas se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen por vías de comunicación, utilicen medios privados o colectivos de transporte y, en general, permanezcan o discurren en los lugares o ámbitos de utilización común.

2. Las prohibiciones, condiciones, requisitos y obligaciones establecidas por la presente Ordenanza en protección del interés general, se establecen con respeto de la Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre, relativa a los servicios en el mercado interior, así como de la legislación estatal y regional aplicable. En base a dicha normativa, los regímenes de autorización expresa regulados en la presente Ordenanza se encuentran justificados por razón imperiosa de interés general, por su especial incidencia en el orden público, la seguridad pública, la protección del medio ambiente y del entorno urbano.

3. La utilización de medios publicitarios sonoros, si bien se consideran comprendida dentro del ámbito general de esta Ordenanza, se regirá por la Ordenanza Municipal de Convivencia Ciudadana.

4. No se permite dentro del término municipal, la publicidad de carteles, pegatinas, etiquetas, grafitos, etc., fijada sobre paramentos de edificios, monumentos, obras públicas, elementos de mobiliario urbano, etc., siendo objeto de la aplicación del régimen sancionador establecido tanto en esta ordenanza como en la Ordenanza Municipal de Convivencia Ciudadana.

5. A efectos tributarios, la publicidad y sus soportes se gravarán de acuerdo con lo dispuesto en las correspondientes Ordenanzas Fiscales.

6. Los títulos administrativos que autoricen la actividad publicitaria lo serán siempre por tiempo limitado, con independencia de las prórrogas que pudieran concederse.

7. 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 Pu-

blicidad, 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.

8. 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.

9. 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.

Artículo 2. Definiciones

A efectos de esta ordenanza se entiende por:

- 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.
- Publicidad 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.

Artículo 3. Condiciones Generales

Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios en su conjunto, deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad y calidad y que serán evaluados por los servicios técnicos municipales.

Las instalaciones publicitarias que utilicen cualquier sistema de alumbrado o iluminación, deberán cumplir las condiciones de limitación de la contaminación lumínica y de eficiencia energética establecidas por la legislación vigente.

Artículo 4. Ámbito de Aplicación

La aplicación de la presente Ordenanza se circunscribe al ámbito del término municipal de Valdemoro. Quedará sujeta a la misma cualquier actividad de publicidad exterior, cualesquiera que sea el medio utilizado. En el artículo 7 se clasifican y definen las zonas.

Artículo 5. Comunicación

1. Están sujetas a previa licencia urbanística las instalaciones necesarias para la difusión de publicidad estática, así como aquellas actuaciones sobre inmuebles que precisen de la obtención de dicha licencia conforme a la legislación estatal autonómica.

2. Con carácter general, los actos de publicidad exterior que no requieran de instalaciones temporales o permanentes estarán sujetas al régimen de comunicación previa o declaración responsable, salvo en aquellos casos previstos en esta ordenanza que, por razones de preservación del entorno urbano, el dominio público, el medio ambiente, la seguridad pública o el patrimonio histórico artístico, sea necesaria la obtención de autorización previa.

Artículo 6. Actos de Publicidad no Permitidos

Con carácter general, y sin perjuicio de lo que para cada modalidad de publicidad o tipo de suelo se establece en los siguientes artículos, queda prohibido:

1. La fijación o inscripción directa de publicidad sobre paramentos de edificios, muros, monumentos, fuentes, obras públicas, vallados o elementos del mobiliario urbano, salvo que lo inste el ayuntamiento.
2. Los anuncios reflectantes, las instalaciones que limiten visibilidad y seguridad del tránsito rodado o peatonal, así como aquellas instalaciones que alteren o incrementen la contaminación lumínica tanto hacia el firmamento como hacia las zonas residenciales.
3. No se permitirán aquellos elementos lumínicos que generen deslumbramiento visual y no aseguren un bajo consumo energético, incluyendo aquellos soportes autosustentables mediante el uso de energías renovables.
4. El lanzamiento de propaganda gráfica en vía pública.
5. Aquellas actividades publicitarias que, por su objeto, forma y contenido, sean contrarias a las Leyes Sectoriales aplicables (Ley General de Publicidad 34/1988, de 11 de noviembre).
6. La publicidad en sombrillas, parasoles, veladores, bancos u otros elementos propios de temporada en el ámbito del Casco Histórico y en el entorno próximo a los edificios públicos, salvo lo recogido en la ordenanza correspondiente de Terrazas y veladores.
7. Queda expresamente prohibido en la vía pública o cuando trasciendan a ésta, todo tipo de mensaje visual, impreso, pintado, proyectado, producido o reproducido con cualquier técnica, cualquiera sea su estructura de soporte y/o localización, con alusiones o publicidad relacionada con

el consumo de alcohol, tabaco, bebidas energizantes e incentivación a juegos de azar de conformidad con la normativa vigente.

