Ordenanzas municipales

Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, de 30 de enero de 2009

Versión: Texto inicial publicado el 17/02/2009

Identificador: ANM 2009\2

Tipo de Disposición: Ordenanzas municipales

Fecha de Disposición: 30/01/2009

Permalinks:
- https://sede.madrid.es/eli/es-md-01860896/odnz/2009/02/17/(1)/dof/spa/html
- https://sede.madrid.es/eli/es-md-01860896/odnz/2009/02/17/(1)/dof/spa/pdf

Publicaciones:
- BO. Ayuntamiento de Madrid 10/02/2009 num. 5.892 pag. 7-22.
- BO. Comunidad de Madrid 17/02/2009 num. 40 pag. 72-86.

Rectificaciones:
- BO. Comunidad de Madrid 16/07/2009 num. 167 pag. 71.
- BO. Ayuntamiento de Madrid 08/09/2009 num. 6016 pag. 3.

Afectada por:
- Desarrollados artículos 39.3 b), 43.1 a), b) y c), 43.3 y 45.1 por el Acuerdo de 14 de octubre de 2010, de aplicación del Real Decreto 1000/2010, de 5 de agosto, sobre visado colegial obligatorio en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid. ANM 2010\55
- Complementado artículos 31.3 a), 32.2 a), 33.3 y 37.7 b), por el Decreto de 30 de julio de 2009 de la Delegada del Área de Gobierno de Medio Ambiente, por el que se dictan Instrucciones para la aplicación de la Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior. ANM 2009\22

Afecta a:
- Deroga Ordenanza de Protección del Paisaje Urbano, de 31 de mayo de 2001. ANM 2009\72

Jurisprudencia:
- Anulada frase artículo 15.4 "por razones de seguridad no podrán instalarse soportes publicitarios luminosos si en la última planta existieran piscinas" por la Sentencia 1942/2013 de la Sala Tercera del TS, de 5 de marzo de 2013. ES:TS:2013:1942

Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, de 30 de enero de 2009

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

En el año 2001, la Ordenanza de Protección del Paisaje Urbano introdujo el concepto del paisaje urbano en la normativa municipal vinculado a la publicidad exterior. Hace ya más de veinte años que el Ayuntamiento de Madrid aprobó la primera Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior Mediante Carteleras. Desde entonces, dos textos más, en 1993 y en 2001, han dado continuidad a la tarea emprendida de construir un espacio normativo en que el legítimo ejercicio de la actividad publicitaria visible desde los espacios públicos se desarrolle dentro del respeto y mejora de los valores del paisaje urbano, del medioambiente, del patrimonio histórico-artístico y natural, en suma, de la imagen de la ciudad de Madrid.

La propia evolución de la ciudad, de la concepción social de la actividad publicitaria y de las costumbres de los ciudadanos exige a la administración municipal una actitud receptiva con las tendencias actuales y la adopción de medidas protectoras para unas zonas y vanguardistas e innovadoras en otras. En este sentido, el diseño de las diversas escenas urbanas puede dar lugar a la creación de zonas concretas en las que se permita una cierta concentración de elementos de información y publicidad luminosa, al considerar que la configuración de ámbitos como focos y escenas encendidas puede tener un efecto positivo para la imagen de la ciudad. Asimismo, la caracterización propia de determinadas áreas de la ciudad obliga a un planteamiento en consonancia con su entorno. Para ellas, se establece una protección específica mediante la creación de una zona de especial protección en la que se limitan los elementos publicitarios, pues su proliferación tendría un efecto negativo sobre el patrimonio histórico de la ciudad. Además, la protección del patrimonio histórico-artístico se ve reforzada por la exigencia de informe favorable de los órganos colegiados competentes en la materia, de forma que el régimen general de sus informes, preceptivos y no vinculantes, adquiere, en los supuestos que se señalan, la condición de vincular la decisión del órgano competente para otorgar las licencias y autorizaciones. Como situación intermedia entre ambos extremos, se regula un régimen general publicitario para el suelo urbano y para el suelo urbanizable en el que se recogen sus peculiaridades.

En definitiva, la nueva Ordenanza reguladora de la publicidad exterior, además de establecer el régimen aplicable a la actividad publicitaria privada visible desde la vía pública, se constituye como una herramienta que contribuye al desarrollo del paisaje urbano como manifestación formal de una realidad social, cultural e histórica.

II

El contenido de la publicidad, como toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones, no es objeto de regulación por la Ordenanza al exceder de su ámbito competencial, limitándose a establecer los supuestos en los que, de acuerdo con la ley General de Publicidad, se prohíbe la emisión de mensajes y la utilización de medios publicitarios que atenten contra la dignidad de las personas y los valores constitucionales o que promuevan el consumo de determinadas sustancias adictivas.

La Ordenanza se dirige a la regulación de la actividad privada de publicidad exterior, abarcando la que se lleva a cabo con medios publicitarios tradicionales y la que utiliza los nuevos medios publicitarios tecnológicamente más avanzados. Ante la proliferación de nuevas actuaciones publicitarias de carácter efímero, sin utilización de soportes fijos, se introduce, por primera vez, la posibilidad de autorizarlas de forma individual de acuerdo con el impacto y repercusión que puedan originar en el entorno.

Respecto al régimen jurídico de las autorizaciones y licencias se establece una distinción entre las actividades publicitarias que se realizan mediante la utilización de soportes con estructuras fijas que, en su mayoría, requieren

para su instalación la redacción de un proyecto técnico y quedan sometidas a la obtención de licencia urbanística, de las sometidas a la obtención de una autorización administrativa. En virtud de esta distinción se establecen también los diferentes regímenes de infracciones y sanciones.

La instalación de soportes publicitarios sometidos a la obtención de licencia urbanística se rige por las disposiciones de esta Ordenanza, por las de la Ordenanza de Tramitación de Licencias Urbanísticas y por las de la ley del Suelo de la Comunidad de Madrid. La licencia urbanística por la que se permite la realización de las obras para la instalación de los soportes y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior adopta la denominación de licencia publicitaria. Respecto a las infracciones y sanciones se desarrolla el artículo 227 de la ley del Suelo de la Comunidad de Madrid que establece el régimen específico para los carteles y otros soportes de publicidad. Cuando la instalación de los soportes se realice en dominio público la autorización demanial comprenderá la concesión de la licencia urbanística.

