

Ayuntamiento de Alfafar

Anuncio del Ayuntamiento de Alfafar sobre publicación de la aprobación definitiva de la modificación de la Ordenanza Municipal de Actividades Publicitarias en el término municipal.

ANUNCIO

Publicación de la Aprobación definitiva de la modificación de la Ordenanza Municipal de Actividades Publicitarias en el término municipal de Alfafar.

Habiéndose aprobado inicialmente por acuerdo plenario de 15 de julio de 2014, la modificación de la ORDENANZA MUNICIPAL DE ACTIVIDADES PUBLICITARIAS EN EL TÉRMINO MUNICIPAL DE ALFAFAR, que afecta a los siguientes preceptos:

- Art. 3.1.a) in fine. Art. 4.2. Art. 5.1.g) y 2. Art. 19 y 20 in fine. Art. 29. Art. 31.a), b) y c). Art. 32, 33, 37 y Disposición derogatoria.

Efectuándose la publicación de la información pública en el BOP N.º 177, DE 28 DE JULIO DE 2014, siguiendo el procedimiento previsto en el Art. 49 de la LrBRL 7/85, redacción dada por la Ley 11/99, sin que se hayan presentado reclamaciones una vez transcurrido el plazo mínimo de treinta días, según certificado de la Secretaría General, se procede a entender aprobada definitivamente la citada modificación de Ordenanza y a efectuar su publicación de conformidad con el Art. 70.2 del referido texto legal, siendo su contenido literal, el siguiente:

ORDENANZA MUNICIPAL DE ACTIVIDADES PUBLICITARIAS EN EL TÉRMINO MUNICIPAL DE ALFAFAR

Capítulo 1. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto y ámbito.

Artículo 2. Publicidad en dominio público.

Artículo 3. Definiciones.

Artículo 4. Modalidades de publicidad.

Artículo 5. Limitaciones de orden general.

Artículo 6. Inscripción en el Registro Municipal.

Artículo 7. Efectos de la no inscripción en el Registro.

Capítulo 2. NORMAS TÉCNICAS, REQUISITOS Y LIMITACIONES PARTICULARES DE LAS DIFERENTES MODALIDADES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA.

Artículo 8. Zonas de emplazamiento.

DE LAS DIVERSAS LOCALIZACIONES DE LAS MODALIDADES DE PUBLICIDAD.

Artículo 9. Publicidad Estática.

Artículo 10. Vallas Publicitarias.

Artículo 11. Vallas publicitarias en dominio público.

Artículo 12. Vallas publicitarias en dominio privado perceptibles desde la vía pública.

Artículo 13. Carteles o Banderolas.

Artículo 14. Monopostes.

Artículo 15. Publicidad Móvil.

Artículo 16. Publicidad Aérea.

Artículo 17. Publicidad Audiovisual.

Artículo 18. Mobiliario urbano publicitario (MUPIS).

Artículo 19. Publicidad impresa.

Capítulo 3. RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS AUTORIZACIONES DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD Y SU PROCEDIMIENTO.

Artículo 20. Régimen general.

Artículo 21. Titularidad.

Artículo 22. Solicitud y documentación.

Artículo 23. Vigencia, Eficacia y Caducidad de las licencias sobre la instalación y actividad publicitaria.

Artículo 24. Seguros y Fianzas.

Artículo 25. Conservaciones de instalaciones publicitarias.

Artículo 26. Ordenes de Ejecución y actuación subsidiaria.

Artículo 27. Instalaciones publicitarias en dominio público sin licencia o concesión.

Artículo 28. Datos identificativos de las carteleras o vallas publicitarias.

Capítulo 3.1. PROCEDIMIENTO SANCIONADOR.

Artículo 29. Concepto de infracción.

CLASIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES.

Artículo 30. Infracciones en suelo de dominio privado.

Artículo 31. Infracciones en suelo de dominio público.

Artículo 32. Sujetos responsables.

Artículo 33. Sanciones.

Artículo 34. Procedimiento Sancionador.

Artículo 35. Recursos.

DISPOSICIÓN ADICIONAL. Registro de Instalaciones.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

DIPOSICIÓN FINAL

ANEXO I

ANEXO II.

Capítulo 1. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto y ámbito.

1. La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que deberá someterse la publicidad instalada o efectuada en dominio público municipal o bien perceptible desde este dominio; así como respecto de los solares de titularidad privada en los términos expresados en esta Ordenanza.

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

3. A efectos tributarios, la publicidad y sus soportes se gravarán de acuerdo con lo dispuesto en las correspondientes ordenanzas fiscales.

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

Artículo 2. Publicidad en dominio público.

La publicidad en la vía pública se considerará, según los casos, uso común especial o uso privativo, conforme a lo previsto en el Reglamento de Bienes de Corporaciones Locales.

Su ubicación, características técnicas y demás condiciones, vendrán determinadas de manera singular.

Artículo 3. Definiciones.

