

**ORDENANZA  
REGULADORA  
DE INSTALACIONES  
PUBLICITARIAS**

Aprobación definitiva: Pleno: 25 de julio de 2008  
BOP nº 157, de 18 de agosto de 2008

## INDICE

*Artículo 1. Objeto y ámbito.*

*Artículo 2. Definiciones.*

*Artículo 3. Características de las carteleras.*

*Artículo 4. Zonas de emplazamiento.*

*Artículo 5. Publicidad sobre soportes situados en suelo de titularidad municipal.*

*Artículo 6. Publicidad en edificios.*

*Artículo 7. Publicidad en obras.*

*Artículo 8. Publicidad en parcelas sin uso.*

*Artículo 9. Publicidad en parcelas con uso*

*Artículo 10. Publicidad en terrenos lindantes con carreteras.*

*Artículo 11. Normas generales.*

*Artículo 12. Documentación y procedimiento para la autorización.*

*Artículo 13. Infracciones y sanciones. Especialidades procedimentales.*

*Artículo 14. Retirada de instalaciones publicitarias sin licencia municipal.*

*Artículo 15. Retirada de elementos publicitarios en terrenos de titularidad municipal.*

*Artículo 16. Infracciones.*

*Artículo 17. Sujetos responsables.*

*Artículo 18. Sanciones.*

*Artículo 19. Medidas provisionales.*

*Artículo 20. Recursos.*

**DISPOSICIÓN ADICIONAL**

*- Registro de Instalaciones.*

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA**

**DISPOSICIÓN DEROGATORIA**

**ORDENANZA REGULADORA DE LA INSTALACIÓN DE VALLAS  
PUBLICITARIAS**

**EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

La instalación de vallas, monosportes y lonas publicitarias constituye una actividad que incide considerablemente en la estética urbana y, por consiguiente, su regulación requiere de una adaptación permanente de la normativa municipal que ejerza un control sobre dicha actividad y que posibilite, como medida de fomento, aquellas instalaciones no contempladas en las dos Ordenanzas anteriores para la rehabilitación de edificios.

La actividad de instalaciones publicitarias se halla contenida en las vigentes Normas Urbanísticas del Plan General de Ordenación a la cual se incorporó una Modificación Puntual que fue aprobada definitivamente por la Consellería el 30 de noviembre de 1995 que permitió su regulación mediante Ordenanza Municipal, instrumento que ha permitido el poder adaptar su contenido de forma más eficaz a las necesidades cambiantes mediante una tramitación más sencilla que la aplicable a las modificaciones del Plan General.

Con motivo de la aprobación de la Ley 16/2005, Urbanística Valenciana, resulta imperativo adaptar el contenido de la vigente Ordenanza a los requerimientos en ella establecidos.

Tres son, principalmente, los motivos que han inducido a la modificación de la Ordenanza de Vallas Publicitarias. Los tres surgen como medio para paliar los problemas que han trascendido en su aplicación.

En primer lugar se impone una aclaración de los términos empleados en la Ordenanza. Es evidente que su aplicación ha sido complicada debido a cierta confusión en sus conceptos.

En segundo lugar, es aconsejable introducir un nuevo medio publicitario no contemplado en la Ordenanza. Se trata de las lonas de propaganda que cubren las fachadas en rehabilitación. Este sistema publicitario genera grandes beneficios para todos los interesados. Los propietarios de inmuebles que no tienen que abonar gran parte del coste de la rehabilitación de las fachadas, ya que lo asume la empresa de publicidad. Por otra parte, la recuperación de las fachadas implica un beneficio estético para toda la ciudad.

En tercer lugar, es unánime la exigencia de poner fin a la generalizada indisciplina urbanística en esta materia. Es evidente la proliferación ilegal de las vallas y monopostes publicitarios, incidiendo muy negativamente en el paisaje urbano y en el entorno de la ciudad. Con los medios actuales es prácticamente imposible que la Administración termine con tales prácticas ilegales. A la fugacidad en la instalación y difusión se contraponen la tardanza en la restauración. A los cuantiosos beneficios que genera la publicidad nos enfrentamos a la escasa entidad de las sanciones.

Por consiguiente es absolutamente necesario adoptar procedimientos más ágiles y sancionar, entre otros responsables, al promotor de la actuación publicitada en función del beneficio que obtiene. A tal fin, la Ordenanza establece soluciones que tratan de acortar los plazos de restauración en ciertas y determinadas instalaciones cuyo incumplimiento de la norma es flagrante. También, respecto de las sanciones, establece un baremo o graduación atendiendo a determinadas circunstancias y siempre con el respeto a los mínimos y máximos fijados en la Ley Urbanística Valenciana.

## **ORDENANZA REGULADORA DE LA INSTALACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS**

### **CAPÍTULO 1. DISPOSICIONES GENERALES**

#### ***Artículo 1. Objeto y ámbito.***

1. La presente Ordenanza Municipal tiene por objeto regular las condiciones de instalaciones publicitarias en carteleras, vallas, medianerías, monopostes, lonas, mallas y situaciones similares que se contemplan expresamente en el contenido de la misma, dentro del término municipal de Alicante.