Las actuaciones publicitarias que no utilizan soportes fijos, como las de carácter efímero, quedan sujetas a la concesión previa de autorización administrativa, tanto en el supuesto de realizarse en vías y espacios de titularidad y uso público como en otros lugares que, sin tener este carácter público, son visibles desde aquellos. Esta doble posibilidad de ubicación da lugar, a su vez, a dos clases de autorizaciones administrativas. Por una parte, la autorización demanial, cuando la actuación publicitaria suponga la ocupación de suelo de titularidad y uso público, y, por otra, la autorización administrativa especial cuando se realice en suelo de titularidad privada siendo visible desde las vías y espacios públicos. Esta autorización adopta la denominación de autorización de actuación de publicidad exterior, cuyo fundamento se encuentra en el artículo 8 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales. La naturaleza de ambas es discrecional al tratarse de actuaciones publicitarias visibles desde la vía pública que se ejecutan tanto en dominio público como en espacios privados de uso público o de uso privado con la finalidad de estimular la atención, de forma indiscriminada, de las personas que se encuentren o transiten por la vía pública. En consecuencia, el solicitante de la autorización carece del derecho preexistente a su obtención, siendo la regulación de los requisitos previos a cumplir y la valoración individualizada de su impacto el marco que define la concesión de la autorización.

Por otra parte, no se admite la posibilidad de utilizar vehículos o remolques como soportes publicitarios de carácter móvil, tengan como finalidad, o no, la transmisión de mensajes publicitarios, evitando con ello la proliferación de vehículos publicitarios, en todas sus modalidades, con un alto índice de contaminación visual en el entorno urbano.

La especialidad de los elementos de señalización e identificación de establecimientos y actividades es objeto de regulación específica. Dentro de ella se establece, de forma independiente, las condiciones de las muestras, banderines y elementos análogos de los requisitos que deben cumplir los rótulos de identificación en coronación y en fachadas. La Ordenanza incluye de forma pormenorizada las características de la identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización, como los de carácter sanitario y turístico. Todas estas clases de carteles anunciadores, en los que se transmite la localización de los establecimientos y actividades, aunque no pueden considerarse como publicidad comercial propiamente dicha, contribuyen de forma determinante a la configuración de la mancha publicitaria de la ciudad, por lo que su regulación en esta Ordenanza queda plenamente justificada.

III

Desde el punto de vista de las novedades de carácter técnico, hay que destacar su adecuación al Plan General de Ordenación Urbana de 1997, (PGOUM) respecto a la zonificación establecida para las áreas y edificios de interés histórico-artístico, que se delimita de acuerdo con las que configuran las áreas de planeamiento especifico del centro histórico (APECH o APE 00.01), de los cascos históricos de los Distritos Periféricos y de las Colonias Históricas y el Recinto Histórico de Madrid, declarado Bien de Interés Cultural por decreto 61/1993, de 20 de mayo, con la categoría de zona arqueológica. Así, la anterior zona 2, pasa a estar formada únicamente por dos subzonas, la subzona 2.1, de Especial Protección, que integra el Recinto Histórico de Madrid y los ámbitos de los cascos históricos de los Distritos Periféricos y de las Colonias Históricas, y la subzona 2.2 que incluye el resto del APECH.

Una importante novedad es la regulación de la intensidad de la iluminación de los soportes. Por primera vez en una ordenanza municipal se establece la regulación de la luminancia máxima de las superficies luminosas mediante la fijación de unos valores elaborados de acuerdo con las recomendaciones de las normas internacionales CIE -Comisión Internacional del Alumbrado-, del Instituto Astrofísico de Canarias y que, además, han sido contrastados mediante determinados ensayos realizados por el Laboratorio Central Oficial de Electrotecnia. Con esta regulación el Ayuntamiento de Madrid es pionero en el establecimiento de un claro marco normativo que va a permitir evitar molestias a los ciudadanos y lograr los importantes objetivos de reducir la contaminación lumínica y el consumo injustificado de energía eléctrica.

En este orden de objetivos, también se regula la fijación de los horarios de funcionamiento de los soportes con iluminación. En la determinación del régimen de horarios para los elementos de identificación de establecimientos se ha tenido en cuenta la utilidad de la iluminación como indicador de su apertura al público. El régimen de horarios para los restantes soportes se establece en función de la tecnología de iluminación utilizada, distinguiendo dos periodos de acuerdo con las horas diurnas y la propia referencia a los horarios aprobados por el Ayuntamiento para las terrazas de veladores al ser una actividad que se realiza, mayoritariamente, en dominio público.

IV

El nuevo texto se estructura en nueve títulos, que comprenden sesenta y seis artículos, una disposición adicional, tres disposiciones transitorias, una derogatoria y dos finales.

Los Títulos I y II contienen normas de carácter general en las que se determina el objeto de la Ordenanza, los medios de expresión publicitaria no permitidos, la calificación tipológica en la que se divide el suelo, las condiciones y características que deben cumplir toda clase de soportes y la protección del entorno y del patrimonio histórico de la ciudad.

Los Títulos III a VI se dedican a la regulación de los diferentes tipos de soportes publicitarios, sus características y emplazamientos.

El Título VII contempla la regulación de los elementos de señalización e identificación de establecimientos y actividades, estableciendo un régimen propio y diferenciado de la publicidad exterior.

La tramitación de las autorizaciones y licencias se regula en Título VIII, en tanto que el régimen disciplinario y sancionador se regula en el Título IX.

La disposición adicional establece la posibilidad de regular mediante convenios las condiciones particulares de determinados sectores de actividad cuya presencia en la ciudad se caracteriza por la implantación de un gran número de establecimientos tanto por contar con una imagen corporativa común como por la prestación de servicios similares, fijando así las que pueden ser objeto de transacción y las que tienen carácter normativo mínimo e indeclinable.

Por último, las disposiciones transitorias se dedican a la regulación de las condiciones aplicables a los supuestos nacidos al amparo de la anterior Ordenanza. Así, se regula la adaptación de los soportes publicitarios y de identificación que cuentan con licencia y se ajustan a sus determinaciones, distinguiendo entre las licencias de carácter temporal de las de duración indefinida. En ambos supuestos, las licencias concedidas mantienen su vigencia, debiendo adaptarse a las determinaciones de la Ordenanza en el supuesto de realizar cualquier actuación que suponga una modificación de la licencia concedida, incluido el cambio de titularidad si ello afecta a la identificación del establecimiento. Las actuaciones experimentales y de patrocinio, dada su naturaleza temporal, se mantendrán durante el plazo concedido. Para determinar la normativa aplicable a las solicitudes de licencias que se encuentren en tramitación se establece el criterio jurisprudencial de aplicación de la normativa en vigor en el momento de la resolución, siempre que ésta se realice dentro del plazo establecido.

