




**Ayuntamiento de Jerez**



**ORDENANZA MUNICIPAL**  
**REGULADORA DE LA**  
**PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL**  
**TÉRMINO MUNICIPAL DE JEREZ**



**ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL TÉRMINO MUNICIPAL DE JEREZ.**

**ÍNDICE**

**EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.**

**TÍTULO PREELIMINAR.- DISPOSICIONES GENERALES.**

**CAPÍTULO I.- ÁMBITO DE APLICACIÓN, ALCANCE Y FINALIDAD:** Artículos 1 a 3.

**CAPÍTULO II.- TITULARIDAD:** Artículos 4 y 5.

**TÍTULO PRIMERO. MODALIDADES DE LAS INSTALACIONES PUBLICITARIAS.**

**CAPÍTULO I.- DISPOSICIONES GENERALES:** Artículos 6 al 10.

**CAPÍTULO II.- CATEGORÍAS Y MODALIDADES DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS:** Artículos 11 al 14.

**TÍTULO SEGUNDO.- CARACTERÍSTICAS DE LAS INSTALACIONES PUBLICITARIAS.**

**CAPÍTULO I.- CARACTERÍSTICAS GENERALES:** Artículo 15.

**CAPÍTULO II.- CARTELERAS" O "VALLAS PUBLICITARIAS":** Artículo 16.

**CAPÍTULO III.- BANDEROLAS PUBLICITARIAS:** Artículo 17.

**CAPÍTULO IV.- CARTELES SEÑALIZADORES DE ESTABLECIMIENTOS:** Artículo 18.

**CAPÍTULO V.- FLECHAS PUBLICITARIAS INDICATIVAS:** Artículo 19.

**CAPÍTULO VI.- CARTELES PUBLICITARIOS SOBRE FAROLAS:** Artículo 20.

**CAPÍTULO VII.- ANUNCIOS LUMINOSOS DE FARMACIAS:** Artículo 21.

**CAPÍTULO VIII.- MONOPOSTE:** Artículo 22.

**CAPÍTULO IX.- REMOLQUES Y OBJETOS PUBLICITARIOS:** Artículo 23.

**CAPÍTULO X.- LONAS PUBLICITARIAS SOBRE FACHADAS:** Artículo 24.

**CAPÍTULO XI.- OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA PARA REPARTO DE PUBLICIDAD:** Artículo 25.

**CAPÍTULO XII.- OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA CON STANDS PUBLICITARIOS:** Artículo 26.

**CAPÍTULO XIII.- PUBLICIDAD AÉREA:** Artículo 27.

**CAPÍTULO XIV.- PUBLICIDAD AUDIOVISUAL:** Artículo 28.

**TÍTULO TERCERO.- CARACTERÍSTICAS DE LOS SOLICITANTES.**

**CAPÍTULO I.- CARACTERÍSTICAS GENERALES:** Artículo 29.

**TÍTULO CUARTO.- CONDICIONES DE LOS EMPLAZAMIENTOS.**

**CAPÍTULO I.- ZONAS Y DELIMITACIONES DE EMPLAZAMIENTO:** Artículos 30 y 31.

**TÍTULO QUINTO. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD.**

**CAPÍTULO I.- RÉGIMEN JURÍDICO:** Artículos 32 y 33.

**CAPÍTULO II.- DEL PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA:** Artículo 34.

**CAPÍTULO III.- VIGENCIA DE LAS LICENCIAS:** Artículos 35 a 37.



**CAPÍTULO IV.- PRÓRROGA DE LAS LICENCIAS:** Artículo 38.

**CAPITULO V.- TRANSMISIBILIDAD DE LAS LICENCIAS:** Artículo 39.

**TÍTULO SEXTO.- MEDIDAS DISCIPLINARIAS.**

**CAPITULO I.- INFRACCIONES:** Artículo 40.

**CAPÍTULO II.- SANCIONES:** Artículos 41 a 44.

**CAPÍTULO III.- TIPOS DE INFRACCIONES:** Artículos 45 y 49.

**CAPÍTULO IV.- PÉRDIDA DE EFICACIA, REVOCACIÓN Y NULIDAD DE LA LICENCIA:** Artículo 50.

**CAPITULO V.- PROTECCION DE LA LEGALIDAD:** Artículos 51 y 52.

**CAPITULO VI.- ACCION SUSTITUTORIA:** Artículos 53 a 57.

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA.**

**DISPOSICIÓN DEROGATORIA**

**DISPOSICION FINAL.**





### EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La publicidad exterior es aquella que utiliza lugares públicos para desarrollarse y está dirigida a un público indeterminado. Es un medio altamente eficaz, productivo y rentable, catalogado como un medio masivo y versátil a la vez, dirigido a un público en movimiento, usualmente en vías de transportación terrestre.

En la actualidad los exteriores son un medio dominante que combina grandes niveles de alcance y frecuencia, con capacidad para una amplia presentación de productos a bajo coste. Ofrecen la posibilidad de llegar a proporciones determinadas de un mercado geográfico o demográfico pero su mayor fuerza reside en la capacidad de alcanzar de forma barata y veloz, a toda la población que está en movimiento. La publicidad exterior es el refuerzo indiscutible de las campañas publicitarias que las empresas realizan en otros medios de comunicación teniendo como principal ventaja que ofrece una cobertura del mercado las veinticuatro horas del día.

Estos hechos han motivado que en los últimos tiempos hayan aparecido nuevos formatos y sistemas de publicidad exterior. Las nuevas tecnologías aplicadas a la publicidad han servido de apoyo a esta proliferación de soportes que cada vez son más numerosos y variados en cuanto a su diseño.

Hasta el momento, la regulación específica de la publicidad exterior a nivel local venía de la mano de una ordenanza cuyo texto fue aprobado por acuerdo del Ayuntamiento Pleno de fecha 23 de diciembre de 1985 (BOP Nº 94 de fecha 25/04/1986). Esta ordenanza únicamente regulaba las denominadas "carteleras" o "vallas publicitarias", soportes estructurales de implantación estática susceptible de albergar y transmitir mensajes integrados en la modalidad visual de la publicidad, sin contemplar ningún otro soporte de publicidad exterior, por lo que la regulación de los mismos era inexistente.

Esta ordenanza de publicidad nace de la necesidad de contar con un cuerpo jurídico que regule nuevos soportes de publicidad exterior que a lo largo de los años han proliferado en la ciudad sin regulación normativa. No se trata de una modificación del texto anterior sino de la elaboración de uno completamente nuevo contribuyendo así a la creación de un régimen único que proporcione la seguridad jurídica imprescindible para usuarios y ciudadanos, así como para la Administración.

La nueva Ordenanza Municipal Reguladora de la Publicidad Exterior en el término municipal de Jerez, se estructura en esta Exposición de Motivos y un Título Preliminar seguido de seis Títulos, con un total de 57 artículos, una disposición transitoria, una derogatoria y una final.

El Título Preliminar, "Disposiciones Generales", está acompañado de dos Capítulos, el primero que regula el ámbito de aplicación, alcance y finalidad de la ordenanza y el segundo, la titularidad de la licencia.

El Título Primero, "Modalidades de las instalaciones publicitarias", se estructura también en dos Capítulos, el primero dedicado a las normas generales que regulan los requisitos que han de cumplir dichas instalaciones y el segundo para las categorías y modalidades de los elementos publicitarios tales como banderolas publicitarias, carteles señalizadores de establecimientos, flechas indicativas, carteles publicitarios sobre farolas y anuncios luminosos de farmacias, entre otros, y se dispone la publicidad que está prohibida y la que está excluida del ámbito de aplicación de la ordenanza.

El Título Segundo, "Características de las instalaciones publicitarias", se compone de catorce Capítulos, el primero regula las características generales que deberán cumplir



todas las instalaciones publicitarias, tales como que no podrán presentar salientes o aristas, cantos vivos que puedan presentar peligro a los viandantes o circulación rodada, no podrán impedir la perfecta visibilidad de las vías donde se encuentren instaladas, ni, entre otras, podrán inducir a confusión con señales de tráfico. El resto de capítulos están dedicados a la descripción de cada una de las modalidades de elementos publicitarios regulados en la ordenanza.

El Título Tercero, "Características de los solicitantes", está compuesto de un solo Capítulo que regula las características que han de reunir los solicitantes para poder realizar la actividad publicitaria.