2. Los rótulos, muestras, banderines y demás elementos publicitarios adosados al propio local donde se ejerza la actividad, se regularán por lo dispuesto en el artículo 58 de las Normas Urbanísticas del P.G.O.U.

## **Artículo 2. Definiciones.**

1. A los efectos de la presente Ordenanza se utilizan los siguientes significados:

*a) Valla o Monoposte:* Es el conjunto de Soporte y Cartel:

- **Soportes:** soportes estructurales de implantación estática, susceptibles de albergar o transmitir mensajes integrados en la modalidad visual de la publicidad exterior, por medio de carteles.
- **Carteles:** los anuncios fijos o móviles, pintados o impresos, por cualquier procedimiento y sobre cualquier materia que asegure su permanencia, bien sea, luminosos, iluminados u opacos.

*b) Instalaciones publicitarias no rígidas de carácter efímero.* En estructuras de andamiajes podrán instalarse elementos de protección y ornato de las mismas, como lonas, mallas, o similares, que podrán incluir mensajes publicitarios integrados en su superficie.

2. Para aplicar el significado de los restantes conceptos recogidos en esta Ordenanza, se estará al contenido de las Normas Urbanísticas del vigente Plan General de Ordenación Urbana.

## **Artículo 3. Características de las Vallas o Monosoportes.**

1. Los diseños y construcciones de las vallas o monopostes publicitarios y de sus diversos elementos deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad, salubridad, calidad y ornato público.

2. Las vallas o monopostes deberán instalarse rígidamente ancladas, mediante soporte justificado por proyecto redactado por técnico competente.

3. En cada valla o monoposte *en la parte inferior de la misma y a una altura no superior a tres metros con respecto a la rasante del punto en el que se encuentre instalada*, deberán constar, perfectamente visibles, la fecha de la licencia, número de expediente y nombre o anagrama de la empresa responsable de la instalación publicitaria.

4. Las dimensiones normalizadas de la superficie publicitaria de los carteles serán de como máximo 8'00 m. de ancho por 3'00 m. de alto. No se permitirá la agrupación en vertical de carteles.

5. En las zonas en que expresamente se admita en esta Ordenanza, se permitirá la instalación de monosportes, que consisten en un cartel de *5 metros de alto x 12 metros de ancho* sujetado por un soporte de 10 metros de altura como máximo, contada desde la rasante natural del terreno.

6. La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de instalación publicitaria (valla o monoposte), lugar de ubicación y tipo de zona donde se sitúe.

#### **Artículo 4. Zonas de emplazamiento.**

A efectos de la regulación contenida en esta Ordenanza, se distinguen las siguientes zonas dentro del término municipal:

**ZONA 1.** Suelo No Urbanizable. No se permite la instalación de carteles, vallas publicitarias o monopostes.

**ZONA 2.** Las áreas señaladas en el vigente PGOU con las siguientes claves: APA/1 (Casco Histórico), APD/10 (Barrio de San Antón) y AC (Área Central). Sólo se permite la publicidad en edificios (parcialmente) y en obras, según establecen los artículos 6 y 7 de esta Ordenanza. Como excepción, no se podrán instalar vallas ni carteles publicitarios en los entornos de inmuebles declarados Bienes de Interés Cultural ni Bienes de Relevancia Local.

**ZONA 3.** Suelos próximos a carreteras estatales y de las Redes Básica y Local de la Comunidad Valenciana. Se estará a lo dispuesto en la legislación de carreteras.

**ZONA 4.** Resto del término municipal. Cuando en la Ordenanza no se haga expresa referencia a zona alguna, se entenderá que se trata de esta Zona 4.

## **CAPÍTULO 2.**

### **DE LAS DISTINTAS LOCALIZACIONES DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS**

#### **Artículo 5 Publicidad sobre soportes situados en suelo de titularidad municipal.**

1. Podrá instalarse vallas publicitarias situadas en suelo de titularidad municipal, de acuerdo con el procedimiento que para la adjudicación de las mismas establezca el Ayuntamiento.

2. El Ayuntamiento adjudicará mediante uno o varios concursos las autorizaciones para la instalación de vallas publicitarias en terrenos de propiedad municipal.

3. Las autorizaciones en los casos contemplados en este artículo tendrán validez por el plazo que se establezca en la misma y cesarán en todo caso, sin indemnización a favor del autorizado, cuando el Ayuntamiento necesite disponer de la parcela para destinarla al uso establecido para la misma en el planeamiento o cuando se estime conveniente por razones de seguridad, estética u oportunidad. En ese caso el titular de la autorización desmontará la misma en el plazo máximo de cinco días desde el oportuno requerimiento municipal.