1. A los efectos de la presente Ordenanza se considera las siguientes denominaciones:

a. Publicidad: se entiende por publicidad la acción encaminada a difundir entre el público todo tipo de información y el conocimiento de la existencia de cualquier actividad, productos y/o servicios que se ofrezcan al consumo general, así como cualquier otra dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

b. Carteleras, Vallas Publicitarias o Monopostes: soportes estructurales de implantación estática susceptible de albergar y transmitir mensajes integrados en la modalidad visual de la publicidad visual exterior, por medio de carteles.

c. Carteles o Banderolas: Anuncios fijos o móviles, pintados o impresos, por cualquier procedimiento, y sobre cualquier material que asegure su permanencia, bien sea, luminosos, iluminados u opacos.

Artículo 4. Modalidades de publicidad.

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

a. Publicidad Estática: tendrá esta consideración la que se desarrolla mediante instalaciones fijas.

b. Publicidad Móvil: tendrá esta consideración aquella que sea autotransportada o remolcado su remolque por vehículo motor.

c. Publicidad Aérea: tendrá esta consideración la que se desarrolla con aviones, globos o dirigibles.

d. Publicidad Audiovisual: tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos, eléctricos o electrónicos.

e. Mobiliario urbano publicitario (Mupis): tendrán esta consideración los soportes diseñados para albergar publicidad en la vía pública, generalmente dotados de iluminación y anclados al suelo.

f. Publicidad Impresa: que se basa en el reparto de impresos en la vía pública de forma manual e individualizada, y reparto de publicidad domiciliaria.

2. Las modalidades de publicidad descritas en las letras b, c, d y f, quedaran prohibidas en el término municipal cuando constituyan práctica ilegal o competencia desleal, entendiéndose como tal, la realización de publicidad en las puertas o intermediaciones de comercios, empresas o similares que se dediquen a la misma actividad que el anunciante

Artículo 5. Prohibiciones y limitaciones de orden general.

1. No se autorizarán las siguientes instalaciones publicitarias:

a. Las que por su forma, color, diseño o inscripciones puedan ser confundidas con las señales de tráfico, impidan la visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos y a los peatones, o en los lugares donde puedan perjudicar y obstaculizar el tráfico rodado o la seguridad del peatón. Igualmente, cuando impidan la visibilidad de algún soporte previamente autorizado.

b. Sobre y desde los templos, cementerios, estatuas, fuentes y dotaciones de servicios públicos y demás elementos catalogados como edificios protegidos por motivos de su interés arquitectónico descritos en el artículo 226 de las Normas Urbanísticas del PGOU de Alfafar.

c. Todo tipo de pintadas o pictogramas en la vía pública, tanto si se realizan sobre sus elementos estructurales (calzadas, aceras, bordillos), como sobre su equipamiento (en árboles o en cualquier otro elemento vegetal, farolas, pilares, mobiliario urbano).

d. En los edificios en los que se limiten las luces o vistas de los ocupantes de algún inmueble u ocasionen molestias a los vecinos, salvo autorización de los mismos o acuerdo de los mismos, siempre y cuando se cumplan las normas urbanísticas vigentes.

e. En las zonas afectadas por la Ley de Carreteras Estatal de julio de 1988, por el Reglamento General de Carreteras de septiembre de 1994 y por la Ley de las Carreteras de la Comunidad Autónoma Valenciana de marzo de 1991, o norma equivalente.

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

g. Las pancartas suspendidas sobre la calzada de las vías públicas sustentadas o apoyadas en árboles, farolas, semáforos y otras instalaciones de servicio público. Las pancartas podrán autorizarse excepcionalmente por la Alcaldía, en aquellos lugares de la vía pública que se señalen durante periodos de elecciones, en fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano.

A estos efectos se entiende por pancarta elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre telas, lonas,

h. plásticos o paneles.

i. Los constituidos de materias combustibles en zonas forestales de abundante vegetación o de especies aisladas de consideración.

2. Por otro lado quedan prohibidas las siguientes actividades:

a. Lanzar propaganda gráfica a la vía pública.

b. Aquellas actividades publicitarias que por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las leyes.

c. El ejercicio de la actividad publicitaria que utilice a la persona humana con la única finalidad de ser soporte material del mensaje o instrumento de captación de atención.

Artículo 6. Inscripción en el Registro Municipal.

Para poder ejercer la actividad de publicidad exterior en el término municipal, será requisito indispensable, que la persona física o jurídica que la promueva esté debidamente legalizada mediante la inscripción en el Registro Municipal de Empresas de Publicidad, y cumplimentados los requisitos que de la obligatoriedad de dicha inscripción se deduzcan, debiendo, en todo caso, para materializar dicha inscripción presentar la siguiente documentación:

1º. Instancia formulada por la persona física o jurídica, solicitando quedar incluido en el Registro Municipal.