El Título Cuarto, "Condiciones de los Emplazamientos", regula a través de un único Capítulo las zonas de emplazamiento y sus delimitaciones. La zona 1 corresponde al recinto histórico artístico, donde se determina, de acuerdo al Plan General de Ordenación Urbanística de Jerez y de forma general la prohibición de "...*toda actividad publicitaria en el ámbito de del Conjunto Histórico-Artístico*", si bien de forma excepcional, *el Ayuntamiento podrá autorizar la colocación de banderolas en aquellos lugares del conjunto histórico artístico durante la celebración de fiestas populares, actos institucionales y acontecimientos de interés al ciudadano*. A la zona 2, pertenece el resto de suelo del término municipal, donde se permitirá la instalación de soportes de publicidad exterior con las características y condiciones establecidas en la ordenanza y la zona 3, donde excepcionalmente se regula la actividad publicitaria en suelo de titularidad privada con carteleras publicitarias de 8 x 3 y soportes publicitarios de Gran Formato o Monopostes.

El Título Quinto, regula el "Régimen Jurídico" aplicable a los actos de publicidad en cinco Capítulos, el primero donde se determina la legislación aplicable y los actos que están sujetos a licencia, la cual cuando se otorgue quedará sujeta durante toda su vigencia a una relación permanente con el Ayuntamiento, *dejando siempre a salvo los derechos de propiedad concurrentes sobre los respectivos emplazamiento y sin perjuicio de terceros*. En el Capítulo segundo se estipula la tramitación del expediente de solicitud de licencia detallando de forma general y específica, según la modalidad de instalación publicitaria, los documentos y requisitos que han de presentar y cumplir los solicitantes.

El Capítulo tercero está dedicado a la vigencia de la licencia, el plazo de ejecución y la retirada de la instalación que deberá efectuar el titular de la licencia una vez transcurrido el periodo de vigencia de la misma. El Capítulo cuarto determina la prórroga de las licencias que podrá formularse en un plazo no inferior a un mes previo al vencimiento de la licencia concedida. Y el último Capítulo del Título V, dispone la transmisibilidad de las licencias y los requisitos que deberán cumplir tanto el antiguo como el nuevo titular de la licencia para llevar a cabo la misma.

El último Título de la nueva ordenanza, lo comprenden seis capítulos que regulan la tipificación, y graduación de las infracciones. El Capítulo primero define el concepto de infracción y las sanciones, medidas cautelares, multas coercitivas y la responsabilidad penal, en su caso, están reguladas en el Capítulo segundo. El tercero, tipifica las sanciones, en leves, graves y muy graves y las gradúa según la cuantía del daño causado, el beneficio que haya obtenido el infractor, o entre otras, la existencia o no de intencionalidad, así mismo determina la responsabilidad de las infracciones que se comentan en el ámbito de la nueva ordenanza.

El cuanto al régimen sancionador, la nueva ordenanza no ha desarrollado el procedimiento a seguir ya que el mismo viene establecido y regulado en el Reglamento



del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, al cual esta ordenanza se remite, aprobado por Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto y la tramitación del mismo se hará respetando las disposiciones de la Ley 7/85 de Bases de Régimen Local, de la Ley 30/92 de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común, del citado Reglamento, así como de la normativa andaluza aplicable en esta materia.

El Capítulo cuarto establece la pérdida de eficacia, la revocación y la nulidad de la licencia. La protección de la legalidad viene determinada en el Capítulo quinto y el sexto regula la ejecución de la acción sustitutoria por el Ayuntamiento en caso de incumplimiento por parte del responsable de la retirada de las instalaciones publicitarias una vez ordenada la misma.

Por último, la nueva Ordenanza Municipal Reguladora de la Publicidad Exterior en el término municipal de Jerez, regula el plazo de adaptación de las actuales instalaciones publicitarias a las prescripciones de la nueva ordenanza en la Disposición Transitoria. En la Disposición Derogatoria se establece la derogación de la "Ordenanza municipal de Publicidad Exterior mediante Cartelera", y en la Disposición Final estipula el plazo en el que entrará en vigor la nueva ordenanza disponiéndose que el acuerdo de aprobación de la misma pueda ser objeto de recurso de reposición contencioso-administrativo, al margen de poder interponerse cualquier otro que se considere procedente en derecho.



## TÍTULO PRELIMINAR.- DISPOSICIONES GENERALES.

### **CAPÍTULO I.- ÁMBITO DE APLICACIÓN, ALCANCE Y FINALIDAD.**

#### **Artículo 1.- Ámbito de Aplicación.**

La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Jerez, teniendo en consideración los objetivos de prevención y corrección de la contaminación visual.

#### **Artículo 2.- Alcance.**

Queda sometida a las normas de esta ordenanza toda actividad publicitaria que utilice como vehículo transmisor del mensaje los medios materiales de diversa índole, susceptibles de atraer la atención de cuantas personas se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, permanezcan o discurran en lugares o ámbitos de utilización común.

Se consideran instalaciones publicitarias no sólo las que exhiban mensajes comerciales sino también las informativas, señalizadoras o cualesquiera otras portadoras de comunicaciones que excedan a la mera identificación de la actividad empresarial.

En el término municipal de Jerez, sólo podrán instalarse los soportes publicitarios definidos en esta Ordenanza en suelo de titularidad municipal. De manera excepcional, podrá hacerse uso del suelo de titularidad privada para la colocación de instalaciones publicitarias de acuerdo a las ubicaciones y características que se establecen y autorizan en el artículo 3.1.4 del Plan General de Ordenación Urbanística.

Todos los actos de instalación de elementos de publicidad están sujetos a previa licencia municipal y al pago de las exacciones fiscales que estarán fijadas en las correspondientes ordenanzas fiscales.

#### **Artículo 3.- Finalidad.**

Los objetivos fijados en el desarrollo de la presente ordenanza son:

- a) La protección, mantenimiento y mejora de los valores fundamentales del paisaje urbano.
- b) La protección, conservación, valoración y defensa de los valores artísticos, históricos, arqueológicos, típicos o tradicionales del patrimonio arquitectónico del Casco Histórico de Jerez, así como de sus elementos naturales y urbanos de interés.
- c) La regulación del uso ordenado de la publicidad como parte del paisaje urbano.
- d) Detener, controlar y reducir, la proliferación de instalaciones publicitarias, que en multitud de formas, materiales colores irrumpen negativamente en el espacio urbano.
- e) Uniformar y reducir las tipologías de las diferentes modalidades de instalaciones publicitarias permitidas.

### **CAPÍTULO II.- TITULARIDAD.**

#### **Artículo 4.- Titulares.**





Serán titulares de la licencia:

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

### **Artículo 5.- Responsabilidades.**

La titularidad de la licencia comporta:

- a) La imputación de las responsabilidades de todo orden que se deriven de las instalaciones publicitarias correspondientes.
- b) La obligación del pago de los impuestos, precios públicos y cualesquiera otras cargas fiscales que graven las instalaciones publicitarias.
- c) El deber de conservar y mantener las instalaciones publicitarias en perfectas condiciones de ornato y seguridad.
- d) 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 de higiene y seguridad en el trabajo que fueren de aplicación.

## **TITULO PRIMERO. MODALIDADES DE LAS INSTALACIONES PUBLICITARIAS.**

### **CAPITULO I.- DISPOSICIONES GENERALES.**

#### **Artículo 6.- Normas generales.**

Las instalaciones publicitarias y sus emplazamientos deberán cumplir, en función de su modalidad, las determinaciones que a continuación se regulan. No obstante, en lo no previsto por esta ordenanza deberá tenerse en cuenta la semejanza con las modalidades que siguen y, en cualquier caso, mantenerse el espíritu de la normativa.

La autorización que, en su caso, se conceda debe entenderse sin perjuicio de posible mejor derecho de terceros y, en el supuesto de conflictos, ha de prevalecer el interés general, pudiendo quedar en suspenso, modificada o revocada, por causa de fuerza mayor u otra justificada, con independencia de la devolución de tasas que pueda proceder.

#### **Artículo 7.-**

Se denegarán las solicitudes de licencia cuando con la instalación propuesta se perjudique o comprometa el paso, la visibilidad y seguridad del tráfico rodado o de los viandantes.

#### **Artículo 8.-**

No se autorizarán en ningún caso las instalaciones que se pretendan situar en edificios catalogados como Monumentos Histórico- Artísticos por el Ministerio de Cultura o con nivel de protección integral por el Ayuntamiento, o en el entorno de los mismos cuando





menoscabe su contemplación, ni las que produzcan graves distorsiones en el paisaje urbano o natural.

### Artículo 9.-

No se consideran autorizables las actuaciones que no estén contempladas expresamente en la presente ordenanza. No obstante, con carácter experimental, y previo informe favorable del área municipal competente, se podrán autorizar actuaciones no contempladas en esta ordenanza a los solos efectos, en su caso, de incorporarlas posteriormente a la misma.