TÍTULO I

Disposiciones de carácter general

Artículo 1. *Objeto y definiciones.*

1. La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid, teniendo en consideración los objetivos de prevención y corrección de la contaminación lumínica y visual, el fomento de la utilización de fuentes de energía renovable y la reducción de la intrusión luminosa en el entorno doméstico.

2. A efectos de esta Ordenanza se entiende por:

a) Publicidad: de conformidad con el artículo 2.1 de la ley General de Publicidad, es toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

b) Publicidad exterior: la que es visible desde las vías y espacios públicos siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común.

c) Vía pública: todo espacio de titularidad pública por el que transitan o en el que permanecen los ciudadanos.

d) Acciones publicitarias efímeras: las que para su ejecución no requieren la utilización de soportes fijos, pudiendo consistir en actuaciones con actores y/o público, ejecutándose en la vía pública o en espacios de titularidad privada visibles desde la vía pública, con una duración inferior a seis horas diarias.

e) Órgano municipal competente: el que ostente la competencia en materia de publicidad exterior conforme a la organización de los servicios administrativos y al régimen municipal vigente de delegaciones y desconcentraciones.

f) Licencia publicitaria: licencia urbanística que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de los soportes y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior.

g) Licencia de identificación: licencia urbanística que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de los soportes y la exhibición de la identificación del establecimiento en el ejercicio de su actividad.

h) Autorización especial: autorización demanial que habilita a su titular para la realización de una acción publicitaria en dominio público municipal. Cuando se requiera la utilización de soportes con estructuras fijas deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

i) Autorización de actuación de publicidad exterior: autorización administrativa especial que habilita a su titular para la realización de una acción de publicidad exterior en suelo de titularidad privada cuando no requiera la utilización de soportes fijos.

j) Vías de circulación rápida: se definen como aquéllas en las que la velocidad máxima de circulación autorizada, conforme a la señalización específica correspondiente, sea superior a 50 kilómetros/hora.

3. No están sujetos a esta Ordenanza las actividades que carezcan de naturaleza publicitaria de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2 de la ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, cuando se efectúen en vía pública por entidades sin ánimo de lucro, partidos políticos y otras entidades vecinales y asociativas para informar, difundir y promocionar sus actos propios de carácter social, político, cultural, de participación ciudadana, de fomento de valores cívicos y conductas humanitarias, de concienciación y sensibilización social y similares.

El reparto de prensa gratuita se regula por su normativa específica. Las actividades realizadas durante las campañas electorales se ajustarán a las disposiciones previstas en materia electoral.

La señalización de edificios y dotaciones, en la vía pública, realizada por empresas concesionarias en cumplimiento de sus obligaciones, no es objeto de regulación por esta Ordenanza.

Artículo 2. *Medios de expresión publicitaria no autorizados.*

1. Se prohíbe expresamente.

a) La fijación de publicidad o propaganda mediante carteles, pegatinas, etiquetas proyecciones y otros procedimientos similares y la realización de inscripciones y dibujos con motivos publicitarios, salvo en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, sobre paramentos de edificios e instalaciones, pavimentos, muros, monumentos, obras públicas, elementos de mobiliario urbano, alumbrado, registros de instalaciones o cualquier otro servicio público.

b) La colocación de carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos, nombres comerciales o de establecimientos, productos, promociones, etc. en vía pública y la utilización de las señales de circulación, de los báculos y columnas de alumbrado público y de los rótulos viarios con esta finalidad.

c) Reparto o entrega en vía pública de folletos, anuncios, pegatinas o cualquier otra clase de producto publicitario.

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

La instalación de publicidad en vehículos auto-taxis se regulará por su normativa municipal específica.

3. La utilización de medios publicitarios sonoros está expresamente prohibida dentro del ámbito general de esta Ordenanza, rigiéndose su régimen disciplinario y sancionador por la normativa específica de protección del medio ambiente urbano frente a la contaminación acústica.

4. Se podrá disponer la retirada inmediata de forma cautelar de la publicidad que vulnere los principios establecidos en el artículo 3 de la ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, con independencia de los procedimientos sancionadores y restantes actuaciones que tramiten los órganos competentes en materia de publicidad.

Artículo 3. *Otros medios de expresión publicitaria.*

1. Con carácter experimental se podrán autorizar actuaciones no contempladas en esta Ordenanza para su realización de forma temporal, incluso en el dominio público municipal, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

En todas las actuaciones experimentales deberán reservarse espacios para la promoción de la ciudad de Madrid o de acontecimientos en los que participe directamente. La determinación de los espacios, contenidos y formatos promocionales se coordinará por el órgano competente para otorgar la autorización de la actuación experimental y requerirá su conformidad en la que figurarán las características de la acción de promoción.

2. Para autorizar las acciones publicitarias efímeras, definidas en el artículo 1.2 d), se tendrá en consideración su impacto y repercusión en el paisaje urbano.

Rectificado error artículo 3.2. BO. Ayuntamiento de Madrid 08/09/2009 núm. 6016 pág. 3.

Artículo 4. *Ámbitos territoriales de actuación.*

1. Se establece la siguiente calificación tipológica del suelo del término municipal, adoptando la terminología del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid de 1997 (en adelante, PGOUM), aprobado por el Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid el 17 de abril de 1997:

Zona 1: Comprende la totalidad del suelo clasificado como No Urbanizable, los Sistemas Generales y Dotaciones Locales.

Zona 2: Comprende los ámbitos comprendidos en:

a) Recinto Histórico de Madrid declarado Bien de Interés Cultural por decreto 61/1993, de 20 de mayo, en la categoría de Zona Arqueológica.

b) Área de Planeamiento Específico del Centro Histórico -APE 00.01 o APECH-.

c) Área de Planeamiento Específico de los Cascos Históricos de los Distritos Periféricos de Fuencarral; El Pardo; Aravaca; Carabanchel Bajo; Carabanchel Alto; Hortaleza; Villaverde; Villa de Vallecas; Vicálvaro; Canillejas y Barajas.

d) Área de Planeamiento Específico de las Colonias Históricas establecidas en el PGOUM.

Se distinguen las siguientes subzonas:

Zona 2.1, de Especial Protección que comprende el ámbito del Recinto Histórico de Madrid; los ámbitos comprendidos en las áreas de planeamiento específico de las Colonias Históricas y de los Cascos Históricos de los Distritos Periféricos.

Zona 2.2. Comprende el ámbito del área de planeamiento específico del Centro Histórico -APE 00.01- no incluido en la zona 2.1.

Zona 3. Comprende el resto del suelo clasificado como urbano.