2º. A la instancia se acompañará la siguiente documentación:

i. Copia N.I.F. o C.I.F.

ii. Escritura de constitución de la sociedad en el supuesto de persona jurídica.

iii. Matrícula correspondiente al Impuesto de Actividades Económicas.

iv. Memoria de actividades en la que se especifiquen recursos técnicos y humanos con los que se cuente para el desarrollo de la actividad.

v. Póliza de Seguro de Responsabilidad Civil que cubra los daños que puedan ocasionarse a terceros.

Artículo 7. Efectos de la no inscripción en el Registro.

Las empresas no inscritas en el Registro que desarrollen actividad publicitaria sujeta a la Ordenanza, no podrán obtener la oportuna licencia, y su actividad se considerará ilegal y sujeta a las sanciones y acciones administrativas oportunas, a excepción de aquellas empresas promotoras de obras de edificación que publiquen la venta o alquiler objeto de dicha promoción y siempre que la actividad publicitaria se efectúe en el solar en el que se ejecute la obra.

Capítulo 2. NORMAS TÉCNICAS, REQUISITOS Y LIMITACIONES PARTICULARES DE LAS DIFERENTES MODALIDADES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA.

Artículo 8. Zonas de emplazamiento.

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

Zona 1: Suelo no urbanizable. No se permite la instalación de carteles ni vallas publicitarias, ni Monopostes, ni otros elementos de publicidad.

Zona 2: Suelo urbano. Se estará a lo dispuesto en el art. 12.2.

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 vigente.

Zona 4: Suelo Urbanizable. Se estará a lo dispuesto en el art. 12.1 DE LAS DIVERSAS LOCALIZACIONES DE LAS MODALIDADES DE PUBLICIDAD.

Artículo 9. Publicidad Estática.

- Dentro de la publicidad estática se establecen las siguientes modalidades:

a. Vallas Publicitarias.

b. Carteles o Banderolas.

c. Monopostes.

Artículo 10. Vallas Publicitarias.

- Las dimensiones máximas de los cercos o paneles no superarán los 3 metros de altura y 8 metros de longitud incluidos marcos y fondo máximo de 0,3 metros. Los elementos de iluminación estarán colocados en el borde superior del marco y no deberán salir más de 0,3 metros del cerco de la valla.

- La estructura de sustentación y los marcos de los elementos publicitarios deben estar diseñados y construidos, tanto en sus elementos como en su conjunto, de forma tal que queden garantizadas, la seguridad pública, una adecuada resistencia a los elementos naturales, una digna presentación estética, y adecuadas en todo caso a las normas de publicidad exterior, quedando prohibida en todo momento la utilización de tirantes como medio de sujeción de la estructura de sustentación del elemento.

Artículo 11. Vallas publicitarias en dominio público.

- Podrá realizarse publicidad estática mediante vallas situadas en suelo de titularidad municipal en las parcelas de propiedad municipal, antes de que se destine el uso previsto en el planeamiento urbanístico.

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

- Las condiciones y situaciones de instalación, salvo lo dispuesto en los apartados anteriores, serán las establecidas en el pliego de condiciones que rijan en el concurso correspondiente.

Artículo 12. Vallas publicitarias en dominio privado perceptibles desde la vía pública.

Sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

12.1. Zona 4: Suelo Urbanizable. Uso provisional y en precario.

12.1.1. Se admitirán las vallas publicitarias en parcelas sitas en esta Zona 4, antes de que se destinen al uso previsto en el planeamiento,

dentro del perímetro de las mismas y observando los siguientes parámetros:

vi. Altura máxima: (3 m. de altura de la valla), cuya base inferior estará, como máximo a 3 m. 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 carteleras: 5 metros.

vii. 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. Queda prohibida la colocación de vallas en vertical.

12.1.2. 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.

12.2. Suelo urbano (Zona 2)

Estos elementos sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

a. Medianeras de edificio.

b. Solares.

c. Vallados de protección y andamios de obras.

La instalación de vallas se realizará de acuerdo con los criterios del art. 12.1.1 y 12.2.2.

12.2.1. Vallas publicitarias en medianeras de edificio.

- Será susceptible de autorizar la instalación de vallas publicitarias en aquellas medianeras que surjan como consecuencia de derribos de edificaciones o por una menor altura del edificio colindante. En ambos casos deberá contar con la conformidad de los propietarios o comunidades respectivas.

- No se permitirán en aquellas medianeras que recaigan a edificio lindante incluido en el Catálogo del PGOU de Alfafar.

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

- La superficie destinada a las carteleras publicitarias en las medianeras no podrá exceder del 50% del paramento, siendo su saliente máximo de 0,30 metros sobre el plano de medianera.

- Las manifestaciones publicitarias sobre medianeras, realizadas con tratamientos superficiales de carácter duradero (pintura o elementos similares) se autorizarán con las mismas limitaciones que las vallas publicitarias.