### Artículo 10.-

Con independencia de las prescripciones establecidas en la presente ordenanza, se denegarán aquellas solicitudes de licencia en las que el Ayuntamiento, en uso de sus competencias en materia de defensa del patrimonio urbano y su medio, estimase necesaria la preservación de los espacios interesados.

## CAPITULO II.- CATEGORÍAS Y MODALIDADES DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS.

### Artículo 11.- Categorías.

Para la definición de las diferentes modalidades de soportes publicitarios, se realiza la siguiente diferenciación:

- 1.- **Publicidad estática:** tendrá esta consideración la que se desarrolla mediante instalaciones fijas.
- 2.- **Publicidad móvil:** aquella que sea auto transportada o remolcado su soporte por vehículo motor.
- 3.- **Publicidad impresa:** Publicidad que se basa en el reparto de impresos en la vía pública de forma manual e individualizada.
- 4.- **Publicidad Aérea:** tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con aviones, globos o dirigibles.
- 5.- **Publicidad Audiovisual:** se trata de la publicidad que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos, eléctricos o electrónicos.

### Artículo 12- Modalidades.

#### 1.- Publicidad estática:

- a) Son "**Carteleras**" o "**vallas publicitarias**", los soportes estructurales de implantación estática susceptibles de albergar y transmitir mensajes integrados en la modalidad visual de la publicidad exterior.
- b) Son "**banderolas publicitarias**", los soportes alargados realizados con lona, PVC o cualquier otro material resistente sobre el que se imprime el mensaje publicitario. Se colocan en mástiles o farolas.
- c) Se denominan "**carteles señalizadores de establecimientos**", aquellos anuncios cuya finalidad es la de indicar la dirección de un negocio o establecimiento. Se colocan sobre farolas.



- d) Son **"flechas publicitarias indicativas"**, los anuncios destinados a señalar la dirección de un negocio o establecimiento. Se contemplarán dos modalidades de este tipo de soportes con diferente diseño y características. Las flechas utilizadas en zonas de la periferia del término municipal y las que señalicen establecimientos dentro del casco urbano.
- e) Se consideran **"carteles publicitarios sobre farolas"**, aquellos anuncios pintados y/o impresos por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina, cartón, tela u otra materia de escasa consistencia, cuya duración es reducida, normalmente no superior a un mes de exhibición.
- f) **"Anuncios luminosos de farmacias"**. Se trata de cruces luminosas colocadas sobre postes metálicos que indican la dirección de una farmacia cercana.
- g) Se considera valla tipo **"monoposte"** aquella instalación de implantación estática, compuesta por un báculo que sirve de sustentación de un paramento preferiblemente rectangular y susceptible de contener en su interior elementos planos o corpóreos que hagan posible la exhibición de mensajes publicitarios.
- h) Son **remolques estáticos** aquellos que no se encuentran enganchados a la cabeza tractora o al vehículo a motor y que con la finalidad de hacer publicidad, ocupan u obstaculizan la vía pública destinada al estacionamiento rotativo de vehículos a motor.
- i) Son **objetos publicitarios**, aquellos que se colocan en la vía pública, tales como cajones y estructuras publicitarias de escasa consistencia, con la finalidad de exhibir mensajes publicitarios.
- j) Son **lonas sobre fachadas** las lonas que, durante el desarrollo de obras y de forma provisional, reflejan fielmente la fachada del edificio que se cubre o el proyectado, pudiendo integrarse la firma o logotipo de la empresa patrocinadora con un máximo del 10% de la superficie total de la fachada.

### 2.- Publicidad móvil:

- a) Se consideran **"vehículos con remolques en circulación"**, cualquier tipo de vehículo a motor, que lleve adaptado un remolque sobre ruedas que contenga un mensaje publicitario.

### 3.- Publicidad impresa:

- a) **"Reparto de publicidad"**. Publicidad que se basa en el reparto de impresos o de material promocional en la vía pública.
- b) **"Stands publicitarios en vía pública"**. Se trata de acciones promocionales que se desarrollan en la vía pública. Estas acciones implican el reparto de publicidad y material promocional de forma directa y personalizada.

### 4.-Publicidad Aérea:



- a) Se considera publicidad aérea, aquella desarrollada mediante **aviones y "globos estáticos o cautivos"**. Se trata de **globos aéreos sobre cuyas** lonas se imprime el mensaje publicitario.

### **5.- Publicidad Audiovisual:**

Se considera publicidad audiovisual, aquella que se realiza mediante "**pantallas**" constituidas por un soporte rígido exento que sustenta una pantalla capaz de producir mensajes de contenido variable, por medios mecánicos, electrónicos o similares.

#### **Artículo 13.- Publicidad prohibida.**

##### **1.- Se prohíbe expresamente.**

- a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género.
- b) La publicidad engañosa.
- c) La publicidad desleal.
- d) La publicidad subliminal.
- e) La que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.
- f) La fijación de publicidad o propaganda mediante pegatinas, etiquetas, proyecciones y otros procedimientos similares y la realización de inscripciones y dibujos con motivos publicitarios, salvo en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, sobre paramentos de edificios e instalaciones, pavimentos, muros, monumentos, obras públicas, elementos de mobiliario urbano, registros de instalaciones o cualquier otro servicio público.
- g) El lanzamiento de propaganda gráfica en la vía pública.
- h) Toda publicidad que suponga la contaminación lumínica del entorno. A excepción de lo establecido en el artículo 9.2.13. de la Sección quinta " Protección del Paisaje Urbano y Natural" del Título IX del PGOU.
- i) La publicidad ajena en dominio privado, salvo las excepciones contempladas en el Título IV, Capítulo I, artículo 31 de la presente ordenanza.
- j) No se autorizarán en ningún caso, aquellas actividades publicitarias que por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las leyes.
- k) 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.
- l) Los rótulos publicitarios en las azoteas de los edificios. A excepción de lo establecido en el artículo 9.2.13. de la Sección quinta " Protección del Paisaje Urbano y Natural" del Título IX del PGOU.
- m) La publicidad situada en máquinas expendedoras o recreativas que estén situadas fuera de alineación de fachada en los locales autorizados y que no puedan quedar ocultos al cierre del local.



n) La publicidad audiovisual, salvo lo dispuesto en el artículo 28 de esta ordenanza.

2.- Se prohíbe la publicidad en cualquier tipo de vehículo o remolque o sobre cualquier otro elemento u objeto publicitario, en circulación o estacionado, excepto la que se realice en los vehículos destinados al transporte público de viajeros, en los auto-taxis y campaña expresamente autorizada. En aquellos vehículos que pertenezcan a actividades económicas podrá figurar un elemento de identificación, nombre y/o logotipo de la razón social de la empresa o de su titular o de la marca comercial del producto, sin mención de promociones de productos y servicios.

3.- Sin perjuicio de lo dispuesto la normativa específica reguladora de la publicidad aérea, el ejercicio de esta modalidad publicitaria está prohibido en el término municipal de Jerez, en atención a los riesgos que a la seguridad pública puede comportar.

4.- 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.

5.- Se podrá disponer la retirada inmediata de forma cautelar de la publicidad que vulnere los principios establecidos en la ley general de publicidad y en esta ordenanza, con independencia de los procedimientos sancionadores y restantes actuaciones que se tramiten por el órgano competente en materia de publicidad.

### **Artículo 14.- Publicidad excluida.**

No están incluidos en la presente regulación:

- a) Los carteles o rótulos que sobre los bienes propios sirven para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios que a la misma se dediquen, y no tengan finalidad estrictamente publicitaria.
- b) La publicidad electoral, que será autorizada en su caso por la Alcaldía mediante decreto o por la autoridad que se determine previa delegación.
- c) 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.
- d) 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 por 100 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.
- e) Los soportes publicitarios que sean adjudicados por el Ayuntamiento mediante procedimientos públicos.



- f) Los rótulos que se colocan en las obras en curso de ejecución con la finalidad de mostrar la clase de obra de la que se trate, sus ejecutores, materiales empleados, etc.
- g) Las instalaciones publicitarias situadas sobre soportes que puedan considerarse como piezas de mobiliario urbano, tanto si se trata de concesiones municipales como de actuaciones directas del Ayuntamiento.
- h) Las placas indicativas de dependencias públicas, centros de enseñanza, clínicas, dispensarios, farmacias o instituciones benéficas o actividades profesionales colocadas sobre las puertas de acceso o junto a ellas, con una superficie máxima de 0.10 metros cuadrados.
- i) Los 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, traslado, liquidaciones o rebajas y otros similares, a excepción de los que se adosen a los mismos, teniendo estos últimos la condición de rótulos.
- j) Los anuncios que se limiten a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble y razón, así como de un vehículo y razón, colocados en el mismo, con una superficie máxima de 0,5 metros cuadrados.