8. En Suelo no urbanizable de protección no se podrán instalar elementos publicitarios (vallas, carteles, mono postes, etc...).

Artículo 7. Publicidad Excluida

1. La publicidad electoral, que será autorizada en su caso por la Alcaldía Presidencia mediante Decreto o por la Autoridad que se determine previa delegación.

2. Las banderas representativas de los diferentes países, organismos oficiales, instituciones públicas nacionales o internacionales, partidos políticos, asociaciones, colegios profesionales, centros culturales y religiosos, clubes recreativos y deportivos y similares, sin mensaje publicitario.

3. Las instalaciones de carácter efímero y relativas a actos populares, tales como: fiestas tradicionales, eventos deportivos, actos culturales o de reconocido interés, así como cualquier otra actividad de interés general no lucrativa, las cuales se regularán por la autorización administrativa correspondiente. Asimismo, se considerarán excluidas estas instalaciones aunque figure patrocinador, siempre que éste forme parte de su diseño, no pudiendo superar el 25% de la superficie del elemento. En el caso de que no se cumpla este requisito, pasará a ser publicidad regulada. No obstante, se considera procedente que estas instalaciones se ajusten a los parámetros y determinaciones físicas de esta Ordenanza.

4. El reparto de publicidad impresa que se regirá por la Ordenanza Municipal de Convivencia Ciudadana.

5. Los carteles informativos, indicativos o de señalización direccional sobre balcones u otros, relativos a monumentos, usos dotacionales y de servicios públicos, situados en el viario público o su zona de protección, los cuales se regirán por la normativa correspondiente del Área de Tráfico. No obstante, se considera procedente que estas instalaciones se ajusten a los parámetros y determinaciones físicas de esta Ordenanza.

6. Los carteles de obras en la vía pública, así como los indicativos de obras de la Administración Municipal. No obstante, se considera procedente que estas instalaciones se ajusten a los parámetros y determinaciones físicas de esta Ordenanza.

7. La publicidad móvil, tanto la incorporada a un vehículo o a su remolque, sea terrestre o aérea, siempre que tales vehículos se hallen en los movimientos que le son propios. La terrestre precisará de autorización del Servicio Municipal de Tráfico y Transportes y la aérea del organismo competente conforme a la regulación vigente en la materia.

8. La publicidad no visible desde el espacio público, que se adecuará a las determinaciones del P.G.O.V. y a otras normas que le sea de aplicación.

TÍTULO II

Zonas de Instalación y Emplazamientos

Artículo 8. Clasificación Zonas de Emplazamiento

Su ubicación, características técnicas y demás condiciones, vendrán determinadas de manera singular por el título autorizante correspondiente.

A los efectos de delimitar los lugares permitidos para la instalación de "elementos publicitarios" se establece la siguiente clasificación tipológica del territorio municipal:

Zona A:

- Tramo Urbano de la Autovía A-4 y parcelas colindantes,
- Nudo sur
- Glorieta acceso Avenida de Andalucía
- Acceso calle Tenerías
- Calle de Rosalía de Castro.
- Circunvalación (Avenida de España, Avenida del Mar Egeo, calle de Agustina de Aragón, Avenida del Mar Adriático, Circunvalación Sur, calle Emilia Pardo Bazán, calle José María Pomán, calle Dalí y calle de la Guardia Civil)

Zona B:

- Avenida de Andalucía
- Calle Estrella Elola
- Avenida Mar Mediterráneo
- Calle Enrique Tierno Galván
- Calle San Vicente de Paul
- Calle Tenerías, margen opuesto al cuartel de la Guardia Civil
- Paseo de la Estación,
- Calle de Trabajadoras de Cotton
- Camino de Pinto
- Avenida de los Reyes Católicos

Zona C:

- Resto Urbano Residencial

Zona D:

- Resto Urbano Industrial

Los Servicios Técnicos propondrán y el Alcalde ó Concejal Delegado aprobará la incorporación de los nuevos desarrollos así como la modificación de los incluidos, de cuya aprobación se dará cuenta al Pleno.