12.2.2. Vallas publicitarias en solares.

- Se admitirá la instalación de vallas publicitarias en solares previa concesión de licencia municipal antes de que se destinen al uso previsto en el planeamiento, dentro del perímetro de las mismas, cumpliendo en estos casos los mismos parámetros de superficie, distancias y dimensiones establecidos para la instalación de vallas en el apartado 12.1.1, y observando las siguientes condiciones:

a. La altura máxima de la parte superior de la cartelera será de 3 metros de altura, cuya base inferior estará, como máximo a 3 metros de altura sobre la cota del terreno en que se instale, medidos desde la rasante de la calle, no permitiendo vuelo alguno sobre la vía pública.

b. Podrán disponerse en grupos que no superen la superficie máxima establecida en el apartado 12.1.1.

c. El retranqueo mínimo a línea de fachada será de 1 metro.

d. La separación entre las vallas publicitarias y los edificios colindantes deberá ser como mínimo de 2 metros, debiendo tratarse ésta de igual manera que la separación de las vallas. Si el edificio colindante estuviera catalogado como protegido, la separación entre vallas y éste será igual a la altura de la valla.

e. La vigencia de la licencia quedará limitada con carácter general al comienzo de la edificación, con independencia del plazo otorgado a la licencia de la instalación publicitaria.

f. Los propietarios de solares deberán mantenerlos vallados conforme a lo previsto en el artículo 119 de las Normas Urbanísticas del Plan General y en las condiciones que también fija la Ordenanza Municipal de Limpieza y Vallado de Terrenos y Solares del Municipio de Alfafar.

12.2.3. Vallas publicitarias en vallas de protección y andamios de obras.

- Podrá autorizarse la instalación de vallas publicitarias sobre las vallas de protección de obras de nueva planta o rehabilitación integral de edificios, siempre que conlleven la desocupación total del inmueble en el curso de las obras, no pudiendo sustituir en ningún caso a las vallas de protección, y se contemplen dichas vallas publicitarias en los estudios y planes de seguridad y salud.

- A su vez, se registrará bajo esta Ordenanza los carteles de obra nueva en los que se anuncie la promoción de edificación a ejecutar, siendo las condiciones de implantación las correspondientes a las disposiciones de vallas publicitarias en solares.

Artículo 13. Carteles o Banderolas.

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

Artículo 14. Monopostes.

- Se entiende por monoposte aquella instalación publicitaria estática cuya estructura de sustentación sea un único apoyo, generalmente de naturaleza metálica, consistente en un cartel de 5 metros de alto por 12 metros de ancho sujetado por un soporte de 15 metros de altura como máximo, contados desde la rasante natural del terreno.

- La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de monoposte, lugar de ubicación y tipo de zona donde se sitúe.

- Podrá autorizarse la instalación, cuando lo permitan los instrumentos de desarrollo del PGOU, la ley de Carreteras Estatal y Autonómica, la normativa reguladora de servidumbres aeronáuticas y siempre que no representen una agresión del paisaje urbano o natural del entorno.

- Su regulación y limitaciones de orden general serán las descritas en el artículo 5, y su régimen jurídico el descrito en el capítulo 3 de esta Ordenanza.

Artículo 15. Publicidad Móvil.

Se entenderá por publicidad móvil aquella que se realice con un elemento remolcado o en vehículo especialmente diseñado para ello.

Este tipo de publicidad será autorizable siempre que cuente con el informe favorable de la Policía Local y no se efectúe mediante estacionamiento o aparcamiento del vehículo o remolque.

Artículo 16. Publicidad Aérea.

- Será susceptible de utilizar publicidad aérea en la modalidad con aviones o dirigibles según la legislación vigente en la materia.

- El Ayuntamiento podrá autorizar en casos excepcionales (fiestas patronales y populares, etc.) la instalación de globos cautivos o estáticos en zonas acordada previamente por el Ayuntamiento, con la autorización de la autoridad competente en materia de servidumbres aeronáuticas.

Artículo 17. Publicidad Audiovisual.

La publicidad acústica quedará limitada a los horarios del comercio o especialmente autorizados en cada caso; la potencia de los altavoces no podrá ser superior, en función de la zona que se desarrolle, a los niveles de recepción externos que fije la legislación vigente en la materia.

Artículo 18. Mobiliario urbano publicitario (MUPIS).

- Este caso concreto de la modalidad publicitaria estática se personaliza en soportes expresamente diseñados para albergar publicidad

en la vía pública, generalmente dotado de iluminación y anclados al suelo.

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

Artículo 19. Publicidad impresa.

- Los elementos publicitarios tendrán carácter de reciclables y deberán incluir de forma obligatoria un mensaje impreso acerca de la prohibición de tirarlos al suelo de la vía pública y de la conveniencia de depositarlos en los contenedores correspondientes de recogida selectiva adecuados al material del elemento repartido.

- Igualmente deberán contener en lugar visible la identificación de la empresa anunciante y en su caso, de la distribuidora.

- Queda excluida de la aplicación del presente artículo, la propaganda electoral de los partidos políticos y organizaciones sindicales; así como la referida a las asociaciones sin ánimo de lucro, ONGs; todas ellas se regirán por la normativa y regulación específica.