4. Sin perjuicio de los supuestos contemplados en este artículo, cabrá con carácter excepcional y debidamente justificado, autorizar en la vía pública indicadores publicitarios de servicios públicos o privados de interés general. Dichos indicadores deberán ser autorizados por la Concejalía competente en atención al servicio publicitado y estarán sujetos al régimen sancionador establecido en el Capítulo 4 de esta Ordenanza.

5. El régimen jurídico de las instalaciones publicitarias en suelo de titularidad municipal, salvo lo dispuesto en el apartado anterior, será el establecido en los Pliegos de Condiciones que rijan el concurso, regulándose por la Ordenanza el régimen de restauración y sancionador.

#### **Artículo 6. Publicidad en edificios.**

1. Podrán instalarse carteles luminosos sobre la coronación de la última planta de edificios, en Zonas 2 y 4, siempre que no produzcan deslumbramientos, fatiga o molestias visuales. En ningún caso alterarán las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza, ni impedirán la vista desde la vía pública de Bienes de Interés Cultural o edificios catalogados.

En los carteles luminosos la superficie opaca del anuncio no podrá sobrepasar el 25% del total de la superficie publicitaria.

Por encima de la altura máxima establecida de la edificación se admitirá la colocación de carteles, cuyo número estará en función de la cantidad de castilletes de escalera comunitaria de la edificación. No podrán colocarse sobre el castillete de la escalera.

2. Se admite la instalación de carteles publicitarios en las medianeras de la Zona 4, hasta una altura mínima de 3'00 m. sobre la rasante de la vía pública y ocupando una superficie no superior al 50% del paramento.

En ningún caso el plano inferior del soporte o de alguno de los componentes de los carteles podrá exceder de 0'40 m. sobre el plano de la medianería, excepción hecha de los elementos de iluminación, si los hubiese, que no excederán de 0'70 m.

3. Se admite la decoración de paredes medianeras de la Zona 4, siempre que los materiales empleados sean resistentes a los elementos atmosféricos y no produzcan deslumbramientos, fatiga o molestias visuales.

4. Se prohíbe este tipo de publicidad en zonas con tipología de vivienda unifamiliar en el Plan General de Ordenación Urbana o en el planeamiento de desarrollo, así como en los edificios catalogados, Bienes de Interés Cultural, Relevancia Local y sus entornos.

#### ***Artículo 7. Publicidad en obras.***

1. Para que las obras de edificación puedan ser soporte de carteles, lonas o mallas, será necesario que aquéllas cuenten con la correspondiente licencia municipal. Una vez que finalicen las obras se desmontará y retirará totalmente la publicidad correspondiente, con independencia del plazo otorgado para la instalación publicitaria

2. Se admitirá la instalación de carteles en los andamiajes y vallas de las obras, en Zonas 2 y 4, no pudiendo sobresalir del plano vertical de los mismos. La altura máxima de tales vallas será de 6 metros sobre la rasante del terreno (3 m. de soporte más 3 m. cartel). En la zona 2 la publicidad en obras solo se admitirá cuando se refiera al destino del propio edificio en construcción. No obstante debe justificarse que los andamios deben soportar las acciones del viento que puedan incidir sobre el cartel.

3. Podrán colocarse asimismo carteles o rótulos indicativos de la clase de obra de que se trata y de los agentes intervinientes en la misma, con sujeción a lo dispuesto en el artículo 3º de esta Ordenanza y sin que la superficie total del cartel exceda de 24 m<sup>2</sup>.

#### ***4. Características de las Instalaciones Publicitarias no rígidas de carácter efímero***



- a) **Edificios Catalogados, Bienes de Interés Culturales o Bienes de Relevancia Local.** Sin perjuicio de la específica regulación contenida en la normativa urbanística que resulte de aplicación, no se tolerarán las instalaciones publicitarias en edificios Catalogados, Bienes de Interés Cultural o Bienes de Relevancia Local o en el entorno de los mismos cuando menoscabe su contemplación. Sin perjuicio de lo anterior, cuando existan razones estéticas, funcionales o de seguridad que así lo aconsejen, el Ayuntamiento podrá conceder licencia para la instalación de lonas, mallas o similares que hayan de ser colocados con motivo de las obras expresamente autorizadas en fachadas en las que conste expresamente la instalación de andamio, pudiendo ocupar la colgadura el 100 % de la superficie del andamio o fachada, de los cuales, el 70 % reproducirá la imagen de la fachada objeto de la obra y el 30 % dedicado a publicidad. La licencia para la instalación publicitaria determinará expresamente el plazo de duración de la misma.
- b) **Fachadas de edificios.** En fachadas de edificios en construcción, rehabilitación integral o reparación integral de fachadas con licencia de obras, situados en zonas 2 y 4, será autorizable, mediante licencia específica, la instalación de lonas, mallas o similares de publicidad pudiendo ocupar la publicidad el 100% de la superficie del andamio o fachada. La licencia de la instalación publicitaria determinará expresamente el plazo de duración de la misma.
- c) **Vigencia de la licencia de la instalación publicitaria no rígida de carácter efímero.** En cualquier caso la vigencia de la licencia estará vinculada a la otorgada para la ejecución de la obra así como, en su caso, las ampliaciones expresamente concedidas a éstas, salvo los supuestos de caducidad contemplados expresamente en esta Ordenanza.