Artículo 9. Situaciones Publicitarias

1. La actividad publicitaria realizada por alguno de los medios descritos y materializada en los soportes señalados, podrá ser autorizada en alguna de las localizaciones siguientes:

- A.- En las fachadas de los edificios, sin o con voladizo sobre la vía pública,
- B.- En las medianerías definitivas
- C.- En las medianerías provisionales,
- D.- En el interior de los solares.
- E.- En líneas de fachada a vía pública de los solares
- F.- En cerramientos y líneas de fachada de terrenos que contengan edificios retranqueados
- G.- En andamios para obras
- H.- En las vallas de protección de obras
- I.- En la vía pública,
- J.- En los elementos del mobiliario urbano, siendo propiedad municipal
- K.- En espacios verdes y zonas de equipamiento
- L.- En suelo urbanizable (sectorizado o no sectorizado)

Artículo 10. Limitaciones de Ubicación

No se autorizarán las siguientes instalaciones publicitarias:

- a) Que por su objeto, forma o contenido, sean contrarias a la legislación vigente.
- b) Que por su forma color, diseño o inscripciones puedan ser confundidas con las señales reglamentarias de tráfico, impidan la visibilidad o produzcan deslumbramiento a los conductores de vehículos y a los peatones, o en los lugares donde puedan perjudicar u obstaculizar el tráfico rodado o la seguridad del peatón. Igualmente, cuando impida la visibilidad de algún soporte previamente autorizado.
- c) Todo tipo de pintadas o pictogramas visibles desde la vía pública, tanto si se realizan sobre sus elementos estructurales (calzada, aceras, bordillos), como sobre su equipamiento (en árboles, o cualquier otro elemento vegetal, farolas, pilares, mobiliario urbano), como las fachadas de los edificios y vallas de cerramiento.
- d) Las constituidas por materiales combustibles, a menos de 50 metros de zonas forestales o de abundante vegetación.
- e) Sobre y desde los templos, cementerios, estatuas, fuentes y dotaciones de servicios públicos y demás edificios catalogados como bienes de interés cultural artístico o histórico.
- f) Suspendidas sobre la calzada de las vías públicas, ni siquiera parcialmente, o en cualquier emplazamiento con elementos apoyados en farolas o sostenidas por otras instalaciones de servicio público.
- g) Que impidan o dificulten la accesibilidad a los edificios en relación con el Plan general de Valdemoro, incluyendo la entrada privativa de los edificios.

Tampoco se autorizan en los siguientes lugares:

- h) En las zonas en las que esté regulado y/o prohibido por la legislación de carreteras.
- i) En las zonas o fincas que contengan masas de árboles.
- j) En aquellos emplazamientos que puedan impedir o dificultar la contemplación desde espacios públicos de edificios, monumentos, jardines y ámbitos urbanos de especial relevancia por ser barreras visuales o perspectivas de interés.
- k) En los lugares que limiten las luces y vistas de los ocupantes de algún inmueble, conforme a lo previsto en el Código Civil.
- l) En aquellas zonas o espacios en los cuales las disposiciones especiales vigentes de cualquier clase, en el momento de la aplicación concreta, lo prohíban expresamente
- m) En aquellos lugares en que, previo informe de la Concejalía de Medio Ambiente y Urbanismo, se entienda que afectan de manera significativa al entorno donde pretenden instalarse.

TÍTULO III

Modalidades de Publicidad

Artículo 11. 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.

a) En relación a los materiales utilizados se distingue entre:

Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles.

Soportes flexibles: son aquellos realizados con materiales textiles, plastificados o cualquier otro de textura flexible o blanda.

b) En relación a la luz se distingue entre:

Soportes opacos: son aquellos que no permiten el paso de la luz.

Soportes iluminados: son los soportes opacos que reciben la luz indirectamente o por proyección.

Soportes luminosos o retro iluminados: son aquellos que proyectan la luz desde su interior.

2. Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto, deberán reunir las condiciones de seguridad y calidad precisas para el desarrollo de su función.

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. La profundidad total de estos soportes cuando sean opacos o iluminados, incluido dicho marco, no sobrepasará los treinta centímetros (30 cm). La profundidad total de los soportes rígidos luminosos o retro iluminados así como los que utilizan tecnología de iluminación digital -sistema de diodos emisores de luz o similares-, no sobrepasará los cuarenta y cinco centímetros (45 cm.).