### **TITULO SEGUNDO.- CARACTERÍSTICAS DE LAS INSTALACIONES PUBLICITARIAS.**

#### **CAPÍTULO I.- CARACTERÍSTICAS GENERALES.**

##### **Artículo 15- Características.**

Las instalaciones publicitarias deberán cumplir, en función de su modalidad, las determinaciones que a continuación se desarrollan. No obstante, en lo no previsto en esta ordenanza se estará a la semejanza con las modalidades descritas y, en cualquier caso, mantenerse el espíritu de la normativa.

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, cuyas características se señalan en esta ordenanza.

De forma generalizada todas las instalaciones publicitarias deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- 1- Los diseños y construcciones de las mismas y de sus diversos elementos deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad, salubridad, calidad y ornato público.
- 2- Ninguna instalación publicitaria podrá presentar salientes o aristas, o cantos vivos que puedan presentar un peligro a los viandantes o circulación rodada.
- 3- Las instalaciones no deberán en ningún caso producir deslumbramientos, fatigas o molestias visuales.
- 4- No podrán inducir a confusión con señales de tráfico.
- 5- No podrán impedir la perfecta visibilidad de las vías dónde se encuentren instaladas.





- 6- La instalación de los soportes se realizará de tal forma que no suponga ni molestias ni, por supuesto, riesgos para el ciudadano, ni daños a la vía pública.
- 7- Corresponderá al autorizado de cualquiera de las instalaciones publicitarias previstas en esta ordenanza, la reparación de todos los daños o perjuicios que pudieran producirse como consecuencia de la actividad publicitaria, corriendo a cargo de éste todos y cada uno de los gastos que pudieran originarse por este motivo.
- 8- Las instalaciones soportadas sobre farolas de la vía pública irán fuertemente ancladas o sujetas de manera que resistan suficientemente las inclemencias meteorológicas. Sólo podrá colocarse un soporte publicitario por farola que será autorizado por orden de solicitud de instalación, no pudiendo la misma farola albergar diferentes modalidades de sistemas publicitarios.
- 9- La autorización municipal para efectuar la publicidad lleva implícita la obligación de limpiar el espacio o zona utilizado como soporte y de retirar, en las 24 horas siguientes a la finalización del plazo de fijación autorizado, los elementos publicitarios y sus correspondientes accesorios, quedando expresamente prohibido desgarrar, arrancar y arrojar a la vía pública los carteles y/o anuncios fijados, cuya retirada se efectuará por las empresas, entidades o particulares anunciantes, sin que, en caso alguno, puedan dejarlos abandonados en la vía pública.

### **CAPÍTULO II.- CARTELERAS" O "VALLAS PUBLICITARIAS.**

#### **Artículo16 -.**

Las vallas publicitarias o carteleras en terrenos de propiedad municipal se adjudicarán mediante procedimientos públicos y las condiciones y características técnicas que se deberán cumplir serán las establecidas en los Pliegos de Condiciones que rijan la correspondiente contratación administrativa.

### **CAPÍTULO III.- BANDEROLAS PUBLICITARIAS.**

#### **Artículo 17.-**

Las banderolas publicitarias podrán ser instaladas en las farolas del alumbrado público que no contenga ningún otro soporte informativo de interés público general así como en mástiles instalados que cuenten con una fijación segura a una base de hormigón.

La instalación de las banderolas publicitarias sobre farolas podrá realizarse a doble cara sobre uno o dos brazos. Para el caso de los mástiles solo será posible instalar un brazo del soporte.

La banderola colocada en farola deberá ser instalada a una altura mínima comprendida entre los 4,5 metros y los 5,00 metros de altura. Para el caso de los mástiles no existe altura mínima ya que normalmente se instalan en la parte superior de los mismos.

Las medidas del soporte para la instalación de banderola en farola no deberán superar unas medidas máximas de 1,50 metros de largo, por 0,90 metros de ancho.

La empresa instaladora de las banderolas o mástiles estará obligada a la conservación de las mismas y al cumplimiento de las normas sobre este tipo de instalaciones.



#### **CAPÍTULO IV.- CARTELES SEÑALIZADORES DE ESTABLECIMIENTOS.**

##### **Artículo 18.-**

Se trata de carteles cuya función es determinar la dirección de un establecimiento comercial. En el mensaje publicitario se incluye el logo o marca de la empresa acompañado de una flecha que marca la dirección del negocio que se publicita.

Los materiales utilizados para su elaboración deberán ser resistentes a las inclemencias meteorológicas.

Estos soportes van anclados a las farolas de la vía pública a una distancia de entre 4,5 y 5,00 metros sobre el suelo.

El cartel señalizador de establecimiento tendrá unas medidas máximas de 1,20 por 0,90 metros.

#### **CAPÍTULO V- FLECHAS PUBLICITARIAS INDICATIVAS.**

##### **Artículo 19.-**

La función de este soporte es la misma que la prevista para los carteles señalizadores de establecimientos, pero éstos irán anclados 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.

Se contemplarán **dos** modalidades de este soporte.

El destinado para la señalización de establecimientos ubicados en la periferia del término municipal de la ciudad que tendrán las siguientes características:

- Serán soportes en forma de flecha realizada en chapa galvanizada con una dimensión máxima de 1 metro de largo, por 0,50 metros de ancho.
- 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.

Las flechas indicativas dentro del casco urbano tendrán la misma función, pero su diseño y características serán las que siguen a continuación:

- Serán soportes en forma de rectángulo con una dimensión entre 1,5 y 1,6 metros de largo por 0,3 metros de ancho. La serigrafía de los textos y logos tendrá una garantía de 5 años.
- Irá anclada en el suelo mediante un poste de 2,40 metros de altura mínima, en color negro.





Al ser un soporte con características técnicas especiales, de forma previa a su instalación, el solicitante deberá obtener la correspondiente licencia aportando para ello la documentación detallada en el artículo 34.2 de esta ordenanza.

### **CAPÍTULO VI.- CARTELES PUBLICITARIOS SOBRE FAROLAS.**

#### **Artículo 20.-**

Los carteles irán apoyados sobre el suelo y anclados a la farola mediante agarraderas de plástico o metal de forma que queden lo suficientemente sujetos.

Las medidas máximas de estos carteles serán de 2 metros de alto, por 1 metro de ancho.

Estos carteles no podrán colocarse en farolas que tengan ya instalados o banderolas publicitarias o carteles señalizadores de establecimientos.

### **CAPÍTULO VII.- ANUNCIOS LUMINOSOS DE FARMACIAS.**

#### **Artículo 21.-**

Las dimensiones del poste señalizador serán de 3 metros de alto más la propia cruz señalizadora que no superará las medidas de 0,90 por 0,90 metros, por lo que la altura total de la estructura no superará los 3,90 metros.

El soporte deberá ser colocado de modo que el extremo de la cruz señalizadora quede a 0,50 metros del bordillo de la acera en la que se instale.

Como paso previo a la concesión de la licencia de ocupación de suelo, se solicitará un informe al área de movilidad para que se pronuncie sobre la idoneidad de la colocación del soporte en el lugar solicitado. Dicho informe deberá ser favorable.

Al ser un soporte con características técnicas especiales, de forma previa a su instalación, el solicitante deberá obtener la correspondiente licencia aportando para ello la documentación detallada en el artículo 34.2 de esta ordenanza.

Una vez finalizada la instalación deberá presentar el correspondiente certificado final de obra, debidamente visado.

### **CAPÍTULO VIII.- MONOPOSTE.**

#### **Artículo 22.-**

Los soportes publicitarios de gran formato o monoposte instalados en terrenos de propiedad municipal se adjudicarán mediante procedimientos públicos y las condiciones y características técnicas que se deberán cumplir serán las establecidas en los Pliegos que rijan la correspondiente contratación administrativa.

### **CAPÍTULO IX.- REMOLQUES Y OBJETOS PUBLICITARIOS.**

#### **Artículo 23.-**

Tanto los remolques estáticos como los que están en circulación enganchados a un vehículo motor, así como los objetos publicitarios que se colocan en la vía pública, con



la finalidad de exhibir mensajes publicitarios están prohibidos en el ámbito de esta ordenanza.