#### **Artículo 8. Publicidad en parcelas sin uso.**

1. Se admitirán las vallas publicitarias en parcelas sitas en la Zona 4, antes de que se destinen al uso previsto en el planeamiento, dentro del perímetro de las mismas y observando los siguientes parámetros:

- Altura máxima: (6 m. de altura), cuya base inferior estará, como máximo a 3 metros de altura sobre la cota del terreno en que se instale.

- Retranqueos mínimos de 1'50 metros a fachada.
- Retranqueos mínimos de 5'00 metros a linderos.
- Separación mínima entre carteleros: 5 metros.

- El número máximo de vallas publicitarias en una parcela vendrá limitado por la longitud máxima de la superficie publicitaria de los carteles, que no podrá exceder del 32 por ciento de la longitud de la fachada de dicha parcela a vía pública; en parcelas cuya longitud de fachada a vía pública sea inferior a 25 metros, se permitirá la colocación de una valla publicitaria siempre que ésta pueda guardar los retranqueos establecidos en este apartado. En cada ubicación y con independencia de las dimensiones de la parcela sólo se podrá autorizar un número de tres vallas por cada una de ellas, debiendo guardar entre ellas los retranqueos establecidos en este apartado.
2. El titular de la licencia tendrá la obligación, como condición inherente de la misma, de mantener la parcela de que se trate en las debidas condiciones de seguridad y limpieza. El incumplimiento de esta obligación determinará la caducidad de la licencia.
3. En las zonas de primera línea litoral la instalación de vallas publicitarias se supeditará a que no impidan las vistas al mar desde las vías públicas y otros espacios públicos así como desde edificios o terrenos próximos. Como consecuencia de ello, en las zonas que disten 100 m. lineales o menos de la zona de dominio público marítimo terrestre se prohíbe la instalación de vallas publicitarias. En las zonas que se encuentren entre el límite de esa primera zona y los 1.000 m. lineales de distancia desde el dominio público marítimo terrestre, podrán denegarse las autorizaciones que se soliciten si se constata que obstaculizan de forma manifiesta las vistas al mar.
4. Como alternativa a las condiciones señaladas en el apartado 1 de este artículo, se permitirá la instalación de monosoportes, con las características establecidas en el artículo 3, apartado 5, de esta Ordenanza, en parcelas clasificadas como Suelo Urbano o Urbanizable. El soporte guardará una distancia a los linderos de la parcela de, como mínimo, 15 metros y una distancia de, al menos, 500 metros a cualquier otro monoposte instalado con la debida autorización en la misma o distinta parcela.

La instalación de esta modalidad publicitaria excluirá la de cualquier otra en la misma parcela.

#### ***Artículo 9. Publicidad en parcelas con uso.***

Los monopostes y vallas podrán asimismo colocarse en parcelas destinadas a algún uso dotacional, infraestructuras, industrial o terciario, para anunciar el mismo. Cumplirán en estos casos los mismos parámetros de superficie, distancias y dimensiones establecidos para la instalación en las parcelas sin uso. Junto a la solicitud es preceptiva la presentación de la licencia de apertura o comunicación ambiental de la actividad publicitada existente.

No se admite en parcelas cuyo uso característico sea el residencial.

#### **Artículo 10. Publicidad en terrenos lindantes con carreteras.**

1. La publicidad en terrenos lindantes con carreteras integrantes del sistema viario de la Comunidad Valenciana (Red de Carreteras del Estado, Red Básica de la Comunidad Valenciana, Red Local de la Comunidad Valenciana y Red de Caminos de Dominio Público de la Comunidad Valenciana) se atenderá a lo dispuesto en el artículo 36 de la Ley 6/1991 de la Generalitat Valenciana, de Carreteras de la Comunidad Valenciana y, sólo en el caso de carreteras estatales, en los artículos 88 a 91 del Reglamento General de Carreteras, aprobado por RD. 1812/1994.

2. En los tramos urbanos de las carreteras la instalación de publicidad se regulará por lo dispuesto en la presente Ordenanza, en función de las situaciones y tipos de soportes de que se trate.

### **CAPÍTULO 3. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD**

#### **Artículo 11. Normas generales.**

1. Los actos de instalación de elementos publicitarios regulados en esta Ordenanza, están sujetos a la previa obtención de licencia municipal y al pago de las exacciones fiscales previstos en la Ordenanza Fiscal correspondiente, con la excepción de los situados en dominio público municipal sometidos al régimen de concesión, que estarán sujetos preferentemente a lo dispuesto en los correspondientes Pliegos.

A los efectos del régimen jurídico aplicable, las referidas instalaciones tendrán la consideración de obras menores de carácter específico.