Zona 4. Comprende el suelo clasificado como urbanizable.

2. Se establecen como vías especiales las denominadas VÍAS DE CIRCULACIÓN RÁPIDA que se definen en el artículo 1.2 j) y las VÍAS COMERCIALES constituidas por los ejes terciarios regulados en las normas urbanísticas del P.G.O.U.M.

Rectificado error artículo 4.2. BO. Ayuntamiento de Madrid 08/09/2009 núm. 6016 pág. 3.

TÍTULO II

Soportes y emplazamientos

Artículo 5. *Clases y características de los soportes publicitarios.*

1. Los soportes publicitarios se clasifican en función de los materiales utilizados y su relación con la luz sin que ambos grupos sean excluyentes entre sí.

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

Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles. Soportes flexibles: son aquellos realizados con materiales textiles, plastificados o cualquier otro de textura flexible o blanda.

b) En relación a la luz se distingue entre:

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

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

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

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

3. Los soportes rígidos que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La profundidad total de estos soportes cuando sean opacos o iluminados, incluido dicho marco, no sobrepasará los treinta centímetros (30 cm.). La profundidad total de los soportes rígidos luminosos o retroiluminados así como los que utilizan tecnología de iluminación digital -sistema de diodos emisores de luz o similares-, no sobrepasará los cuarenta y cinco centímetros (45 cm.).

4. En ningún caso se podrán incorporar elementos sonoros ni corpóreos a los soportes.

Artículo 6. *Emplazamientos y superficie publicitaria.*

1. Emplazamiento publicitario es cada uno de los ámbitos físicos susceptibles de ser utilizados para la instalación de los soportes publicitarios o identificativos regulados en esta Ordenanza. Cada emplazamiento es único y no podrá ser objeto de segregación parcial a efectos de su explotación publicitaria.

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

Artículo 7. *Condiciones de iluminación.*

1. Se establecen los siguientes horarios de funcionamiento.

Los elementos de identificación y señalización de actividades, regulados en el Título VII, que cuenten con iluminación, podrán encenderse desde las 7 de la mañana al orto y desde el ocaso hasta las 12 horas de la noche o mientras que el establecimiento permanezca abierto al público en función de su actividad y de conformidad con los horarios legalmente establecidos, excepto las cruces de las oficinas de farmacia, reguladas en el artículo 35, que podrán permanecer encendidas las 24 horas del día. No obstante, el órgano municipal competente podrá establecer un horario diferente para zonas o emplazamientos concretos.

Los soportes publicitarios instalados en edificios, obras, en solares y terrenos sin uso regulados en los Títulos IV, V y VI, que cuenten con iluminación, excepto los soportes rígidos con iluminación digital - sistema de diodos emisores de luz u otros similares-, podrán mantenerse encendidos en los siguientes horarios:

a) En el periodo comprendido desde el 1 de noviembre al 31 de marzo -periodo invernal-, desde las 7 horas de la mañana al orto y desde el ocaso hasta las 12 de la noche.

b) En el periodo comprendido desde el 1 de abril al 31 de octubre -periodo estival-, de lunes a domingo desde las 6 de la mañana al orto y de lunes a jueves y los domingos desde el ocaso hasta la 1 de la madrugada. Los viernes, sábados y vísperas de festivo el horario se puede prolongar desde el ocaso hasta las 2:30 de la madrugada. En el supuesto de que se produjesen molestias derivadas de la iluminación el horario de funcionamiento quedará reducido al establecido para el periodo invernal.

2. Se fijan las siguientes condiciones de la iluminación para los soportes con iluminación.

a) La instalación eléctrica cumplirá las determinaciones establecidas por el Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión, aprobado por Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto.

b) No se permitirá la iluminación de soportes publicitarios utilizando energía producida por cualquier grupo autónomo de combustión interna. Se utilizará, siempre que la instalación lo permita, dispositivos de ahorro energético y fuentes de energía renovables.

c) La iluminación proyectada, sobre cualquier tipo de soporte, deberá tener siempre una orientación descendente con una sola línea de proyectores en la parte superior. La proyección de luz no podrá sobrepasar los límites de la superficie publicitaria y tendrá un efecto de desvanecimiento, sin que pueda proyectarse directamente sobre la superficie a iluminar.

d) Se entiende por luz oblicua cualquier proyección inclinada del haz de luz que pueda incidir en los huecos de ventanas. Se entiende por luz recta aquella cuyo ángulo de incidencia sobre el plano de fachada enfrentado es mayor o igual a 75º.

e) Se utilizarán preferentemente luminarias no contaminantes y lámparas eficientes de bajo consumo.

3. La luminancia máxima de los soportes publicitarios y de los elementos de identificación de actividades, se limitará en función del tamaño de la superficie luminosa de acuerdo con los valores fijados en la siguiente tabla:

Luminancia Máxima en Superficies Luminosas	
Superficie luminosa en m^2	**Luminancia en cd/m^2**
Menor de 0,5 m^2	1.000 cd/m^2
0,5 < S < 2 m^2	800 cd/m^2
2 < S< 10 m^2	600 cd/m^2
Mayor de 10 m^2	400 cd/m^2

De acuerdo con la calificación tipológica del suelo, para las superficies luminosas de hasta 10 m^2, situadas en la zona 2, sólo se admitirá una luminancia máxima de 600 cd/m^2.

4. A los soportes con tecnología de iluminación digital -sistema de diodos emisores de luz u otros similares- se les aplicará el siguiente régimen.

a) Podrán mantener la conexión a su fuente de energía durante las horas diurnas -del orto al ocaso- debiendo cumplir el horario de encendido inicial y apagado final, establecido en el apartado 1, sin superar los valores de luminancia máxima durante las horas nocturnas.

b) La orientación de los diodos de luz siempre será descendente para evitar la contaminación lumínica. En la licencia publicitaria se fijarán las condiciones técnicas, las de la explotación publicitaria y las del horario de cada instalación de acuerdo con el proyecto técnico presentado.

c) En el supuesto de que los mensajes publicitarios transmitidos mediante imágenes puedan afectar al tráfico rodado será preceptivo el informe favorable del servicio municipal competente en materia de movilidad.

5. La Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid u órgano en quien delegue podrá establecer los ámbitos concretos de la ciudad en los que se puedan exceptuar los valores máximos de luminancia y los horarios de funcionamiento con la finalidad de crear focos y escenas encendidas en los que se pueda intensificar la instalación de soportes publicitarios luminosos y la concentración de elementos de información.