### **CAPÍTULO X.- LONAS PUBLICITARIAS SOBRE FACHADAS**

#### **Artículo 24.-**

Con el objetivo de integración en el paisaje urbano edificado y en relación con el artículo 4.7.13 del Plan General de Ordenación Urbanística (PGOU), durante el desarrollo de obras podrá admitirse la instalación provisional de lonas que reflejen fielmente la fachada del edificio que se rehabilita o el proyectado, pudiendo integrarse la firma o logotipo de la empresa patrocinadora con un máximo del 10% de la superficie total de la fachada.

La autorización de su instalación quedará condicionada al efectivo cumplimiento de los plazos de las correspondientes licencias de obra y ocupación de la vía pública, así como al cumplimiento de las condiciones de seguridad, salubridad y ornato establecidas en el PGOU.

Las lonas serán de un material adecuado y estético, cubrirán la totalidad de la superficie del andamio o fachada sin exceder sus dimensiones, no sobresaldrán más allá del plano del andamiaje, y quedarán fijadas al soporte de manera que la instalación sea segura.

El Ayuntamiento de Jerez podrá requerir su instalación en situaciones de especial impacto paisajístico en el Conjunto Histórico-Artístico, para garantizar un correcto tratamiento estético de andamios, vallas y demás elementos relacionados con la obra.

### **CAPÍTULO XI.- OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA PARA REPARTO DE PUBLICIDAD.**

#### **Artículo 25.-**

Todo el material publicitario que se distribuya, sea cuales fueran sus características, ha de llevar en lugar visible la identificación de la empresa distribuidora, que contendrá como mínimo el nombre de la empresa, el número de identificación fiscal, la dirección y el teléfono. Esta obligación se extiende a las empresas anunciantes en el caso de que sean ellas mismas las distribuidoras.

Igualmente, tendrán que incluir un mensaje dirigido al receptor en el que se le advierte de la prohibición de arrojarlos a la vía pública.

La colocación de octavillas y similares en los vehículos estacionados en la vía pública deberá realizarse con la debida diligencia para no dañar el vehículo. Así mismo no podrá colocarse más de una octavilla o similar en un mismo vehículo, por lo que si ya ha sido publicitado no podrá colocarse más publicidad o desechar la que ya está colocada. Si la colocación de octavillas publicitarias y similares en los vehículos estacionados en la vía pública supusiera cualquier daño o deterioro del vehículo, la empresa publicitaria o el anunciante, en su caso, serán responsables del perjuicio ocasionado, corriendo a su cargo los gastos que supongan la reparación del vehículo.



De la sujeción de la vía pública como consecuencia del reparto masivo de octavillas y materiales similares desde vehículos en marcha y/o establecimientos hacia el exterior, serán responsables solidarios, tanto la entidad anunciante como la encargada de su reparto y distribución.

### **CAPÍTULO XII.- OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA CON STANDS PUBLICITARIOS.**

#### **Artículo 26.-**

La ocupación de la vía pública con stands publicitarios requiere la previa autorización municipal por parte del Ayuntamiento.

Para la obtención de la solicitud de licencia de ocupación de la vía pública el solicitante deberá aportar memoria descriptiva de la actividad indicando tipología del stand publicitario, características, superficie ocupada, fecha y horario de la exposición, lugar previsto, copia y recibo del abono de la póliza del seguro de responsabilidad civil en el que queden garantizados los posibles daños ocasionados a personas asistentes y en la vía pública durante el periodo de ocupación solicitado.

El plano con la ubicación exacta se adjuntará con la autorización para la ocupación indicándole la situación concreta.

En caso de instalar carpas u otras estructuras portátiles desmontables que tengan la consideración de edificación de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 2.2 de la Ley 38/1999, de 5 de noviembre, de Ordenación de la Edificación, deberán solicitar además licencia de instalación adjuntando proyecto técnico visado de la instalación. Se condicionará la licencia de instalación a que una vez instalado aporte certificado técnico de su correcta instalación de acuerdo al proyecto aprobado.

### **CAPITULO XIII.- PUBLICIDAD AÉREA.**

#### **Artículo 27.-**

Se entenderán incluidos en este concepto los mensajes publicitarios que se sitúen o difundan desde aparatos o artefactos auto sustentados en el aire, fijos (como globos aerostáticos) o móviles (como globos dirigibles o aviones). El ejercicio de esta publicidad está prohibido.

### **CAPÍTULO XIV.- PUBLICIDAD AUDIOVISUAL.**

#### **Artículo 28.-**

Los soportes publicitarios audiovisuales o pantallas luminosas instalados en terrenos de titularidad municipal se adjudicarán mediante procedimientos públicos y las condiciones y características técnicas que deberán cumplir serán las establecidas en la correspondiente contratación administrativa. El ejercicio de esta publicidad está prohibido, salvo la descrita anteriormente.

## **TITULO TERCERO.- CARACTERÍSTICAS DE LOS SOLICITANTES.**

### **CAPÍTULO I.- CARACTERÍSTICAS GENERALES.**

#### **Artículo 29.-**



La actividad publicitaria podrá realizarse de dos formas:

1. Las personas físicas o jurídicas que no tengan el carácter de empresa publicitaria que únicamente podrán solicitar autorización para hacer publicidad de sus propias actividades. Se les requerirá lo siguiente:
  - a) Deberá aportar la referencia a la Licencia de Apertura en vigor en caso de que el negocio para el que solicita el soporte publicitario esté abierto al público.
  - b) En el resto de los casos acreditará la autorización para la realización de su actividad.
  - c) Para la realización de la actividad publicitaria deberá estar al corriente de pago con el Ayuntamiento en liquidaciones de tasas relacionadas con esta Ordenanza.
2. A través de agencias o empresas publicitarias. Éstas deberán aportar la siguiente documentación:
  - a) Fotocopia de la Resolución que asigna a la empresa en número correspondiente a su afiliación patronal al Régimen General de la Seguridad Social.
  - b) Certificación del Registro de la Propiedad Industrial relativa a la inscripción del nombre comercial, marca y rótulo si existiera.
  - c) Para la realización de cualquier actividad publicitaria deberá estar al corriente de pago con el Ayuntamiento en liquidaciones de tasas relacionadas con esta ordenanza.

### **TÍTULO CUARTO.- CONDICIONES DE LOS EMPLAZAMIENTOS.**

#### **CAPÍTULO I.- ZONAS Y DELIMITACIONES DE EMPLAZAMIENTO.**

##### **Artículo 30.- Zonas de emplazamiento.**

A los efectos de delimitar los lugares permitidos para la realización de actividades publicitarias se establece la siguiente clasificación tipológica del territorio municipal:

**Zona 1.** Recinto histórico artístico.

**Zona 2.** Resto del suelo del término municipal

**Zona 3.** Suelo de titularidad privada

##### **Artículo 31.- Delimitaciones de las zonas de emplazamiento.**

###### **Zona 1. Recinto histórico artístico**

Según lo establecido en el Art.10.3.13. "Publicidad y rotulación de locales" del texto refundido del Plan general de Ordenación Urbanística de Jerez en su punto 1 de forma general, "se prohíbe la manifestación de toda actividad publicitaria en al ámbito del Conjunto Histórico- Artístico".

De forma excepcional, el Ayuntamiento podrá autorizar la colocación de banderolas en aquellos lugares del conjunto histórico artístico que se señalen durante la celebración de fiestas populares, actos institucionales y acontecimientos de interés del ciudadano. La publicidad que se inserte en dichas banderolas sólo podrá ocupar el 50% del tamaño máximo de las mismas.



### **Zona 2. Resto del suelo del término municipal.**

En el resto del suelo municipal se permitirá la instalación de soportes de publicidad exterior en la vía pública con las características y en las condiciones establecidas en el presente ordenanza y previa concesión de la licencia pertinente.

**Zona 3. Suelo de titularidad privada.** Excepcionalmente, en suelo de titularidad privada se permitirán los soportes o actividades publicitarias que siguen a continuación.

#### **a) Carteleras publicitarias de 8 x 3 en suelo privado.**

Este tipo de soportes sólo se permitirá en zona de actividades económicas para publicitar la propia actividad, y en los espacios no edificados de interior de manzana, fuera de la línea de retranqueos de la edificación, o en la fachada de los edificios estando sujetos a previa licencia urbanística de instalación.

Las unidades de carteleras tendrán unas dimensiones de 8 metros en horizontal y 3 metros en vertical de superficie máxima para publicidad. El fondo será, en todo caso, inferior a los 0,30 metros.