2. El titular de la licencia municipal está obligado al mantenimiento de todos los elementos integrantes de la instalación publicitaria en las debidas condiciones de seguridad, salubridad y ornato público, y al cumplimiento de la normativa sectorial para este tipo de instalaciones.

En especial, deberá disponer de una póliza de seguros que cubra los daños que puedan derivarse de la colocación y explotación de las referidas instalaciones publicitarias, de los que, en su caso, será responsable.

3. Las licencias se otorgarán salvo el derecho de propiedad y sin perjuicio de terceros. El acto de otorgamiento no podrá ser invocado para tratar de excluir o disminuir en alguna forma, las responsabilidades civiles o penales, que deben ser asumidas íntegramente por los titulares de las licencias o propietarios de las instalaciones incluso en lo que se refiera a cualquier defecto técnico de la instalación o efectos del mensaje publicitario.

4. Toda instalación publicitaria deberá contener en su parte inferior y en condiciones de visibilidad placa identificativa comprensiva del titular y domicilio de la propiedad del elemento publicitario, fecha de licencia y número de expediente. La carencia de la placa o de alguno de los datos señalados determinará la consideración de instalación no identificada con la aplicación del procedimiento sumario de restauración previsto en el artículo 15 de esta Ordenanza.

5. En ningún caso se autorizará propaganda de bebidas alcohólicas o tabaco en cualquiera de las instalaciones publicitarias, según los términos establecidos en el Decreto Legislativo 1/2003, de 1 de abril, del Consell de la Generalitat, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley sobre Drogodependencias y Otros Trastornos Adictivos y la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de Medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora e la venta, suministro, consumo y publicidad de los productos del tabaco.

#### **Artículo 12. Documentación y procedimiento para la autorización.**

1. La solicitud de licencia para instalaciones publicitarias deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente y referencias completas de identificación, con domicilio e efectos de notificaciones en el término municipal de Alicante.

2. A la solicitud se acompañarán los siguientes documentos:

A) Proyecto de instalación por duplicado ejemplar, suscrito por Técnico competente e integrado por:

- Memoria justificativa del cumplimiento de esta Ordenanza, con referencia técnica a la estructura e instalación proyectada. (Calificación de la parcela, zona de emplazamiento, localización de los soportes publicitarios, número de soportes, dimensiones, retranqueos y separaciones, distancia a la zona de dominio público marítimo terrestre en zonas de primera línea litoral, distancia a carreteras estatales y a las Redes Básica y Local de la Comunidad Valenciana).

- Plano de situación a escala 1/2000 sobre cartografía municipal o, en su defecto, plano catastral.
- Plano de emplazamiento a escala 1/500, con las alineaciones oficiales de la parcela.
- Planos de planta, sección y alzado a escala 1/20, acotados con exposición del número de carteleros o monopostes a instalar debidamente acotados y sistema de sujeción de la instalación publicitaria.
- Fotografía en color del emplazamiento en tamaño mínimo de 8x11 cm., que permita su perfecta identificación.
- Presupuesto total de la instalación.

B) Compromiso de dirección facultativa por Técnico competente.

C) Copia de la póliza de seguros a que se refiere el artículo 11.2 de esta Ordenanza y documento acreditativo de que se encuentra en vigor.

D) Compromiso escrito del solicitante específico para la instalación publicitaria interesada, de mantener la cobertura durante todo el tiempo que dure la instalación publicitaria solicitada, asumiendo la responsabilidad que pueda derivarse por daños causados por la misma, así como de mantener la instalación en perfecto estado de seguridad, salubridad y ornato público y de retirarla cuando cese la vigencia de la autorización solicitada y de sus posibles renovaciones.

E) Autorización escrita del titular del inmueble sobre el que se emplace la instalación publicitaria, con una antigüedad no superior a tres meses.

F) En el supuesto de lona o mallas publicitarias se presentará, además, detalle reproduciendo la propaganda a exponer indicando superficie a ocupar en metros cuadrados.

3. La licencia o su renovación se concederá, previo informe técnico municipal y abono de la tasa correspondiente, por Decreto de la Alcaldía o del Concejal en quien delegue.

4. El plazo de vigencia de las licencias de publicidad exterior para carteleras, vallas y monopostes será de 3 años a contar desde el día siguiente al de la fecha de concesión de la licencia. La caducidad se declarará por la Concejalía de Urbanismo previa audiencia del interesado y conllevará la orden de retirada de la instalación publicitaria en el plazo de ocho días. La renovación de la licencia precisa de los mismos requisitos materiales, formales y documentales que la primera instalación.

5. Las licencias serán transmisibles, previa autorización municipal, debiendo para ello asumir expresamente el nuevo titular todos los compromisos indicados en el párrafo 1 de este artículo.

La transmisión no alterará en ningún caso los plazos de vigencia de la licencia.