Artículo 8. *Protección del entorno.*

1. Cualquier actuación publicitaria deberá realizarse de forma que su impacto visual y ambiental sea mínimo. Por ello, no podrá producir daños en el entorno, ni será autorizable su alteración mediante podas o talas de arbolado, desplazamiento de tierras o escombros, modificación de elementos arquitectónicos, etc.

2. No se autorizarán, en ningún caso, actuaciones publicitarias que produzcan distorsiones perjudiciales para el paisaje urbano o natural ni las que por su ubicación o diseño puedan perjudicar o comprometer la adecuada visibilidad de los viandantes, del tráfico rodado y de su señalización. No se considerará perjudicial, por su carácter temporal y vinculación a la duración de obras autorizadas, la instalación de soportes flexibles sobre estructuras de andamios cuando se ajusten a las condiciones del artículo 25 de esta Ordenanza y cuenten con la preceptiva licencia publicitaria.

3. Cuando por los servicios técnicos municipales se considere necesario para lograr la debida integración de la actuación publicitaria en el ambiente urbano, se podrá exigir, previa justificación, la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos.

4. La gestión de los residuos generados deberá realizarse de acuerdo con lo dispuesto en la normativa estatal y autonómica reguladora de la generación, tratamiento y eliminación de residuos. En cada uno de los proyectos técnicos de solicitud de las licencias publicitarias y de identificación se establecerán las medidas de reciclado y reutilización de los materiales que se vayan a llevar a cabo.

Artículo 9. *Protección del Patrimonio.*

1. Se prohíbe, con carácter general, la publicidad comercial en los Bienes declarados de Interés Cultural y en sus entornos de protección; en los edificios, parques y jardines, establecimientos comerciales y elementos urbanos incluidos en los Catálogos de Protección con nivel 1 de protección así como en los Cementerios Históricos protegidos por el planeamiento específico, salvo cuando se trate de soportes publicitarios que, por su valor histórico y cultural, conforman el paisaje urbano de la ciudad, en cuyo caso, se requerirá informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

2. Toda actuación publicitaria que afecte a elementos catalogados, con menor nivel de protección que el señalado en el párrafo anterior, o a las áreas declaradas de interés histórico, artístico, paisajístico y natural, estará sometida a las condiciones y limitaciones necesarias para garantizar su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido. Se respetarán los valores paisajísticos y el mantenimiento de las líneas compositivas de los edificios, sin ocultar sus elementos decorativos y ornamentales. Se podrán imponer tamaños y alturas menores a los permitidos con carácter general, en función de las características compositivas del edificio y la necesidad de evitar los impactos ambientales negativos.

3. Salvo las excepciones que las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural puedan admitir en función de las especiales características de cada emplazamiento, las instalaciones se realizarán con elementos sueltos - letras, logotipos-, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción.

4. Todo lo anterior, sin perjuicio de lo dispuesto en la ley 10/1998, de 9 de julio, de Patrimonio Histórico de la Comunidad de Madrid.

TÍTULO III

Publicidad en dominio público

Artículo 10. *Publicidad en dominio público.*

1. La publicidad que se instale en los vehículos municipales destinados al transporte público de viajeros; los soportes instalados en parcelas y edificios municipales de uso dotacional y los soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal, salvo los flexibles sobre estructuras de andamios con motivo de realización de obras, será objeto de licitación pública y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación.

2. La instalación de publicidad en los quioscos de prensa y en las terrazas de veladores se regulará por su normativa municipal específica.

3. La instalación de elementos de identificación en coronación de los edificios está permitida en los edificios de uso dotacional y se regirá por lo dispuesto en el Capítulo II del Título VII de la Ordenanza.

Artículo 11. *Autorizaciones especiales.*

1. Las actuaciones puntuales que, justificadamente, puedan tramitarse como patrocinio de actividades y acontecimientos desarrollados por el Ayuntamiento de Madrid, sus organismos autónomos, entes y empresas municipales podrán ser objeto de autorización demanial en la que se establecerá las condiciones de la explotación publicitaria en dominio público municipal con carácter temporal.

2. Se podrá autorizar la utilización de los báculos y columnas de alumbrado público, como soporte divulgativo o informativo, con ocasión de acontecimientos y programas de tipo cultural, deportivo u otros de singular importancia así como para actuaciones de patrocinio. Su utilización, será igualmente autorizada durante las campañas electorales, ajustándose a las disposiciones previstas en la legislación electoral.

3. Con ocasión de acontecimientos relevantes de carácter cultural, deportivo, social y otros de singular importancia se podrán realizar proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios de titularidad pública. El plazo máximo de las proyecciones será de cinco días consecutivos pudiendo superar, excepcionalmente, los límites de luminancia establecidos en el artículo 7. Las proyecciones deberán contar con autorización municipal previa.

4. Las actuaciones experimentales y efímeras, establecidas en el artículo 3, cuando se ejecuten en dominio público municipal requieren para su realización la previa obtención de autorización demanial en la que se establecerá las condiciones de la explotación publicitaria y de la acción de promoción en el supuesto de las experimentales.

Artículo 12. *Actuaciones no permitidas*.

Excepto en los supuestos regulados en los dos artículos anteriores, se prohíbe la utilización del dominio público con fines publicitarios y la explotación publicitaria en las parcelas y edificios de uso dotacional.

TÍTULO IV

Publicidad en edificios

Artículo 13. *Tipos de instalaciones en edificios.*

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

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

a) Rótulos de publicidad en coronación de edificios.

b) Publicidad en paredes medianeras.

c) Superficies publicitarias sobre fachadas.

3. Los elementos de identificación o señalización de actividades y establecimientos instalados en edificios se regulan en el Título VII de esta Ordenanza.

CAPÍTULO I

Rótulos de publicidad en coronación de edificios

Artículo 14. *Ámbitos de aplicación.*

1. Se admite la colocación de rótulos de publicidad en coronación de edificios en los siguientes ámbitos:

a) En la zona 2 sólo se autorizarán dentro del ámbito de la subzona 2.2, previo informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural que podrán imponer las condiciones que se considere en función de las características del edificio.

b) En toda la zona 3.

2. Además de lo establecido en el artículo 9.1, en los edificios con nivel 2 de protección no se podrán instalar rótulos en coronación con independencia de la zona en la que se encuentren.

Artículo 15. *Características*.

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

2. Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán ser construidas con elementos sueltos -letras y logotipos- de forma que, tanto de día como de noche, se respete la estética de la finca sobre la que se sitúen, así como la del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando especialmente su configuración cuando no están iluminadas, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción.