- Asimismo queda excluida del ámbito de este artículo la propaganda relacionada con otras campañas ciudadanas sin finalidad comercial o lucrativa, sin perjuicio de que tales actividades deban minimizar la influencia desfavorable en el ornato público.

- No obstante ello, el titular o beneficiario del mensaje será responsable de mantener limpio el espacio urbano que se hubiere visto afectado por la distribución de ésta.

- El reparto domiciliario de publicidad deberá efectuarse de conformidad con las siguientes reglas:

a. Se ha de depositar en el interior de los buzones particulares o en aquellos espacios que la comunidad de propietarios o los vecinos hayan habilitado con tal finalidad, doblándolo de forma adecuada para que entre en la boca habitual de los buzones.

b. En ningún caso podrá dejarse la publicidad de forma indiscriminada en espacios distintos de los señalados en el apartado anterior ni introducirlos por debajo de las puertas, ni en las entradas, portales o zaguanes o zonas comunes de los inmuebles.

- Las distribuidoras y los anunciantes deberán respetar la voluntad de los ciudadanos y de las comunidades de vecinos, manifestada en el sentido de no recibir en sus viviendas o buzones elementos publicitarios.

- Queda totalmente prohibida la colocación de publicidad impresa en cualquier tipo de soporte en los vehículos estacionados en la vía pública. Su colocación se tipificará como infracción leve.

Capítulo 3. RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS AUTORIZACIONES DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD Y SU PROCEDIMIENTO.

Artículo 20. Régimen general.

- Están sujetos a la previa licencia municipal, la ejecución de las instalaciones precisas para la realización de los actos de publicidad exterior y transmisión de mensajes publicitarios reflejados en esta Ordenanza, y al pago de las exacciones fiscales previstos en la Ordenanza Fiscal correspondiente, en su caso; 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.

- Se exceptúan de esta obligación los anuncios colocados en las puertas, vitrinas y escaparates comerciales, así como las placas o rótulos indicativos de actividades profesionales o comerciales colocadas sobre las puertas de acceso a dicho establecimiento o lugar de trabajo.

- Se exceptúan asimismo las placas identificativas de dependencias públicas, centros de enseñanzas, hospitales, clínicas, dispensarios, farmacias o instituciones benéficas.

- Con respecto a las instalaciones publicitarias en bienes de titularidad municipal el Ayuntamiento previa concesión de explotación indicará los lugares en los que podrán instalarse elementos con fines publicitarios, así como fijar las características de las expresadas instalaciones.

- Las autorizaciones para instalaciones publicitarias en suelo privado urbanizable se entenderá siempre a precario, pudiendo el Ayuntamiento ordenar su retirada en cualquier momento sin derecho a indemnización o reclamación alguna. Igualmente las licencias podrán

ser revocadas o suspendidas por las causas y circunstancias previstas en el art. 16 del Reglamento de las Corporaciones Locales.

- 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.

- Las licencias se otorgarán salvo del derecho de propiedad y sin perjuicio de tercero, y su otorgamiento no podrá ser invocado para excluir o disminuir la responsabilidad civil o penal que le resulten imputables por aplicación del ordenamiento jurídico vigente, que deben ser asumidas íntegramente por los titulares de las licencias o propietarios de las instalaciones, incluso en los que se refiera a cualquier defecto técnico de la instalación o efectos del mensaje publicitario.

- 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 algunos de los datos señalados determinará la consideración de instalación no identificada con la aplicación del procedimiento sumario de restauración previsto en el artículo 23 de esta Ordenanza.

- La distribución de octavillas, folletos y similares, el reparto en vía pública de publicidad y el reparto de publicidad domiciliaria (sea cual fuere el soporte de la misma) y cualquier otra actividad publicitaria susceptible de influir desfavorablemente en la limpieza pública, estará sujeta a autorización municipal previa de la Alcaldía.

Artículo 21. Titularidad.

Podrán ser titulares de la licencia las personas físicas o jurídicas que:

a. Realicen directamente las actividades comerciales, industriales o de servicio a que se refiere los elementos publicitarios.

b. De forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria y se encuentren incluidas en la matrícula correspondiente del Impuesto sobre Actividades Económicas e inscrita en el Registro Municipal.

Artículo 22. Solicitud y documentación.

22.1. Para la tramitación del expediente de solicitud de licencia a que se refiere esta Ordenanza y sin perjuicio de las autorizaciones que procedan por otras Administraciones Públicas competentes, será perceptivo, según las distintas modalidades de publicidad, la presentación de solicitud con los documentos a que se alude en el Anexo I.

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

a) Modalidad estática: requisitos indicados en los apartados a), b), c), d) y e) del Anexo I.

b) Modalidad móvil: requisitos indicados en los apartados a), b) y e) del Anexo I, así mismo deberán acompañar la propuesta de recorrido a fin de garantizar la seguridad del tráfico rodado y peatonal.

c) Modalidad aérea: requisito indicado en el apartado a), b), c) y e) del Anexo I, así mismo se aportará la documentación que exija la legislación específica aplicable.

d) Modalidad audiovisual: requisito indicado en el apartado c) del anexo I, así mismo se aportará la documentación que exija la legislación específica aplicable.

e) Modalidad impresa: requisito indicado en el apartado a), b) y e) del Anexo I

Artículo 23. Vigencia, Eficacia y Caducidad de las licencias sobre la instalación y actividad publicitaria.