#### **CAPÍTULO 4. PROTECCIÓN DE LA LEGALIDAD Y RÉGIMEN SANCIONADOR**

##### ***Artículo 13.- Infracciones y sanciones. Restauración. Especialidades procedimentales.***

1. Los incumplimientos a las prescripciones de esta Ordenanza se considerarán infracciones urbanísticas, siendo de aplicación el régimen de protección, restauración y sancionador previsto en la Ley 16/2005, de 30 de diciembre, Urbanística Valenciana.

2. Las entidades prestadoras del servicio de suministro de energía eléctrica no podrán efectuar suministro al cartel publicitario sin la previa acreditación del otorgamiento de la licencia urbanística de la instalación publicitaria correspondiente.

3. La existencia de instalaciones publicitarias sin licencia o con la misma caducada se considerarán infracciones urbanísticas continuadas. Tales hechos serán constatados por agentes de la autoridad mediante la realización de la pertinente acta de inspección con fotografía de la instalación, que entregarán a su titular informándole sobre el otorgamiento del plazo de un mes para instar la legalización/renovación y advirtiéndole que su incumplimiento determinará la proposición de propuesta de adopción de las medidas de disciplina urbanística restauradoras y ello sin perjuicio de la adopción de las sanciones pertinentes.

4. Las órdenes de desmontaje y retirada de instalaciones publicitarias deberán cumplirse por los interesados en el plazo máximo de cinco días. Transcurridos los cuales, el Ayuntamiento adoptará las medidas de ejecución forzosa previstas en la legislación urbanística. Los gastos de desmontaje, retirada, depósito y destrucción de los elementos publicitarios aludidos serán de cargo del interesado.

5. Las multas coercitivas en cuantía de 600 a 3.000 euros que se impongan serán independientes de las que puedan imponerse con ocasión del correspondiente expediente sancionador.

***Artículo 14. Retirada de instalaciones publicitarias sin licencia o autorización municipal anónimas o manifiestamente ilegalizables.***

1. Si en la instalación publicitaria sin licencia no se indicasen los datos de la empresa instaladora que permitiese su localización, el Ayuntamiento procederá, sin más trámites, previa resolución dirigida a la propiedad del edificio o terreno soporte de la instalación, a retirar y destruir el elemento publicitario a costa del responsable del mismo, que deberá abonar los gastos correspondientes. El elemento publicitario retirado será depositado en dependencias municipales a disposición de su propietario por un plazo máximo de cinco días hábiles. Su entrega estará condicionada al previo pago de la totalidad de los gastos de la retirada (desmontaje, transporte, policía, etc.) y depósito. Transcurrido el plazo de cinco días sin abonar los gastos se procederá a la destrucción de los elementos retirados. En su defecto, se imputarán los gastos a la propiedad del bien que soporte la instalación publicitaria.

2. El carácter manifiestamente ilegalizable de los elementos publicitarios que a continuación se detallan determinará que el Ayuntamiento proceda a ordenar la retirada inmediata de los mismos sin conceder plazo de legalización. Tales elementos son:

1. Los instalados en Suelo No Urbanizable prohibidos por el artículo 4 de la Ordenanza.
2. Los instalados a menos de 100 metros lineales de la zona de dominio público marítimo terrestre por no admitirlos el artículo 9.3 de la Ordenanza.
3. La agrupación vertical de carteles prohibida en el artículo 3.4 de la Ordenanza. Se procederá a la retirada de todos los elementos agrupados.
4. Los que difundan bebidas alcohólicas o tabaco por prohibirlo el artículo 12.5 de la Ordenanza.
5. Los que excedan de forma flagrante en sus dimensiones de las máximas autorizables (carteles 8mx3m., monoposte 5x12x10m., según establece el artículo 3.4º y 5º Ordenanza).

A tal efecto, los agentes de la autoridad de la Unidad de Disciplina Urbanística levantarán la correspondiente acta de inspección con fotografía de la instalación publicitaria que localizarán en plano de clasificación del suelo, entregando tales documentos a su titular concediendo plazo de audiencia de diez días previo a la proposición de propuesta de adopción de las medidas de disciplina urbanística de protección, restauración y sancionadoras.

**Artículo 15. Retirada de elementos publicitarios en terrenos de titularidad municipal.**

1.- En ejercicio de la potestad de defensa y recuperación de los bienes municipales, el Ayuntamiento retirará de inmediato las instalaciones publicitarias ubicadas en terrenos de titularidad municipal que no cuenten con la pertinente autorización, previa su constatación mediante acta de inspección levantada por funcionario con condición de autoridad. Una vez determinada la responsabilidad del titular de las instalaciones retiradas, y previo su depósito por un plazo de cinco días sin haber sido reclamadas por aquél, se procederá a la destrucción de las mismas. Los gastos de retirada, depósito y destrucción serán reclamados al promotor responsable de la actuación publicitaria.