- La altura máxima desde la rasante, hasta el elemento más elevado de la valla no sobrepasará los 6,50 metros de altura.
- Asimismo, ningún elemento de las vallas, excluyendo los elementos de sustentación, estará colocado a menos de 2 metros de altura desde el pavimento o terreno natural.
- Materiales: Serán de gran resistencia y solidez en aspectos tales como la resistencia al impacto, a la corrosión y a la gradiente térmica con la finalidad de que durante el periodo de vigencia de la licencia no presenten síntomas de envejecimiento, pérdidas de color, etc.
- Cimentación: La cimentación deberá realizarse bajo solado existente, previo replanteo de la ubicación. Preferiblemente se ejecutará de hormigón armado, de características de resistencia.
- Se tendrá cuidado con las redes y servicios que discurren enterradas. Teniendo que localizarlas y repararlas en caso de daños el propietario del soporte, siendo a su cargo la responsabilidad civil que emanara de un corte de cualquier servicio preexistente.
- Pies: Serán preferiblemente de fundición o aluminio lacado en color o poliéster reforzado con fibra de vidrio, de manera que se garanticen su resistencia y durabilidad y teniendo en cuenta el impacto estético que el elemento origine en su entorno.
- Paramentos: Soportado sobre estructura de características similares a las definidas para los pies. Los paramentos podrán ser de materiales plásticos, metálicos u otros de solidez contrastada.



- En cada cartelera deberá constar, en sitio bien visible el número que le asigne en la licencia correspondiente y la fecha de otorgamiento de ésta, así como la identificación de la empresa propietaria de la misma.
- La empresa propietaria de las carteleras estará obligada a la conservación de las mismas, al cumplimiento de las normas sobre este tipo de instalaciones y a suscribir una póliza de seguros que cubra los daños que puedan derivarse de su colocación y explotación, de los que, en su caso, serán responsables.

**b) Soportes publicitarios de Gran Formato o Monopostes en suelo privado (para publicitar la propia actividad)**

Este tipo de soportes sólo se permitirá en zona de actividades económicas, y en los espacios no edificados de interior de manzana, estando sujetos a previa licencia urbanística de instalación.

### **TÍTULO QUINTO. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD.**

#### **CAPÍTULO I.- RÉGIMEN JURÍDICO.**

##### **Artículo 32.- Régimen Jurídico.**

El régimen jurídico aplicable se regirá por los principios que establece la Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, el Reglamento del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, la normativa urbanística, la legislación especial y demás disposiciones normativas que sean de aplicación.

##### **Artículo 33.- Actos sujetos a licencia.**

Estarán sujetas a previa licencia municipal, sin perjuicio de las autorizaciones que fuere procedente obtener con arreglo a otras legislaciones específicas sectoriales aplicables y de acuerdo al procedimiento ordinario, toda actividad o instalación publicitaria perceptible desde la vía pública de los elementos publicitarios descritos en la presente ordenanza.

Las licencias que se otorguen quedarán sujetas durante toda su vigencia a una relación permanente con la administración municipal, la cual podrá exigir en cada momento la adopción de las medidas pertinentes en defensa del interés público o la imposición de modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben, dejando siempre a salvo los derechos de propiedad concurrentes sobre los respectivos emplazamientos y sin perjuicio a terceros.

Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad y ornato público, pudiendo ordenarse por el ayuntamiento la ejecución de las medidas necesarias para conservar las condiciones mencionadas.

#### **CAPÍTULO II.- DEL PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA.**

##### **Artículo 34.- Tramitación.**





Para la tramitación del expediente de solicitud de licencia a que se refiere esta ordenanza será preceptiva la presentación por cualquiera de los medios expresados en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común de la documentación que a continuación se especifica.

1. Instancia según modelo oficial, debidamente suscrita y cumplimentada por el solicitante, si es persona física, o representante con poder bastante acreditado, si es persona jurídica, adjuntándose a la misma los documentos requeridos según la modalidad de instalación, que de forma general serán los siguientes:
  - a) En su caso, documentación referida en el artículo 9 de esta Ordenanza.
  - b) Descripción de la actividad publicitaria y del soporte a instalar, debiendo incorporar un plano de situación de dicho soporte, las medidas del mismo y de su ocupación y un fotomontaje o dibujo del diseño a instalar.
  - c) Fotografías, preferentemente a color, del soporte publicitario a instalar o diseño de la creatividad.
  - d) Copia del documento identificativo del solicitante o representante de la entidad.
  - e) En su caso, copia de la tarjeta del Código de Identificación Fiscal de la entidad solicitante.
  - f) En su caso, copia acreditativa del pago del último recibo y copia de la póliza del seguro de responsabilidad civil que cubra los daños que pudieran derivarse de la instalación y explotación de la instalación o actividad publicitaria.
  - g) Si una instalación publicitaria constara de más de una modalidad, se presentará una única solicitud del conjunto, englobando y unificando todos los documentos que se precisen por sus distintas modalidades.
2. Las solicitudes de autorización de las actividades publicitarias descritas a continuación deberán presentar la documentación general descrita en el apartado anterior y además acompañarla de la específica que a continuación se describe:
  - I. Stands Publicitarios: En caso de que la instalación sea de carpas u otras estructuras portátiles desmontables que tengan la consideración de edificación según el artículo 2.2 de la Ley 38/1999, de 5 de noviembre, de Ordenación de la Edificación, además se deberá adjuntar proyecto técnico visado de la instalación y copia y recibo del abono de la póliza del seguro anteriormente descrito. La licencia de instalación se condicionará a que una vez instalado aporte certificado técnico de su correcta instalación de acuerdo al proyecto aprobado.
  - II. Soportes publicitarios de Gran Formato o Monopostes en suelo privado (para publicar la propia actividad) y Carteleras publicitarias de 8 x 3 en suelo privado: Se deberá solicitar licencia de instalación adjuntando Proyecto Técnico visado, con estudio de ordenación cuando se implanten en las fachadas. La concesión de la licencia de instalación se condicionará a que una vez instalada la publicidad soliciten la correspondiente licencia de utilización aportando certificado final de obra de su correcta instalación de acuerdo al proyecto aprobado.
  - III. Fechas Publicitarias Indicativas y Anuncios luminosos de farmacias: el solicitante deberá obtener los correspondientes permisos y licencias de obra





menor, debiendo abonar la correspondiente tasa por la tramitación de licencia de obra menor, la tasa por utilización del servicio de obras de calas en la vía pública y el impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras. Así mismo deberán presentar, copia de autorización de ocupación de la vía pública tramitada por la delegación competente o referencia del expediente, proyecto de instalación firmado por técnico competente y visado que justifique el cumplimiento de la normativa que sea de aplicación y las condiciones recogidas en la autorización de ocupación, debiendo incluir valoración del desmontaje y reposición del acerado a su estado inicial, a efectos del cálculo de la garantía a presentar, hoja de encargo de la Dirección Facultativa, garantía de instalación y licencia de canalización subterránea, en caso de requerir acometida eléctrica.

- IV. Lonas publicitarias: Para su autorización deberá presentarse un presupuesto detallado y memoria técnica que incluya las características y materiales de la lona, plano a color de la propuesta, así como detalle de los anclajes que garanticen la seguridad de la instalación. Una vez concedida la autorización, y con posterioridad a su montaje, deberá presentarse certificado de su correcta instalación.

### **CAPÍTULO III.- VIGENCIA DE LAS LICENCIAS.**

#### **Artículo 35.- Plazo**

Las licencias sujetas a esta ordenanza, tendrán el plazo de vigencia que se marque en su otorgamiento, prorrogable en supuestos de ampliación de la actividad a la que sirven.

#### **Artículo 36.- Plazo de ejecución.**

La instalación del anuncio deberá ejecutarse en el plazo máximo de tres meses desde la concesión de licencia, transcurridos los cuales sin ejecutarse ésta, procederá la caducidad de la licencia.

#### **Artículo 37.- Retirada de la instalación.**

Transcurrido el periodo de vigencia de la licencia, a contar desde la fecha del acuerdo de otorgamiento, sin que medie la prórroga de la misma, quedará sin efecto, debiendo el titular retirar la instalación a su costa dejando el lugar donde se ha instalado la publicidad en el mismo estado en el que se encontraba. En caso de que la publicidad no sea retirada, o no se dejare el lugar de publicación en perfecto estado, el Ayuntamiento podrá hacerlo a costa del titular de la licencia, sin perjuicio del inicio del expediente sancionador correspondiente.

### **CAPÍTULO IV.- PRÓRROGA DE LAS LICENCIAS.**

#### **Artículo 38.- Prórroga de licencias.**

Las licencias concedidas al amparo de lo dispuesto en la presente ordenanza podrán ser prorrogadas por el Ayuntamiento a solicitud del titular. Esta solicitud de prórroga deberá formularse en un plazo no inferior a un mes previo al vencimiento de la licencia concedida.