4. En ningún caso se podrán incorporar elementos sonoros ni corpóreos a los soportes, salvo aquellos que pueda circunscribirse una zona audible a un espacio de 1,5 m², evitando la contaminación acústica del entorno, de forma que las personas con deficiencia visual tengan la posibilidad de acceder a la información.

Artículo 12. Emplazamientos y Superficie Publicitaria

1. Emplazamiento publicitario 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 es único y no podrá ser objeto de segregación parcial a efectos de su explotación publicitaria.

2. La superficie publicitaria permitida en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, condiciones de la iluminación, ubicación y tipología zonal. Excepto en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, la superficie publicitaria o de identificación del establecimiento estará contenida en un soporte externo.

3. Los elementos publicitarios que se coloquen en la vía pública serán objeto de análisis por parte de los técnicos para que su emplazamiento sea el adecuado sin interferir con el resto de los elementos o soportes direccionales municipales o señales de tráfico o cualquier señalización que afecte a los diferentes modos de transporte que puedan utilizar los ciudadanos.

Artículo 13. Tipos de Soportes Publicitarios

A continuación se describen los siguientes soportes publicitarios:

— Carteleros o vallas publicitarias: Elemento físico construido con materiales consistentes y duraderos, de figura regular dotado de marco y destinado a soportar de manera sucesiva la colocación de carteles, adhesivos, rotulaciones y telas de PVC, con mensajes normalmente de contenido variable en el tiempo. Estos elementos podrán estar o no iluminados en sus diferentes variables.

— Rótulos: Soporte en el cual el mensaje publicitario independientemente de la forma de expresión gráfica - letras o signos- se patentiza mediante materiales duraderos dotados de corporeidad que producen o pueden producir efectos de relieve.

Pueden disponer de luz propia o estar iluminados indirectamente.

Se considerarán en banderola cuando su disposición se efectúe perpendicularmente a la fachada de un edificio o sustento.

— Grandes rótulos luminosos: Son elementos de gran tamaño, con altura superior a 1,50 m., dotados de luz propia, tales como tubos de neón, lámparas de incandescencia o similares, tipo LEDs, apoyados sobre una estructura calada.

El mensaje puede presentar cualquier forma de expresión, ser fijo o dotado de movimiento, y los efectos luminosos podrán ser estáticos o variables en el tiempo.

— Elementos integrados en la arquitectura (Elementos arquitectónicos): Son los mensajes publicitarios que se manifiestan a través de relieves o grabados en los materiales utilizados en el revestimiento de las fachadas u otros paramentos visibles de la edificación o mediante las formas de los elementos arquitectónicos, como relieves, molduras, barandillas, aleros y similares.

- Logotipos y placas Rótulos normalmente de tamaño reducido, de materiales nobles o de larga duración como: aleaciones metálicas, piedras artificiales o naturales, etc, indicativos de dependencias públicas, instituciones privadas, sociedades deportivas o similares, denominación de un edificio o de un establecimiento, razón social de una empresa o actividad profesional que se desarrolla en él, así como los que sin ajustarse estrictamente a la tipología descrita, anuncian el carácter histórico-artístico de un edificio o las actividades culturales que en él se realizan.
- Objetos o formas corpóreas Soportes en los que el mensaje publicitario se materializa mediante figuras de bulto u objetos corpóreos, con inscripciones o sin ellas.
- Banderas, pancartas y lonas. Soportes publicitarios en los que el mensaje se materializa sobre tela o materiales de escasa consistencia y duración, y se presenta, normalmente, unido por los extremos a un soporte colocado al efecto o bien a elementos salientes de la edificación, ya sea provisionalmente o de manera fija.
Cuando los soportes de sujeción permitan ondear el soporte, se consideran banderas. Si no lo permiten se consideran pancartas.
Si el soporte de fijación es un andamio, se considerará lona.
- Mono postes: Instalaciones publicitarias sustentadas o montadas sobre un fuste o columna y ancladas en el suelo.
- Mobiliario Urbano como Punto de Información(MUPI): Soportes expresamente diseñados para albergar publicidad o información municipal en la vía pública, generalmente dotados de iluminación y anclados al suelo.
Quedan excluidas las marquesinas, por no ser de titularidad municipal.