2.- En ningún caso se podrán recuperar las instalaciones que hubieren sido objeto de retirada por parte del Ayuntamiento sin haber procedido, por parte del responsable, al previo pago de la sanción impuesta. Todo ello sin perjuicio de lo establecido en el artículo 8 del Real Decreto 1398/1993 de 4 de agosto, por el que se regula el procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, que establece la posibilidad, por parte del imputado, de proceder al previo pago de la sanción propuesta en la iniciación del procedimiento, en cualquier momento anterior a la resolución del mismo, lo que implicará la terminación del procedimiento sin perjuicio de la posibilidad de interponer los recursos procedentes.

**Artículo 16. Infracciones.**

1. En caso de incumplimiento de las disposiciones de la presente Ordenanza, será de aplicación el régimen sancionador previsto en la Ley Urbanística Valenciana y Reglamento de desarrollo, con las especialidades previstas en la Ordenanza.

2. Son infracciones a esta Ordenanza:

A) En terrenos cuya titularidad no corresponda al Ayuntamiento: La colocación de carteles, monopostes y lonas de propaganda visibles desde la vía pública sin licencia o autorización municipal o sin ajustarse a sus determinaciones y condiciones. Se calificarán como:



- a) Muy graves: Los elementos de publicidad anteriores que se instalen en suelo no urbanizable protegido.
- b) Graves: Los que se instalen incumpliendo los parámetros urbanísticos establecidos en esta Ordenanza.
- c) Leves: Los que fueran legalizables.

B) En terrenos de titularidad municipal se calificarán como infracciones, sin perjuicio de las que se determinen en los correspondientes pliegos de Prescripciones Técnicas particulares que rijan para los adjudicatarios de contratos relativos a concesiones administrativas para la instalación de carteleras publicitarias en terrenos municipales, las que se relacionan a continuación:

a) Infracciones Muy graves:

- La instalación de valla o monoposte o de cualquier elemento de que se compongan los mismos sin contar con la preceptiva autorización municipal o en una ubicación distinta a la autorizada.
- La obstrucción por parte del responsable de la instalación a la labor de inspección y control municipal.
- La concurrencia de dos infracciones graves en el período de un mes.

b) Infracciones graves:

- La instalación de valla o monoposte o de cualquier elemento de que se compongan los mismos, aun estando autorizados, sin respetar las características técnicas exigidas por el Ayuntamiento.
- No efectuar cuantas actuaciones de limpieza y reparaciones sean necesarias para mantener en buen estado las parcelas donde se instalen los elementos publicitarios autorizados.
- No mantener en perfecto estado de conservación las carteleras autorizadas.
- El incumplimiento de las órdenes emitidas por los técnicos municipales, relativas a cada instalación de conformidad con las condiciones establecidas para cada una de ellas.
- No dejar el espacio público perfectamente libre y expedito, a requerimiento del Ayuntamiento, una vez finalizado el período autorizado para la instalación.
- La comisión de tres infracciones leves en el período de un mes.

c) Infracciones leves:

- La omisión de datos o tardanza en su entrega cuando sean solicitados por la Inspección municipal.
- La instalación de elementos publicitarios sin autorización municipal que no tengan la consideración de valla o monoposte o formen parte de los mismos.
- Cualquier otra infracción de la presente Ordenanza no calificada como grave o muy grave.

### **Artículo 17. Sujetos responsables.**

1.- Son responsables de las infracciones a esta Ordenanza los promotores de las actuaciones publicitadas. A tales efectos y en consonancia con lo dispuesto en el artículo 7 de la Ley de Ordenación y Fomento de la Calidad de la Edificación se considerarán promotores de las actuaciones publicitadas:

A) En infracciones cometidas en terrenos cuya titularidad no corresponda al Ayuntamiento:

- a) El propietario-instalador de la valla o monosoposte publicitario. (Promotor titular del elemento publicitario).
- b) El anunciado en el elemento publicitario. (Promotor titular del anuncio).
- c) El propietario del suelo en el que se cometa la infracción. (Promotor titular del terreno).

Dichas personas responderán solidariamente de las infracciones que, en su caso, se cometan y de las sanciones que se impongan, sin perjuicio de la distribución que entre ellos corresponda.

B) En infracciones cometidas en terrenos de titularidad municipal:

Se considerará responsable de la actuación publicitaria al promotor titular del elemento publicitario, siendo responsable subsidiario de la infracción, a todos los efectos, el titular del anuncio, en calidad de promotor del mismo.

### **Artículo 18. Sanciones.**

1.- La infracción no puede suponer un beneficio económico para el infractor.

2.1.-En consecuencia de lo anterior, en las infracciones cometidas en terrenos cuya titularidad no corresponda al Ayuntamiento, se considera que el beneficio total obtenido por la promoción de las instalaciones publicitarias será:

- a) En vallas sin licencia o sin ajustarse a la misma, de 300 a 600 €/día/valla.
- b) En monopostes sin licencia o sin ajustarse a la misma, de 300 a 1000 €/día/monoposte.
- c) En lonas sin licencia o sin ajustarse a la misma de 300 a 1200 €/día/lona.

2.2.- El promotor titular del anuncio sólo será responsable por los días en los que se publicite su anuncio.