23.1. Vigencia de las licencias.

- 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.

- El plazo de la vigencia de las licencias de publicidad exterior para carteleras, vallas y monopostes será de dos años a contar desde el

día siguiente al de la fecha de concesión de la licencia. La caducidad se declarará por Resolución de Alcaldía 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.

- Finalizado el plazo de vigencia su titular o persona que se subrogue en los derechos de éste, deberá proceder al desmontaje y retirada de la instalación en un plazo de 15 días, a su costa.

- El plazo de vigencia de las Autorizaciones concedidas para el ejercicio de reparto en la vía pública y reparto domiciliario de publicidad impresa, será el establecido en la autorización, y estará sujeto al pago de la tasa pertinente, regulada en la correspondiente ordenanza fiscal. Para la renovación de dicha autorización deberá volverse a solicitar aportando los documentos indicados en el art. 22.2.e).

23.2. Eficacia de las licencias.

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

23.3. Caducidad de las licencias.

Las licencias caducan cuando:

- Se cumpla el plazo para el que fueron concedidas y no haya sido renovadas o prorrogadas.
- Se compruebe, en su caso, que la instalación realizada no se corresponde con el proyecto presentado.
- En los supuestos de variación de la clasificación del suelo.

Artículo 24. Seguros y Fianzas.

1. El Ayuntamiento exigirá para la concesión de licencias de las instalaciones publicitarias, la formalización previa de una póliza de seguros de responsabilidad civil que cubra los daños que puedan ocasionarse a terceros con motivo de la actividad, acreditando con el recibo correspondiente de pago su vigencia.

2. Asimismo, el Ayuntamiento podrá exigir el depósito de una fianza o aval que garantice la reposición de los elementos de la urbanización que al parecer de los Servicios Técnicos puedan quedar afectados, o bien para cubrir los costes de limpieza subsidiaria de la vía y estaciones públicas, cuando se trate de determinadas actividades publicitarias que puedan causar deterioro.

3. La cancelación del seguro y/o fianza se efectuará una vez finalizada la actividad y retirados completamente todos los elementos y comprobada la inexistencia de daños y/o perjuicios posibles.

Artículo 25. Conservaciones de instalaciones publicitarias.

1. Los titulares de licencias y de las concesiones, por escrito firmado, se encargarán de que el material publicitario y sus elementos de sustentación se mantengan en perfecto estado de seguridad y conservación.

2. En caso de incumplimiento de los propietarios o titulares de las instalaciones, el Ayuntamiento las considerará como residuo y, previa audiencia al interesado, procederá a su retirada a través de los servicios municipales correspondientes; sin perjuicio de la incoación del correspondiente expediente sancionador y de ejecución subsidiaria.

Artículo 26. Ordenes de Ejecución y actuación subsidiaria.

1. 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:

- Los instalados en Suelo No Urbanizable prohibidos por el artículo 8 de la Ordenanza.
- La agrupación vertical de vallas prohibidas en el artículo 12 de la Ordenanza. Se procederá a la retirada de todos los elementos agrupados.
- Los que excedan de forma flagrante en sus dimensiones de las máximas autorizables (vallas 8 m. por 3 m., monopostes 5 m. x 12 m. x 15 m., según establecen los artículos 10 y 14 de la Ordenanza).

2. A tal efecto, por la Policía Local y/o técnicos municipales adscritos a la Unidad de Disciplina Urbanística, que gozan de la condición de autoridad pública, 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 27. Instalaciones publicitarias en dominio público sin licencia o concesión.

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 un mes 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 28. Datos identificativos de las carteleras o vallas publicitarias.

En todas las carteleras o vallas deberá constar necesariamente, el número de Registro que haya sido asignado como empresa de publicidad y el número de expediente de concesión de licencia, así como el nombre de la empresa. Según modelo adjunto (anexo II).

Cuando la cartelera carezca de alguno de los citados datos identificativos o estos no correspondan con los obrantes en los archivos municipales, la cartelera se considera anónima y por tanto carente de titular, pudiendo ser retiradas por la Administración en cualquier momento.

Capítulo 3.1. PROCEDIMIENTO SANCIONADOR.

Artículo 29. Concepto de infracción.

- Constituirán infracción administrativa, los actos u omisiones que contravengan las prescripciones de esta Ordenanza.

En caso de incumplimiento de las disposiciones de la presente Ordenanza con fundamento en la LrBRL 7/85, será de aplicación el Régimen Sancionador previsto en la misma, siguiendo el procedimiento regulado por el Real Decreto 1398/1993 de 4 de agosto, que aprueba el Reglamento del Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, en desarrollo de la Ley 30/92, de Régimen Jurídico y Procedimiento Administrativo Común.