En el caso de que el mensaje publicitario se presente de manera simultánea o combinada en un mismo lugar utilizando dos o más soportes de los descritos en este artículo, a cada uno de ellos le será aplicable por separado la regulación que le sea propia, si bien la tramitación se hará en un solo expediente y la licencia, que será única, indicará claramente los soportes que se autorizan. En la regulación específica de cada uno de los medios y soportes se establecen las incompatibilidades concretas entre sí.

- Objeto Publicitario iluminado (OPI): Soporte iluminado expresamente diseñado con fines publicitarios o de información municipal instalado en la vía pública y anclado al suelo.

TÍTULO IV

Publicidad en Dominio Público

Artículo 14. Publicidad en Dominio Público

1. 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 concesión administrativa mediante procedimiento de contratación pública y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación.

2. La instalación de elementos de identificación en coronación de los edificios públicos está permitida según se describe en el PGV, Tomo VIII, capítulo 8.

TÍTULO V

Publicidad en Edificios

Artículo 15. Publicidad en Edificios

1. A efectos de esta Ordenanza, se distinguen dos clases de soportes, los publicitarios y los de identificación o señalización de actividades y establecimientos.

2. Los edificios podrán ser utilizados como emplazamientos para la instalación de los siguientes soportes publicitarios:

- a) Rótulos de publicidad en coronación de edificios.
- b) Publicidad en paredes medianeras.
- c) Superficies publicitarias sobre fachadas.
- d) Los elementos de identificación o señalización de actividades y establecimientos

Artículo 16. Características

1. ROTULOS DE PUBLICIDAD EN CORONACIÓN EDIFICIOS:

- a) Sólo se autorizará un rótulo de publicidad con un mensaje publicitario en cada edificio que se podrá emitir con efectos visuales siempre que no produzca destellos, deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni que induzcan a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir asimismo con la normativa sobre balizamiento para navegación aérea.
- b) 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 utiliza-

- ción, a excepción de las instalaciones generales del edificio tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendedores o antenas.
- c) El órgano municipal competente podrá imponer nuevas medidas correctoras para garantizar la inocuidad y seguridad de la instalación.

Aquellos soportes publicitarios utilizados para la coronación de edificios que posean un sistema de iluminación fija o dinámica, deberán estar compuestos por elementos luminosos que aseguren un bajo consumo de energía por m². Estos elementos deberán estar homologados y aprobados técnicamente por el Ayuntamiento.

2. MEDIANERAS:

- a) Para conceder la licencia publicitaria se requerirá un estudio de adecuación constructiva y compositiva para su tratamiento como fachada, debiendo proyectarse una actuación de larga duración e integrada en el tratamiento global de todo el paramento, de forma que se mejoren las condiciones estéticas, constructivas y medioambientales del conjunto. Las obras de adecuación se autorizarán en la licencia publicitaria pudiéndose establecer condiciones adicionales respecto a los materiales, colores y motivos cuando las características del entorno lo requieran.

3. FACHADAS:

- a) Los soportes publicitarios podrán ser rígidos, anclados al paramento, o flexibles, que cubran temporalmente el paramento.
- b) Para la autorización de estos soportes se exigirá un proyecto específico adaptado al edificio y a su entorno. Por parte de los servicios municipales se podrán establecer, previa justificación, condiciones específicas para dicha adaptación.

4. ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN O SEÑALIZACIÓN DE ACTIVIDADES Y ESTABLECIMIENTOS:

- a) Son elementos de señalización e identificación aquellos que tienen por fin exclusivo la localización de actividades y establecimientos. 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.
- b) En el casco Histórico su instalación no podrá alterar las características arquitectónicas de los edificios ni de sus huecos de fachada y carpinterías. Los materiales serán adecuados a las condiciones estéticas y constructivas del edificio y del ambiente urbano en que se instalen. Se tendrán en cuenta las condiciones estéticas descritas en el PGV (Tomo VIII: catálogo: Capítulo 8). En el resto de las zonas las condiciones estéticas quedan descritas en el Tomo VI: Normas Urbanísticas: Artículo 5.11).
- c) Tipos de elementos que contempla la presente ordenanza:
- Muestras: Son los carteles 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 opacos o contar con iluminación.
 - Muestras opacas: en el Casco Histórico se localizaran en el interior del hueco de fachada del local en planta baja y primera. En los macizos de fábrica entre huecos de planta baja, únicamente en forma de logotipo, marca o texto compuesto con letra suelta.
 - Banderines: Son los carteles perpendiculares al plano de fachada del local realizados con cualquier clase de material rígido. Estarán situados a una altura mínima de doscientos veinticinco centímetros (225 cm.) sobre la rasante de la acera o terreno, salvo los luminosos que irán situados a una altura superior a trescientos centímetros (300 cm.) sobre la rasante de la calle o terreno. El saliente máximo será de ochenta centímetros (80 cm.). Su dimensión vertical máxima será de noventa centímetros (90 cm.). No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera y exclusivamente se colocarán en planta baja, haciendo referencia únicamente a la actividad y nombre del establecimiento.
 - Identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización.