2.2.- El importe concreto de la sanción se determinará en el expediente sancionador atendiendo a las características del elemento publicitario en cuestión, tales como su situación, superficie, impacto, iluminación, legalización, y demás circunstancias establecidas en la Ley Urbanística Valenciana.

2.3.- En ningún caso la sanción a imponer podrá superar la cuantía máxima prevista en la Ley Urbanística Valenciana.

3.1.-Las infracciones cometidas en terrenos de titularidad municipal, y sin perjuicio de otras penalidades que se establezcan en los correspondientes pliegos de Prescripciones Técnicas particulares que rijan para los adjudicatarios de contratos relativos a concesiones administrativas para la instalación de carteleras publicitarias en terrenos municipales, darán lugar a la imposición de las siguientes sanciones:

- a) Por la comisión de infracción leve: multa desde 300 hasta 750 euros.
- b) Por la comisión de infracción grave: multa desde 751 hasta 1500 euros.
- c) Por la comisión de infracción muy grave: multa desde 1501 hasta 3000 euros.

3.2 – Para la graduación de las multas previstas en el apartado anterior se atenderá primordialmente a los siguientes criterios:

-La reincidencia en la comisión de una infracción del mismo tipo que la que motivó una sanción anterior.

-La entidad económica de los hechos constitutivos de infracción.

-La existencia de reiteración o intencionalidad en la infracción.

-La intensidad o gravedad de los perjuicios, incomodidad y daños causados a la Administración o a los ciudadanos.

4.- En aplicación de lo dispuesto en el artículo 8 del Real Decreto 1398/1993 de 4 de agosto, las sanciones de multa previstas en la presente Ordenanza, podrán hacerse efectivas con una reducción del 25 % sobre la cuantía propuesta en el decreto de iniciación del correspondiente expediente sancionador, siempre que dicho pago voluntario se efectúe durante los 15 días naturales siguientes a aquel en que tenga lugar la notificación del mismo, implicando la terminación del procedimiento sin perjuicio de la posibilidad de interponer los recursos procedentes.

#### **Artículo 19. Medidas provisionales.**

1.-Una vez iniciado el procedimiento sancionador, podrán adoptarse por el órgano competente para la resolución del mismo, todas las medidas provisionales que sean necesarias para garantizar la eficacia de la resolución final. El acuerdo de adopción de las mismas deberá ser motivado.

2.-Sin perjuicio de otros motivos que pudieran apreciarse en cada caso particular, será de aplicación la medida provisional de retirada inmediata de la instalación, sin necesidad de requerimiento previo al titular de la misma y sin perjuicio de que continúe la tramitación del expediente sancionador correspondiente, en cualquiera de los siguientes supuestos:

- a) Cuando la instalación se halle ubicada en terrenos de titularidad municipal.
- b) Cuando por sus características o situación pudiera suponer riesgo para las personas o bienes públicos o privados.
- c) Cuando el Promotor titular del elemento publicitario no se halle identificado.

3.- En cualquier caso, los costes de desmontaje, retirada y depósito de la instalación derivados de la adopción de las medidas contempladas en el presente artículo, correrán de cuenta del infractor.

#### **Artículo 20. Recursos.**

Contra los actos municipales de resolución de los expedientes, dictados en aplicación de lo dispuesto en esta Ordenanza podrá interponerse recurso potestativo de reposición o recurso contencioso-administrativo.

#### **DISPOSICIÓN ADICIONAL. Registro de instalaciones.**

El Ayuntamiento creará un Registro de las vallas, carteleras y monopostes publicitarios regulados en esta Ordenanza, debiendo constar la identificación de la empresa instaladora, localización del elemento publicitario, licencia municipal, plazo de vigencia y demás observaciones que se estimen pertinentes.

A tal fin, los responsables de los elementos publicitarios instalados en el término municipal, deberán comunicar al Ayuntamiento, en el plazo de un mes a partir de la entrada en vigor de esta disposición, los elementos existentes indicando sus características, localización y autorización.

Transcurrido el indicado plazo, el Ayuntamiento procederá a regularizar las instalaciones declaradas y adoptará las medidas de restauración pertinentes previstas en esta Ordenanza, sin perjuicio, en este último caso, de la adopción de las medidas sancionadoras establecidas.

#### **DISPOSICIÓN TRANSITORIA.**

Las actuaciones derivadas del contrato adjudicado por el Pleno Municipal para la ocupación parcial de parcelas municipales mediante la instalación de vallas publicitarias, se regirán por el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares que rija dicho contrato.

Asimismo regirá la normativa anterior para las instalaciones publicitarias ya instaladas con licencia municipal vigente.

#### **DISPOSICIÓN DEROGATORIA**

A la entrada en vigor de la presente Ordenanza quedará derogada la Ordenanza Reguladora de Vallas Publicitarias, aprobada en sesión Plenaria el 10 de noviembre de 1998 y publicada en el Boletín Oficial de la Provincia el 26 de diciembre de 1998.