3. Sólo podrá instalarse el soporte publicitario sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiendo ésta como el plano del peto de protección de cubierta, o en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de utilización, a excepción de las instalaciones generales del edificio tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendederos o antenas.

4. Las condiciones de iluminación se regirán por lo establecido en el artículo 7, sin que se admita la luz emitida por proyección. Por razones de seguridad no podrán instalarse soportes publicitarios luminosos si en la última planta existieran piscinas.

5. Los soportes publicitarios no alterarán las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza.

Artículo 16. *Condiciones de la instalación.*

1. La ubicación y dimensiones de los rótulos publicitarios se ajustarán a las siguientes condiciones:

a) Deberán retranquearse como mínimo medio metro desde el plano de fachada.

b) En los edificios entre medianeras, deberán retranquearse tres metros de las mismas.

c) Su altura no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la del edificio con un máximo de cinco metros y medio (5,50 m.), medidos desde la línea de remate del peto de protección o barandal si éstos fueran opacos.

d) La superficie publicitaria total será como máximo de setenta metros cuadrados (70 m^2.).

e) Los soportes luminosos se situarán a más de veinticinco metros (25 m.) de huecos de ventanas de edificios de uso residencial, sanitario o de hospedaje si las luces son oblicuas y a más de treinta metros (30 m.) si las luces son rectas. A estos efectos, no se considerarán los huecos de ventana del propio edificio situados en el plano vertical del soporte.

f) Se considerará como superficie publicitaria el rectángulo virtual que comprenda la totalidad de los elementos del mensaje. La superficie opaca del rótulo no podrá sobrepasar el veinte por cien (20%) del total de la superficie publicitaria, y las instalaciones carecerán de fondos visibles durante el día.

g) En la subzona 2.2 y en la zona 3 el ancho mínimo de calle será de doce metros (12 m.). En las vías de circulación rápida la distancia mínima desde el edificio donde se instale el soporte a la vía de circulación será de veinte metros (20 m.).

2. El órgano municipal competente podrá imponer nuevas medidas correctoras para garantizar la inocuidad y seguridad de la instalación.

CAPÍTULO II

Publicidad en medianeras

Artículo 17. *Medianeras*.

1. A efectos de esta Ordenanza se entiende por medianera o muro colindante con otra edificación, las superficies verticales de los edificios que se sitúan sobre los linderos de la parcela que no reúnen la condición de alineación oficial. Por tanto, quedan incluidas tanto las que quedan al descubierto de forma temporal y circunstancial con un carácter provisional, como las que, por aplicación de las condiciones del planeamiento, quedan al descubierto con duración indefinida al no colindar la edificación existente con la pared medianera o al exceder su superficie de la edificación colindante.

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

Artículo 18. *Ámbitos de aplicación.*

1. Se admite la colocación de soportes publicitarios en las medianeras situadas en los siguientes ámbitos:

a) En la zona 2 sólo se autorizarán dentro del ámbito de la subzona 2.2 previo informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural que podrán imponer las condiciones que considere en función de las características del edificio.

b) En toda la zona 3.

2. Además de lo establecido en el artículo 9.1, en los edificios con nivel 2 de protección no se podrá instalar esta clase de publicidad con independencia de la zona en la que se encuentren.

3. En vías de circulación rápida el edificio en el que se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de veinte metros (20 m.) de distancia de la vía.

Artículo 19. *Características*.

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

No se admitirá como tratamiento de fondo la fijación de lonas, revestimientos o cualquier otro elemento decorativo diferente a la obra de fábrica o pintura sobre el paramento. Las características de los soportes a instalar se adecuarán a lo dispuesto en el artículo 5.

2. Podrán dotarse de sistemas de iluminación, ya sea interior o proyectada, con una sola línea de proyectores o focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de metro y medio (1,5 m.), siempre que disten más de 15 metros de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. El haz luminoso no deberá sobrepasar la superficie publicitaria. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 7.

3. La superficie publicitaria máxima a instalar no podrá exceder del cuarenta por ciento (40%) de la totalidad de la pared medianera, no pudiendo superar los treinta metros cuadrados (30 m^2) en la subzona 2.2, excepcionalmente se podrá aumentar esta dimensión si el mensaje publicitario se proyecta directamente sobre el paramento mediante la realización de un motivo artístico de larga duración, requiriéndose, en todo caso, informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

CAPÍTULO III
Publicidad sobre las fachadas

Artículo 20. *Clases de soportes.*

Se podrán instalar los siguientes tipos de soportes publicitarios:

a) Soportes rígidos anclados al paramento.

b) Soportes flexibles que cubran temporalmente el paramento.

Asimismo, en las fachadas de los edificios se podrán instalar anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas.

Artículo 21. *Ámbito de aplicación.*

1. Se consideran como emplazamientos susceptibles de instalación de soportes publicitarios, las fachadas ciegas de edificios de uso exclusivo terciario, situados en la subzona 2.2, previo informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural, y en las zonas 3 y 4.

No se consideran fachadas ciegas, a efectos de esta Ordenanza, las construidas con paramentos translucidos y aquellas que contengan aberturas, considerando como tales los huecos, lucernarios, ventanas -practicables o no-, superficies acristaladas y, en general, toda zona susceptible de facilitar la entrada de aire. Los macizos de fábrica y superficies entre huecos de fachada no se consideran fachada ciega a efectos de su explotación publicitaria.

2. En vías de circulación rápida el edificio en el que se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de veinte metros (20 m.) de distancia de la vía.

3. En los edificios destinados a museos, bibliotecas o análogos en el desarrollo de actividades culturales y de singular interés público, situados en las zonas 2 y 3, con independencia de su nivel de catalogación se podrán anunciar sus exposiciones o actividades temporales mediante la instalación de soportes flexibles tales como banderolas. Cuando las características del edificio lo requieran se podrán instalar soportes con esta finalidad en el cerramiento de la parcela o en el espacio libre de la misma. Los situados en la zona 2 requerirán para su aprobación informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

4. Los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas se podrán instalar en la fachada de edificios situados en todas las zonas establecidas en la Ordenanza.

Artículo 22. *Condiciones*.

1. La superficie máxima publicitaria de los soportes rígidos y de los soportes flexibles en la subzona 2.2 y en las zonas 3 y 4 no podrá exceder del cuarenta por ciento (40%) de la totalidad del paramento, no pudiendo superar los treinta metros cuadrados (30 m^2.) en la subzona 2.2.

2. Podrán dotarse de sistemas de iluminación, ya sea interior o proyectada con una sola línea de focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de 150 centímetros (150 cm.), siempre que disten más de quince metros (15 m.) de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. El haz luminoso no deberá sobrepasar la superficie publicitaria. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 7.