Para identificar las oficinas de farmacias se instalarán cruces de malta o griegas de color verde que deberán cumplir las condiciones señaladas para la instalación de las muestras y banderines con las siguientes especialidades:

- El bastidor tendrá una dimensión máxima de ciento veinticinco centímetros (125 cm.) tanto si se coloca como banderín o muestra sobre la fachada. El saliente del soporte será de treinta centímetros (30 cm.).
- Tendrán iluminación fija sin intermitencia, destellos ni mensajes móviles, pudiendo figurar el horario de la farmacia -12H o 24H- por sobrepasar los establecidos con carácter general, sin que puedan contener ningún tipo de logo, referencia a la actividad, nombre, información o publicidad.
- Se colocarán sobre la fachada propia del local como muestra o banderín. Solo se permitirá la instalación de una muestra y un banderín por fachada del local. En supuestos excepcionales por la dificultad de visualizar el local desde la vía pública, se podrá colocar un banderín en la fachada de otro edificio distinto al del local en cuyo caso el bastidor será como máximo de noventa centímetros (90 cm.).

Los elementos de identificación de otros servicios de carácter sanitario, de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, de Protección Civil, así como otros con especiales exigencias de señalización por el servicio que prestan, cumplirán las condiciones señaladas para las oficinas de farmacia adaptadas a sus propias características. En todo caso serán muestras o banderines con iluminación fija y no intermitente o destellante sin mensajes luminosos en movimiento y su color y forma serán los que se establezcan como distintivos corporativos en su normativa específica o mediante acuerdo o convenio entre el Ayuntamiento y las entidades más representativas de cada uno de los sectores con especiales exigencias de señalización.

TÍTULO VI

Publicidad en Obras

Artículo 17. Publicidad en Obras

1. A efectos de esta Ordenanza, se distinguen los siguientes soportes rígidos o flexibles, sobre estructura de andamio.

2. La publicidad será autorizada, como máximo, durante el periodo de vigencia de éstas salvo en el supuesto de los soportes flexibles sobre estructura de andamio.

TÍTULO VII

Publicidad en Solares y Terrenos Sin Uso

Artículo 18. Publicidad en Solares

1. A los efectos de esta Ordenanza, se entiende por solar la parcela apta para ser edificada y por terreno sin uso aquella parcela que esté vacante y sin urbanizar.

En ambos supuestos, no podrá existir ninguna edificación ni desarrollarse ninguna actividad.

2. Los soportes publicitarios no superarán los cinco metros y medio (5,50 m.) de altura sobre la rasante del terreno, sin sobrepasar esta altura en ningún punto.

Se instalarán sobre el cerramiento del solar y siempre en la alineación oficial, sin volar sobre la vía pública.

Cuando la alineación forme esquina a dos calles, se admitirá que el vértice del soporte pueda desplazarse dentro de la alineación hasta un máximo de cuatro metros (4 m.) del mismo. 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.

3. En el caso de soportes publicitarios situados en terrenos colindantes con vías de circulación rápida (Autovía A-4) estos se ubicarán a una distancia de 50 metros a eje de la vía.

En cualquier caso cumplirán los requisitos establecidos por la normativa reguladora de las carreteras de ámbito estatal y autonómico.

TÍTULO VIII

Régimen Jurídico

Artículo 19. Régimen Jurídico

Aquellas actuaciones que conforme a la presente ordenanza y el resto de la legislación aplicable, estén sujetas a licencia urbanística, deberán obtener dicha licencia con carácter previo a la ejecución o realización de la actuación de que se trate.