- Cuando de la comisión de una infracción derive necesariamente la comisión de otra u otras, tipificada en el presente régimen sancionador o en el que derive de otro régimen legal, como el urbanístico, se impondrá únicamente la sanción correspondiente a la infracción más grave cometida; o en su caso, la aplicación de las restantes fórmulas y tipos de concurso de infracciones o normas, en aplicación del principio de non bis in ídem.

CLASIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES.

Artículo 30. Infracciones en suelo de dominio privado.

- En terrenos cuya titularidad no corresponda al Ayuntamiento: la colocación de carteles, banderolas, vallas, monopostes y otros elementos de publicidad visibles desde la vía pública sin licencia o autorización municipal o sin ajustarse a sus determinaciones y condiciones. Se calificarán como:

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

Artículo 31. Infracciones en suelo de dominio público.

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 contrato relativos a concesiones administrativas para la instalación de carteleras publicitarias en terrenos municipales, las que se relacionan a continuación:

a) 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.
- El reparto de publicidad impresa desde la vía pública o reparto domiciliario sin la Autorización correspondiente.
- La colocación de publicidad impresa en cualquier tipo de soporte en los vehículos estacionados en la vía pública
- Cualquier otra infracción de la presente Ordenanza no calificada como grave o muy grave.
- El ejercicio de la actividad publicitaria que utilice a la persona humana con la única finalidad de ser soporte material del mensaje o instrumento de captación de atención.

b) Infracciones graves:

- La instalación de valla o monoposte o de cualquier elemento de que se compongan los mismos, aún estando autorizados, sin respetar las características técnicas exigidas por el Ayuntamiento.
- El lanzamiento de propaganda gráfica a la vía pública.
- 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.

Y en general, las acciones y omisiones en materia de actividad de publicidad regulada en la presente ordenanza.

c) Infracciones muy graves:

- La instalación de valla o monoposte o de cualquier otro 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 realización de publicidad móvil, aérea, audiovisual o impresa en las puertas o inmediaciones de comercios, empresas o similares que se dediquen a la misma actividad que el anunciante. A estos efectos se podrán adoptar las medidas cautelares que fueren precisas para evitar la actuación ilegal, tales como la inmovilización del vehículo en caso de publicidad móvil, el decomiso de los folletos, octavillas o similares en caso de publicidad impresa o cualquier otra medida tendente a impedir la continuidad de la comisión de la infracción.
- La concurrencia de dos infracciones graves en el período de un mes.
- Aquellas actividades publicitarias que por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las leyes.

Y en general, las acciones y omisiones en materia de actividad de publicidad regulada en la presente ordenanza.

Artículo 32. Sujetos responsables.

Son responsables de las infracciones a esta Ordenanza el anunciante, entendido como la persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad y los Promotores de las actuaciones publicitarias. 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, y de la Ley Urbanística Valenciana, art. 237, se considerarán Promotores de las actuaciones publicitarias:

1. En infracciones cometidas en terrenos cuya titularidad no corresponda al Ayuntamiento:

- a. El Propietario-Instalador de la valla o monoposte publicitario. (Promotor titular del elemento publicitario).
- b. El Anunciante 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.

2. 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 33. 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 publicitadas será:

- a) En vallas sin licencia o sin ajustarse a la misma, de 150 a 300 Euros/día/valla.
- b) En monopostes sin licencia o sin ajustarse a la misma, de 200 a 500 Euros/día/monoposte.
- c) En otros elementos de publicidad sin licencia o sin ajustarse a la misma, de 150 a 300 Euros/día/elemento publicitario.

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

2.3.- El importe concreto de la sanción se determinará en el expediente sancionador a las características del elemento publicitario en cuestión, tales como su situación, superficie, impacto, iluminación, legalización, y demás circunstancias establecidas en la legislación urbanística valenciana.

2.4.- En ningún caso la sanción a imponer podrá superar la cuantía máxima prevista en la legislación 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 150 hasta 750 Euros.
- b) Por la comisión de infracción grave: Multa de 751 hasta 1.500 Euros.
- c) Por la comisión de infracción muy grave: Multa desde 1.501 hasta 3.000 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.
- El número de octavillas, folletos, etcétera, de publicidad repartidos en la vía pública sin autorización. La sanción aumentará cien euros por cada múltiplo de 50 folletos repartidos
- El número de carteles instalados en la vía pública sin autorización. La sanción aumentará cien euros por cada múltiplo de 5 carteles instalados
- 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 co-

respondiente Expediente Sancionador, siempre que dicho pago voluntario se efectúe durante los quince días naturales siguientes a aquél en que tenga lugar la notificación del mismo, implicando la terminación del procedimiento sin perjuicio de la posibilidad de interponer los Recursos procedentes.

Artículo 34.- Pago voluntario de la sanción

El pago voluntario de la sanción que corresponde a la infracción cometida, si se realiza antes de la finalización del plazo para la presentación de alegaciones (15 días desde la notificación de iniciación del expediente) tendrá una bonificación del 20% de la cuantía mínima correspondiente a la sanción

Artículo 35. Procedimiento Sancionador.