3. Para la autorización de estos soportes se exigirá un proyecto específico adaptado al edificio y a su entorno. Por parte de los servicios municipales se podrán establecer, previa justificación, condiciones específicas para dicha adaptación.

4. Los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas se instalarán en los huecos de fachada de los edificios, sin sobresalir de los mismos; en el plano paralelo a la fachada sin volar sobre la vía pública. En cada vivienda o local que se anuncie se podrá instalar un número máximo de dos carteles. Las condiciones de la instalación deberán cumplir todas las normas de seguridad para evitar posibles daños a terceros.

TÍTULO V
Publicidad en obras

Artículo 23. *Clases de soportes en obras.*

En las obras serán autorizables los siguientes tipos de soportes.

a) Soportes rígidos.

b) Soportes flexibles sobre estructura de andamio.

Artículo 24. *Ámbito de aplicación.*

1. Las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán, de acuerdo con las normas urbanísticas del PGOU, las de nueva edificación en todas sus variantes, y las de reestructuración general y total; las de demolición total, restauración de fachadas y urbanización, en las zonas 2, 3, y 4, incluso en edificios u otros elementos catalogados con independencia de su nivel de protección.

2. Para la instalación de publicidad, las obras y el vallado, en su caso, deberán contar con las licencias y autorizaciones en vigor que sean legalmente exigibles. La publicidad será autorizada, como máximo, durante el periodo de vigencia de éstas salvo en el supuesto de los soportes flexibles sobre estructura de andamio.

3. Queda prohibida la instalación de publicidad antes del inicio de las obras, durante el tiempo en que se encuentren paralizadas o una vez finalizadas las mismas. Por el interesado deberá comunicarse las fechas de inicio, de terminación de las obras y, en su caso, de paralización de las mismas, con el fin de adaptar la vigencia de la licencia publicitaria.

4. A efectos de la explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales del solar, terreno o edificación salvo en el supuesto de la instalación de los soportes flexibles sobre estructuras de andamio en los que podrán figurar, en la franja reservada para ello, las denominaciones de las actividades directamente afectadas por las obras y de las empresas actuantes en las mismas, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo siguiente.

Artículo 25. *Condiciones de los soportes.*

1. Los soportes publicitarios rígidos en obras, tipo carteleras retroiluminadas o iluminadas y opacas, deberán instalarse en la alineación oficial o en el cerramiento de la obra, en caso de estar autorizado, sin volar sobre la vía pública. Su altura máxima será de cinco metros y medio (5,50 m.) sobre la rasante del terreno en la alineación oficial y la superficie publicitaria máxima será de doscientos cuarenta metros cuadrados (240 m^2.) por cada cien metros (100 m.) de línea de fachada del solar, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm.) entre soportes.

En las vías de circulación rápida la distancia mínima desde el soporte publicitario a la vía, será de veinte metros (20 m.) y la altura del mismo no superará los cinco metros y medio (5,50 m.) sobre la rasante del terreno.

2. Los soportes publicitarios flexibles sobre estructuras de andamio cubrirán la totalidad de la longitud de fachada teniendo como limitación la altura del edificio. En la parte inferior de la lona se reservará una franja corrida a lo largo de toda la lona de 150 centímetros (150 cm.) de altura, en la que figurarán los elementos de identificación de los establecimientos existentes en el edificio cuya localización quede afectada por la instalación del soporte, las de la empresa publicitaria y de las restantes empresas participantes en las obras, quedando prohibida la colocación de otros soportes rígidos o flexibles.

En los edificios declarados Bien de Interés Cultural y en los catalogados con nivel 1 y 2 de protección, en dicha franja corrida se reservará una superficie de al menos 150cmx150cm para la representación gráfica del edificio en el que figurará una fotografía, imagen o alzado del edificio, con la denominación del mismo.

3. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación reguladas en el artículo 7.

TÍTULO VI

Publicidad en solares y terrenos sin uso

Artículo 26. *Definiciones y ámbitos de aplicación.*

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

En ambos supuestos, no podrá existir ninguna edificación ni desarrollarse ninguna actividad. En el caso de contar con una edificación o construcción ésta deberá estar declarada en ruina de acuerdo con la legislación urbanística aplicable.

2. El espacio libre de parcela edificada no tiene la consideración de solar ni de terreno sin uso, no siendo un emplazamiento a efectos de explotación publicitaria, por lo que no se podrá instalar soportes publicitarios ni en su interior ni en el cerramiento perimetral de la parcela.

3. Los solares y terrenos sin uso susceptibles de servir como emplazamientos publicitarios son los situados en las zonas 3 y 4.

Artículo 27. *Condiciones de los soportes en solares y terrenos sin uso.*

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

2. Se instalarán sobre el cerramiento del solar y siempre en la alineación oficial, sin volar sobre la vía pública. Cuando la alineación forme esquina a dos calles, se admitirá que el vértice el soporte pueda desplazarse dentro de la alineación hasta un máximo de cuatro metros (4 m.) del mismo. Los soportes se situarán sobre el cerramiento de separación con la vía pública y no sobre los linderos de las fincas colindantes.

Sólo se autorizarán cuando el cerramiento esté previamente realizado, excepto en la zona 4 en fase de obras de urbanización, donde podrá eximirse la última condición durante el tiempo que duren las mismas, regulándose por lo dispuesto en el Título V, relativo a los soportes en obras.

3. A efectos de la explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales de un solar o terreno sin uso.

4. La superficie publicitaria máxima será de doscientos cuarenta metros cuadrados (240 m^2.) por cada cien metros (100 m.) de línea de fachada del solar, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm.) entre soportes.

5. En la zona 3, si la longitud de la superficie publicitaria ocupa más del sesenta por cien (60%) de la línea de fachada los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas o celosías.

6. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 7.

Artículo 28. *Condiciones de los soportes en solares o terrenos sin uso, colindantes con vías de circulación rápida.*

1. En los emplazamientos definidos en el artículo 26, que sean colindantes con vías de circulación rápida y discurran por tramos urbanos, ninguno de los elementos del soporte publicitario deberá estar a una distancia inferior a veinte metros (20 m.) de la vía.

2. La instalación deberá cumplir las condiciones generales establecidas en el artículo 27 salvo las especialidades establecidas en los apartados siguientes, en función de la zonificación establecida en la Ordenanza, la calificación tipológica del suelo y de la vía rápida.