La prórroga se otorgará siempre que no varíen las condiciones existentes al tiempo de su otorgamiento inicial y su vigencia será la misma que la de la licencia que le precede, a contar desde la fecha de finalización de la vigencia anterior.

Junto con la solicitud se deberá de aportar la siguiente documentación:

1. Para la prórroga de cualquier instalación en la cual le haya sido requerida documentación técnica, deberá aportarse proyecto o documento técnico, en el que se acredite que la instalación publicitaria se ajusta a la licencia otorgada y se certifique la solidez y estabilidad del conjunto, así como el cumplimiento de las condiciones estéticas previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.
2. En todas las modalidades se precisarán fotografías actuales preferentemente a color y con tamaño 15 x 20 cm., de frente y de perfil, en las cuales se aprecie con claridad el estado del «espacio de la instalación» y de la propia instalación publicitaria.
3. Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para la concesión de la licencia en su caso.
4. En el supuesto de las modalidades que precisen licencia de instalación, copia de la licencia de concedida y certificado final de obra, en su caso.

La documentación solicitada que ya obre en poder del Ayuntamiento, siempre y cuando no se haya visto modificada, no tendrá que ser aportada de nuevo por el solicitante. En este caso, bastará con la presentación de una declaración responsable del titular en la que se disponga que la documentación no se ha visto sometida a ningún cambio, que está presentada y/o que la instalación guarda plena identidad con la anterior autorizada.

La prórroga se entenderá automáticamente concedida transcurrido el plazo de tres meses desde la solicitud de la misma, salvo que se hubiera requerido la subsanación de deficiencias y éstas no hayan sido resueltas antes de finalizar el plazo de vigencia. En caso de no ser presentados los documentos necesarios para la prórroga y/o subsanadas las deficiencias en el plazo señalado, la licencia quedará automáticamente sin vigencia.

### **CAPITULO V.- TRANSMISIBILIDAD DE LAS LICENCIAS.**

#### **Artículo 39.- Transmisibilidad de las licencias.**

Las licencias serán transmisibles a terceros siempre que dicha transmisión fuere autorizada por el Ayuntamiento a petición por escrito del titular transmitente, salvo que en su otorgamiento se disponga la no transmisibilidad.

El antiguo y el nuevo titular deberán comunicarlo por escrito al Ayuntamiento adjuntando la documentación que se le exija al respecto, sin lo cual quedarán ambos sujetos a las responsabilidades correspondientes.

### **TÍTULO SEXTO.- MEDIDAS DISCIPLINARIAS.**

#### **CAPITULO I.- INFRACCIONES.**

#### **Artículo 40.- Definición.**



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.

Cuando la actividad publicitaria se realice sin licencia urbanística publicitaria, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, le será de aplicación lo dispuesto en el Sección I, del Capítulo I del Título VII de la **Ley 7/2002, de 17 de diciembre, de Ordenación Urbanística de Andalucía**, sin perjuicio de que en los preceptos de esta ordenanza se realice una identificación más concreta de la conducta infractora prevista en dicha ley y una determinación más precisa de las sanciones, introduciendo las correspondientes especificaciones y graduaciones.

Cuando la actividad publicitaria utilice el dominio público local sin la previa autorización administrativa se aplicará el régimen sancionador contemplado en el Reglamento del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, aprobado por Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto. Si la actividad realizada afectase a un ámbito o bien declarado de interés cultural o protegido se aplicará lo dispuesto en la normativa reguladora del Patrimonio Histórico-Artístico.

Cuando la actividad publicitaria vulnere lo dispuesto en la normativa relativa a parques y jardines, a movilidad, a limpieza viaria y a contaminación medioambiental se le aplicará el régimen sancionador previsto en aquellas y, en su defecto, se estará a lo dispuesto en la presente ordenanza.

A la ejecución de acciones publicitarias sin la obtención de la previa autorización de actuación de publicidad exterior le será de aplicación el régimen sancionador establecido en esta ordenanza.

## **CAPÍTULO II.- SANCIONES.**

### **Artículo 41.- 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 7/2002, de 17 de diciembre, de Ordenación Urbanística de Andalucía**.
- 3.- Las infracciones derivadas del incumplimiento en materia de la presente ordenanza se sancionarán, de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 18/2006, de 24 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales de Andalucía, con las siguientes multas:

- a) Infracciones leves: de 60,10 euros a 3.005,06 euros.
- b) Infracciones graves: de 3.005,07 euros hasta 15.025,30 euros.
- c) Infracciones muy graves: de 15.025,31 euros hasta 30.050,61 euros.

### **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.

Se entenderá que concurren circunstancias de urgencia siempre que puedan producirse daños de carácter irreparable en los bienes.

### **Artículo 43.- Multas coercitivas.**

1.- Si los infractores no procedieran al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente ordenanza, sin perjuicio de la sanción que se pudiera imponer, el órgano competente podrá acordar la imposición de multas coercitivas con arreglo al artículo 99 de la Ley 30/92, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, una vez transcurridos los plazos establecidos en el requerimiento correspondiente.

La cuantía de cada una de las multas no superará un tercio de la multa fijada por infracción cometida, con límite máximo de tres mil euros (3.000 euros).

2.- En el supuesto de que no se lleven a cabo las obligaciones establecidas en la presente ordenanza, podrá procederse a la ejecución subsidiaria por cuenta del infractor y a su costa.

### **Artículo 44.- Responsabilidad penal.**

1.- Cuando los hechos a que se refieren los artículos anteriores puedan ser constitutivos de delito o falta, el Ayuntamiento deberá ejercitar la acción oportuna o poner los hechos en conocimiento de la autoridad judicial competente o del Ministerio Fiscal cuando exista identidad de sujeto, hecho y fundamento entre la presunta infracción administrativa y la penal. La Entidad Local dejará en suspenso la tramitación del procedimiento administrativo hasta que se dicte sentencia firme o se sobresean las actuaciones, sin perjuicio de las medidas cautelares urgentes previstas por la ley.

## **CAPÍTULO III.- TIPOS DE INFRACCIONES.**

### **Artículo 45.- Infracciones leves.**

Se consideran 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 deterioro o menoscabo grave al entorno y paisaje urbano.
- 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 colocación de anuncios individuales de venta y alquiler de pisos y locales incumpliendo las condiciones establecidas.
- e) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.

### **Artículo 46.- Infracciones graves.**

Se consideran infracciones graves:

- a) La realización de actividades publicitarias sin contar con las autorizaciones o licencias preceptivas o contraviniendo las condiciones de las otorgadas, cuando no se consideren como infracciones muy graves.



- b) La falta de mantenimiento de las instalaciones publicitarias en los términos establecidos en la ordenanza cuyo deterioro y falta de ornato suponga un menoscabo del entorno y del paisaje urbano.
- c) 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. Existe una vinculación entre la realización de un acto lesivo para las especies vegetales y arbóreas y los soportes publicitarios cuando por su crecimiento y porte afectan o dificultan la visualización de los soportes publicitarios y del resultado del acto lesivo queda expedita la visualización de toda la superficie publicitaria instalada.
- d) La falta de desmontaje y total retirada de los elementos de las instalaciones publicitarias y sin dejar el lugar de la instalación publicitaria en el mismo estado en el que se encontraba una vez que la licencia ha perdido su eficacia.
- e) La realización de cualquier clase de acción publicitaria, sin la correspondiente autorización especial o de actuación de publicidad exterior o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma.
- f) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando cause molestias a los ciudadanos que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos o impidan el normal funcionamiento de los servicios públicos.
- g) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando cause daños en los espacios públicos, en sus instalaciones y elementos o en los equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.
- h) La ocultación, manipulación o falsedad de los datos o documentación aportados para la obtención de la correspondiente autorización.
- i) La falta del seguro obligatorio de responsabilidad civil establecido en la presente ordenanza.
- j) El incumplimiento reiterado de los requerimientos formulados por el Ayuntamiento en relación con el ejercicio de la actividad publicitaria o con las condiciones de la instalación.
- k) La negativa a facilitar los datos al Ayuntamiento o a los agentes del Cuerpo de la Policía Municipal que sean requeridos por éstos, así como la obstaculización de la labor inspectora.
- l) En su caso, la falta de identificación de los soportes publicitarios.
- m) La utilización de cualquier clase de vehículo, bicicleta, remolque u otro objeto, como medio publicitario para la transmisión de un mensaje bien sea en circulación o estacionado.