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 personal o bienes públicos o privados.
- c) Cuando el promotor titular de 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 36. Recursos.

Contra los Actos administrativos de carácter definitivo de Resolución de los expedientes, dictados en aplicación de lo dispuesto en esta Ordenanza podrán interponerse Recurso Potestativo de Reposición o Recurso Contencioso-Administrativo.

Artículo 37. Prescripción de la infracción y sanción.

Respecto de la prescripción de las infracciones y sanciones reguladas en la presente Ordenanza, rige en función de la naturaleza de la misma, lo previsto en la Ley 30/92, de Procedimiento Administración Común y Real Decreto 1398/1993 de 4 de agosto.

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 de concesión adjudicado para el uso especial del dominio público municipal mediante la instalación

de vallas publicitarias, se regirán por el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares que rija dicho contrato.

Al efecto de establecer un régimen de publicidad complementario de la presente Ordenanza, en los puntos de entrada del término municipal se colocará un cartel informativo sobre la prohibición de la publicidad en los términos que prescribe la presente Ordenanza y la aplicación del régimen sancionador que derive por tal incumplimiento.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

A la entrada en vigor de la presente Ordenanza quedará derogada la Ordenanza Municipal de Actividades Publicitarias definitiva, publicada en el BOP 9 de diciembre de 2013.

DIPOSICIÓN FINAL

Primera

En todo lo no previsto por la presente Ordenanza se estará a la normativa legal aplicable, estatal o autonómica y régimen local.

Segunda

La presente Ordenanza que consta de 37 artículos, una Disposición Adicional, una Disposición Transitoria, una Disposición Derogatoria, dos Disposiciones Finales y un Anexo, entrará en vigor una vez aprobada definitivamente por el Ayuntamiento y publicado su texto completo en el Boletín Oficial de la Provincia, transcurrido el plazo previsto en el artículo 65.2 de la LrBRL 7/85, de 2 de abril, todo ello en los términos regulados en el Art. 70.2 del citado texto legal.

ANEXO I.

- a) Instancia debidamente cumplimentada.
- b) Carta de pago de haber satisfecho el ingreso de la Tasa o Precio Público liquidado con la Ordenanza Fiscal correspondiente, en su caso.
- c) Proyecto suscrito por técnico competente y visado por el Colegio Profesional correspondiente, que necesariamente contendrá:
 1. Memoria justificativa en la que se acredite la adecuación del elemento a instalar, no incurriendo en ninguna de las prohibiciones señaladas en su articulado.
 2. Memoria descriptiva del elemento o elementos a instalar especificando dimensiones, sistemas de montaje y lugar exacto donde se pretenda instalar el elemento publicitario, con justificación técnica de los elementos publicitarios, con justificación técnica de los elementos estructurales sustentantes necesarios para su estabilidad y seguridad, hipótesis de cálculo y seguridad frente a la acción del viento.
 3. Planos de situación (escala mínima 1:1000), emplazamiento en el solar, edificio, etc. (escala mínima 1:100), secciones y alzados tanto para el elemento como de las fachadas, cierres o elementos verticales sobre los que se instale, en los que se refleje exactamente las proyecciones, tanto sobre el suelo como sobre los parámetros verticales, de la totalidad del elemento publicitario y su estructura y cimentación sustentante.
 4. Mediciones y presupuesto.
 5. Dos fotografías a color de formato 18x24 centímetros o similar del lugar y entorno donde se quieren instalar los elementos publicitarios, tomadas desde la vía pública de forma que permitan la perfecta identificación del mismo.
 6. Proyecto específico de las instalaciones eléctricas de acuerdo con la normativa vigente.
- d) Autorización de la propiedad del edificio, local o parcela y en su caso acuerdo de la Comunidad de propietarios.
- e) Acreditación para las personas físicas o jurídicas que de forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria.
- f) Copia de la póliza de seguros a que se refiere el artículo 24 de esta Ordenanza y documento acreditativo de encontrarse en vigor.

ANEXO II.
 PLACA IDENTIFICATIVA


La presente Ordenanza que consta de 37 artículos, una Disposición Adicional, una Disposición Transitoria, una Disposición Derogatoria, dos Disposiciones Finales y un Anexo, entrará en vigor una vez aprobada definitivamente por el Ayuntamiento y publicado su texto completo en el Boletín Oficial de la Provincia, transcurrido el plazo previsto en el artículo 65.2 de la LrBRL 7/85, de 2 de abril, todo ello en los términos regulados en el Art. 70.2 del citado texto legal.

Lo que se hace público a los efectos del Art. 49, 59.4 y 70 de la LrBRL 7/85, modificada por la Ley 11/99, entrando en vigor la presente Ordenanza Municipal según lo preceptuado en la Disposición Final.

Alfajar, 5 de septiembre de 2014.—El alcalde, Juan Ramón Adsua-ra Monlleó.

— 2014/22348