Artículo 20. Titularidad de las Instalaciones y Actividades Publicitarias

Serán titulares de la licencia:

- Las personas físicas o jurídicas que realicen directamente las actividades comerciales, industriales o de servicio a que se refieran los elementos publicitarios.
- Aquellas personas físicas o jurídicas que de forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria.
- Aquellas personas físicas o jurídicas que sean propietarios o poseedores del espacio o elemento en que se encuentran enclavadas las instalaciones publicitarias.

Artículo 21. Titularidad de la Licencia

La titularidad de la licencia comporta:

- La legitimación por la instalación de los elementos publicitarios y el ejercicio de la actividad publicitaria.
- La imputación de las responsabilidades de todo orden que se deriven de las instalaciones publicitarias correspondientes.
- La obligación del pago de los impuestos, precios públicos y cualesquiera otras cargas fiscales que graven las instalaciones publicitarias.

- d) El deber de conservar y mantener las instalaciones publicitarias en perfectas condiciones de ornato y seguridad.
- e) En la ejecución y montaje de las instalaciones se adoptarán cuantas medidas de precaución fueren necesarias al objeto de evitar riesgos, de acuerdo con lo establecido en las normas sobre seguridad y salud en el trabajo que fueren de aplicación.

Artículo 22. Requisitos

A la solicitud de licencia se acompañará la siguiente documentación:

- Plano de situación acotado 1/1.000, del volcado del Plan General de Valdemoro, según la vigente cartografía.
- Proyecto técnico idóneo correspondiente, con memoria descriptiva de la instalación, cuando se trate de carteleras o vallas que superen la superficie de 48 m² o de mono postes o de soportes que lleven instalación luminosa o de movimiento.
- Fotografía de emplazamiento y del elemento a instalar
- Certificado de técnico que asegure que la ejecución y mantenimiento de la instalación se lleve a cabo mediante las adecuadas condiciones de estabilidad, seguridad, ornato, y conservación.
- Presupuesto del total de la instalación.
- Autorización de la Administración Central o Autónoma si fuesen necesarias.
- Autorización escrita de la propietaria del emplazamiento.
- Autorización de personas afectadas cuando sean exigibles.
- La documentación señalada en los apartados a) a f), ambos inclusive, se presentará por triplicado.
- Homologación certificado de idoneidad (municipal).
- Compromiso de mantenimiento.
- Pago tasas e impuestos municipales de conformidad con la Ordenanza Fiscal Municipal.
- Garantía o Fianza suficiente de conformidad con la Ordenanza Fiscal Municipal.

Los actos de publicidad exterior realizados mediante instalaciones luminosas, además de cumplir la normativa específica de dichos actos, deberá acomodarse a la reguladora de los medios técnicos que utilicen.

En el Registro Municipal de Empresas Publicitarias se anotarán, asimismo, las licencias otorgadas, fecha de otorgamiento, plazo de vigencia, número asignado a cada Cartelera y emplazamiento de las mismas.

Para retirar la correspondiente licencia será necesario, aparte del pago de la tasa correspondiente, presentar el impreso de alta en la matrícula fiscal, debidamente cumplimentado.

Artículo 23. Plazo de Vigencia

1. El plazo de vigencia de las licencias de actos de publicidad será de un año, prorrogable previa petición expresa del titular antes de su extinción, por otro período de igual duración.
2. No obstante, transcurridos los plazos indicados se podrá solicitar de nuevo licencia para los mismos emplazamientos.
3. Para la obtención de estas nuevas licencias será imprescindible presentar documentación que acredite el abono de las exacciones establecidas por el Ayuntamiento durante el período de vigencia de la licencia anterior.
4. Terminada la vigencia de una licencia, su titular vendrá obligado a desmontar la instalación correspondiente, durante los ocho días siguientes a su término.

Artículo 24. Transmisión

1. Las licencias otorgadas no podrán ser objeto de transmisión, salvo autorización expresa de la Administración municipal.
2. Cuando la instalación fuera desmontada antes del término de la vigencia de la licencia deberá comunicarse expresamente, por escrito, a la administración municipal.
3. La transmisión de las licencias, en el caso de ser autorizadas, no alterará, en ningún caso, los plazos de vigencia de la licencia.
4. En los supuestos de transmisión de licencias sin autorización municipal, quedarán el transmitente y el adquirente sujetos a todas las responsabilidades que se deriven para el titular.