### **Artículo 47.- Infracciones muy graves.**

Se considerarán infracciones muy graves:

- a) La instalación de soportes publicitarios, sin la correspondiente licencia o autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma y sean consideradas como infracciones muy graves.
- b) La instalación de soportes publicitarios o de identificación sin la correspondiente licencia urbanística o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, sin respetar las distancias establecidas.
- c) La instalación de soportes con una superficie publicitaria igual o superior al doble de la permitida en la correspondiente licencia publicitaria.
- d) La colocación de publicidad que produzca daños muy graves o deterioro a un ámbito o bien declarado de interés cultural, ambiental o protegido.





- e) El ejercicio de la actividad publicitaria que produzca una alteración muy grave del paisaje urbano mediante: la tala de árboles sin autorización, la modificación irreversible o la alteración de elementos naturales o arquitectónicos.
- f) La segregación de los emplazamientos a efectos de su explotación publicitaria.
- g) La realización de cualquier clase de acción publicitaria, sin la correspondiente autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, que impida a los ciudadanos, que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos, su utilización.
- h) La realización de cualquier clase de acción publicitaria que impida o suponga una grave y relevante obstrucción del normal funcionamiento de los servicios públicos.
- i) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.
- j) La realización de cualquier clase de acción 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 48.- Graduación.**

Para la graduación de la cuantía de las sanciones se atenderá a:

- a) La cuantía del daño causado.
- b) El beneficio que haya obtenido el infractor.
- c) La existencia o no de intencionalidad.
- d) La reincidencia por comisión en el plazo de un año de una o más infracciones de la misma naturaleza, cuando hayan sido declaradas por resoluciones firmes.

Cuando la cuantía de la sanción resulte inferior al beneficio obtenido por el infractor, la sanción será aumentada hasta el importe en que se haya beneficiado, con el límite máximo previsto en el artículo 166 del Reglamento de Bienes de las Entidades Locales de Andalucía.

### **Artículo 49.- Responsables.**

De las infracciones a la presente ordenanza serán responsables:

- a) En primer lugar, la empresa publicitaria o en su caso la persona física o jurídica que hubiera dispuesto la colocación del anuncio sin previa licencia o autorización o con infracción de las condiciones impuestas en las mismas o de los preceptos de la presente ordenanza.
- b) Subsidiariamente el propietario del inmueble o concesionario de la instalación donde hayan colocado dichos anuncios.
- c) En general, cualesquiera personas físicas o jurídicas responsables del motivo o contenido que figure en los anuncios o carteles, o de las emisiones orales y/o a través de aparatos de megafonía.

Se considerará circunstancia atenuante de la responsabilidad de los autores de una infracción el haber procedido el responsable a la legalización, rectificación correspondiente y/o en su caso a la retirada de la instalación publicitaria antes de la iniciación de la actuación sancionadora.

Se considerarán circunstancias agravantes de la responsabilidad de los autores de una infracción:



1. El haber alterado los supuestos de hecho que presuntamente legitimasen la actuación o mediante falsificación de los documentos en que se acreditase el fundamento legal para la obtención de la licencia.
2. La reiteración y la reincidencia.
3. Si como consecuencia de la instalación resultasen daños o perjuicios a otros particulares.

Son circunstancias que, según cada caso, pueden atenuar o agravar la responsabilidad:

1. La gravedad de la materia, a la vista de la regulación contemplada la presente ordenanza.
2. El mayor o menor conocimiento técnico de los pormenores de la actuación de acuerdo con la profesión o actividad habitual del responsable.
3. El mayor o menor beneficio obtenido de la infracción o, en su caso, el haberla realizado sin consideración ninguna al posible beneficio económico que de la misma se derivare.

### **CAPÍTULO IV.- PÉRDIDA DE EFICACIA, REVOCACIÓN Y NULIDAD DE LA LICENCIA**

#### **Artículo 50.-**

1. Las licencias quedarán sin efecto si se incumplieren las condiciones a que estuvieren subordinadas o hubiera transcurrido la vigencia de la licencia.
2. Procederá la revocación de las licencias:
  - a) Cuando desaparecieran las circunstancias que motivaron su otorgamiento.
  - b) Cuando sobrevinieran otras que, de haber existido a la sazón, habrían justificado la denegación.
  - c) Cuando se adoptaren nuevos criterios de apreciación.
3. Podrán ser anuladas las licencias cuando resultaren otorgadas erróneamente.

En los supuestos 2.c) y 3) procederá la petición de indemnización a la vista del régimen previsto en el Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.

### **CAPITULO V.- PROTECCION DE LA LEGALIDAD.**

#### **Artículo 51.-**

1. Cuando algunas de las instalaciones publicitarias descritas en la presente ordenanza se realizasen sin licencia o en contra de sus determinaciones y fuesen legalizables conforme a la presente ordenanza, el interesado deberá solicitar licencia o ajustar la instalación a la ya concedida en el plazo de un mes, una vez requerido al efecto por esta Administración.

En defecto de solicitud de licencia o cuando ésta no pueda concederse por disconformidad con la ordenación vigente, se procederá a impedir definitivamente dicha actividad, ordenando la retirada de las instalaciones conforme a lo dispuesto en esta ordenanza y en la normativa vigente.





2. Cuando las instalaciones publicitarias sean no legalizables conforme a la presente ordenanza, se procederá igualmente a impedir con carácter definitivo dicha actividad, previa audiencia a los interesados, conforme a la normativa de procedimiento vigente.

### **Artículo 52.-**

Las órdenes de retirada de cualquier instalación publicitaria tendrán que ser cumplidas por los responsables en el plazo fijado en la resolución adoptada.

## **CAPITULO VI.- ACCION SUSTITUTORIA**

### **Artículo 53.- Ejecución.**

Ordenada la retirada de las instalaciones publicitarias, en caso de incumplimiento por su responsable en el plazo indicado, el Ayuntamiento podrá ejecutar la retirada subsidiaria de las afectadas. En la retirada se realizará diligencia haciendo constar nombre y apellidos del propietario o titular, D.N.I. y/o razón social si se trata de una empresa, domicilio de éste/a, calle y número donde se ha practicado la retirada y tipo de elemento retirado, facilitando una copia al interesado siempre que éste esté presente en la ejecución subsidiaria.

### **Artículo 54.-**

Realizada la ejecución o reposición subsidiaria, se concederá a los titulares de los elementos un plazo de diez días para que presenten escrito en el que manifiesten su voluntad expresa de hacerse cargo de los elementos retirados, mediante su recogida de los almacenes municipales en el día y hora que se fije. Apercibiéndoles de que si transcurre el plazo referido y no se manifiesta dicha voluntad de forma expresa, se entenderá que por el interesado se renuncia a la recuperación de dichos elementos, facultando al Ayuntamiento a disponer de los mismos para su traslado a vertedero autorizado o para su reciclaje.

### **Artículo 55.-**

Las instalaciones publicitarias sin licencia sobre suelo público, de carácter demanial o patrimonial, no necesitarán requerimiento previo y serán retiradas por los servicios municipales, con repercusión de los gastos al interesado.

### **Artículo 56.-**

La acción sustitutoria por parte de la Administración, conllevará la repercusión de los gastos por ejecución y almacenaje al responsable de las instalaciones publicitarias.

### **Artículo 57.-**

Los elementos retirados y trasladados a los almacenes municipales por carecer de licencia o exceder del tiempo autorizado devengarán una tasa de almacenaje de acuerdo a lo establecido en la Ordenanza Reguladora de la Tasa por Fijación de Anuncios y Publicidad en el dominio público local que deberá abonar el titular de la licencia o responsable de la acción publicitaria.

Los gastos que ocasione la recogida de los elementos por su titular serán por cuenta de éste.



### **DISPOSICIÓN TRANSITORIA.**

El plazo fijado para la adaptación de las actuales instalaciones publicitarias a las prescripciones de la presente ordenanza es de 6 meses para los que tienen licencia vigente. En cualquier caso, la adaptación será obligada con ocasión de la caducidad de la licencia o de su prórroga.

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 6 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 DEROGATORIA**

Queda derogada la "Ordenanza Municipal Reguladora de la Publicidad Exterior mediante Cartelera", y cuantas disposiciones se opongan a lo establecido en la presente ordenanza.

### **DISPOSICION FINAL**

Esta ordenanza entrará en vigor transcurrido un mes desde su publicación íntegra en el «Boletín Oficial» de la provincia de Cádiz.

**3º.-** Publicar este acuerdo en el Boletín Oficial de la Provincia de Cádiz.

**4º.-** Exponer el texto de la Ordenanza a información pública por un plazo de treinta días desde la fecha de su publicación en el BOP.

**5º.-** Dar traslado del presente acuerdo a los alegadores para su conocimiento y efectos”.