TÍTULO IX

Régimen Sancionador

Artículo 25. Infracciones

Los actos u omisiones que vulneren lo preceptuado en la presente Ordenanza, tienen la consideración de infracción urbanística y, en consecuencia, quedarán sometidos a las disposiciones generales de la Ley 9/2001 de 17 de julio del Suelo de la Comunidad de Madrid y a las específicas de esta Ordenanza.

Artículo 26. Sujeto Responsable

Serán responsables de la infracción, con carácter principal, las empresas publicitarias o la persona física o jurídica que hubieran ejecutado el acto publicitario y subsidiariamente el propietario del emplazamiento cuando lo hubiere autorizado.

Artículo 27. Identificación del Titular

1. Para la identificación de las Empresas propietarias de medios publicitarios únicamente tendrán validez el número asignado en la correspondiente licencia, expresamente colocado en aquellas, conforme se indica en el artículo 11 de la presente Ordenanza, además del nombre comercial.

2. A estos efectos no se considerarán elementos de identificación, las marcas, señales, productos anunciados, u otras identificaciones que pudieran contener los elementos instalados.

3. Cuando el elemento carezca del número y /o nombre, o cuando no se corresponda con el existente en los archivos municipales, será considerada anónima, y, por tanto, carente de titular.

Artículo 28. Graduación de las Sanciones

1. A los efectos de graduar la responsabilidad por las infracciones, estas se clasifican en leves y graves.

2. Se considerarán infracciones graves:

- a) La instalación de elementos publicitarios sin licencia municipal o sin ajustarse a las condiciones de la misma.
- b) El incumplimiento de órdenes municipales sobre corrección de las deficiencias advertidas en las instalaciones.
- c) La colocación de instalaciones creando riesgos ciertos e importantes, y
- d) La reincidencia en faltas leves en un período de treinta días consecutivos.
- e) y las leves serán el resto.

Artículo 29. Cuantía de la Sanción

1. La cuantía de las multas con que se sancionen las infracciones cometidas, se ajustarán a las prescripciones contenidas en los arts. 207 y 227 de la Ley 9/2001 de 17 de julio del Suelo de la Comunidad de Madrid.

2. Especialmente se tendrá en cuenta que, en ningún caso, la infracción pueda suponer un beneficio económico para el infractor.

TÍTULO X

Régimen Disciplinario**Artículo 30. Restablecimiento de la Legalidad**

1. Aparte de la sanción que en cada caso corresponda, la Administración municipal podrá disponer mediante procedimiento ejecución forzosa el desmontaje o retirada de elementos publicitarios con reposición de los elementos publicitarios al estado anterior a la comisión de la infracción.

2. Las órdenes de desmontaje o retirada de elementos deberán cumplirse por los interesados en el plazo máximo de ocho días.

3. En caso de incumplimiento, los Servicios municipales procederán a la ejecución sustitutoria a costa de los obligados, que deberán abonar los gastos de desmontaje, transporte y almacenaje. La duración máxima del referido depósito de las instalaciones publicitarias desmontadas y retiradas será de 3 meses, sometiéndose a su término al sistema de tratamiento integral de residuos que proceda.

Artículo 31. Órgano Competente-Procedimiento

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, el Alcalde ó Concejal en quien delegue como el Órgano municipal competente podrá disponer, por razones de seguridad, tan pronto se tenga conocimiento de su colocación, el desmontaje de aquellos elementos publicitarios cuya instalación resulte anónima por aplicación del artículo 24 de esta Ordenanza e incoando el preceptivo procedimiento de ejecución.

Artículo 32. Recursos

El régimen de recursos contra los actos de los Órganos municipales sobre las materias reguladas en esta Ordenanza se ajustará a las disposiciones generales de la Legislación Básica y general de los procedimientos administrativos comunes.

TÍTULO XI

Disposición Transitoria

1. Los elementos publicitarios que se encuentren instaladas en el momento de entrar en vigor esta Ordenanza, tendrán el plazo de seis (6) meses para adaptarse a los preceptos de la misma.

2. Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen disciplinario que la Ordenanza establece.



TÍTULO XII

Disposición Final*Publicación, entrada en vigor y comunicación*

La aprobación, publicación y entrada en vigor de la presente Ordenanza se producirá de conformidad con lo establecido en los artículos 49 y 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril Reguladora de Bases de Régimen Local.

Valdemoro, a 2 de octubre de 2012.—El alcalde, José Carlos Boza Lechuga.

(03/32.931/12)