3. En los situados en zona 3, los soportes podrán situarse sobre el cerramiento o, alternativamente, en el interior de la parcela, pero no en ambas posiciones a la vez. Si la superficie publicitaria no se instala sobre el cerramiento del terreno, se aplicarán las condiciones que se establecen para los soporte situados en terrenos de la zona 4.

4. En la zona 4 los soportes instalados en terrenos situados en los tramos urbanos por los que discurren las carreteras nacionales y autonómicas se regularán de acuerdo con las siguientes condiciones, cumpliendo en el resto de los casos los requisitos establecidos por la normativa reguladora de las carreteras de ámbito estatal y autonómico.

a) La superficie publicitaria máxima se establecerá según la proporción de ciento veinte metros cuadrados (120 m^2.) por cada cien metros (100 m.) lineales de fachada del terreno a la vía rápida, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm.) entre soportes.

b) No se permite la instalación, en un mismo emplazamiento, de distintos tipos constructivos de soportes publicitarios.

c) En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 7.

d) La distancia de los soportes a instalar en terrenos colindantes con fincas edificadas o vías públicas será igual o superior a la altura total del soporte instalado respecto a la fachada más próxima de la edificación existente en las fincas colindantes.

e) La altura máxima del soporte publicitario sobre la rasante del terreno en la alineación de la vía rápida será fijada mediante la relación proporcional entre la altura del soporte y la distancia a la vía rápida mediante la siguiente tabla, en función de la parte más próxima del soporte a la alineación, sin que en ningún caso pueda superarse la cota máxima de veinte metros (20 m.) de alto.

Altura máxima soporte	**Distancia mínima a la vía de circulación rápida**
Hasta 05,50 metros	20 metros
Hasta 12,00 metros	40 metros
Hasta 20,00 metros	50 metros

TÍTULO VII

Elementos de señalización e identificación de actividades y establecimientos

Artículo 29. *Características generales de los elementos de identificación.*

1. Son elementos de señalización e identificación aquellos que tienen por fin exclusivo la localización de actividades y establecimientos. No podrán contar con publicidad comercial distinta a aquella que haga referencia a la actividad desarrollada en el local, de acuerdo con la denominación social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios, a la que se dedique.

2. Su instalación no podrá alterar las características arquitectónicas de los edificios ni de sus huecos de fachada y carpinterías. Los materiales serán adecuados a las condiciones estéticas y constructivas del edificio y del ambiente urbano en que se instalen.

3. Las condiciones generales de iluminación se regulan en el artículo 7 de la Ordenanza debiendo cumplir, además, las especialidades que se establecen para cada tipo de soporte en este Título, prohibiéndose la instalación de elementos de identificación y señalización luminosos con mensaje móvil o variable.

En el caso de iluminación proyectada, la línea de proyectores situada en la parte superior del soporte no podrá sobresalir más de ochenta centímetros (80 cm.) de la fachada del local.

4. En los edificios declarados Bien de Interés Cultural no se podrán instalar elementos de identificación regulados en el Capítulo I del presente Título, salvo en el supuesto de los establecimientos comerciales tradicionales y con especiales exigencias de señalización regulados en el artículo 35. En todo caso se requerirá informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

5. Los rótulos y otros elementos de identificación, regulados en el Capítulo II del presente Titulo no podrán instalarse en edificios declarados Bien de Interés Cultural y en los catalogados con niveles 1 y 2 de protección, salvo las excepciones que las comisiones competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural puedan establecer en razón a sus especiales características y su integración en el entorno.

Los elementos de identificación que se instalen en las restantes zonas de la Ordenanza, además de cumplir sus condiciones específicas, podrán realizarse de acuerdo con las reguladas para la zona 2.

CAPÍTULO I

Muestras, banderines, toldos y elementos análogos

Artículo 30. *Muestras.*

Son los carteles paralelos al plano de fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados en planta baja y primera de los edificios pudiendo ser opacas o contar con iluminación.

La instalación de muestras en los edificios catalogados con niveles 1 o 2 de protección deberá contar con informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

Artículo 31. *Muestras opacas*.

1. Son condiciones comunes a la instalación de muestras opacas en todas las zonas, las siguientes:

a) En el interior de los huecos de fachada del local en planta baja y primera, la altura máxima de las muestras será de sesenta centímetros (60 cm.) en planta baja y de cuarenta centímetros (40 cm.) en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo, diez centímetros (10 cm.) con respecto al plano de fachada. En caso de que en los huecos de fachada del local no haya posibilidad de retranqueo, la muestra se instalará en el cristal de la ventana mediante grabación, serigrafía, elemento transparente superpuesto o similar.

b) En los macizos de fábrica entre huecos de planta baja, únicamente en forma de logotipo, marca o texto compuesto con letra suelta inscribible en un polígono de superficie no mayor a treinta centímetros de lado (30 cm.) y un saliente de cinco centímetros (5 cm.).

2. En la zona 2 deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) Deberán realizarse únicamente en forma de logotipo, marca o texto compuesto con letra suelta.

b) En planta baja sobre el dintel de los huecos de fachada del local, las muestras podrán tener, como máximo, una longitud total que no supere la del dintel correspondiente y una altura de hasta treinta centímetros (30 cm.) con un saliente de cinco centímetros (5 cm.).

c) Las placas que se sitúen en las jambas de los portales ocuparán una dimensión máxima de un cuadrado de veinte centímetros (20 cm.) de lado y dos milímetros (2 mm.) de grosor.

3. En las restantes zonas podrán instalarse:

a) En planta baja, sobre el dintel de los huecos de fachada del local y sin cubrir éstos, podrán ocupar una franja corrida de anchura inferior a sesenta centímetros (60 cm.) con un saliente de hasta diez centímetros (10 cm.). Deberán

quedar a una distancia superior a cincuenta centímetros (50 cm.) del hueco de acceso al establecimiento, debiendo dejar totalmente libre el dintel del mismo.

b) Se podrán adosar a las marquesinas con una altura máxima igual al espesor de las mismas y cinco centímetros (5 cm.) de grosor.

c) Las placas que se sitúen en las jambas de los portales ocuparán la dimensión máxima de un cuadrado de veinticinco centímetros (25 cm.) de lado y dos milímetros (2 mm.) de grosor.

Rectificado error artículo 31.1 b) BO. Ayuntamiento de Madrid 08/09/2009 núm. 6016 pág. 3.

Complementado artículo 31.3 a) por el Decreto de 30 de julio de 2009 de la Delegada del Área de Gobierno de Medio Ambiente, por el que se dictan Instrucciones para la aplicación de la Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior.

Artículo 32. *Muestras con iluminación*.

1. Son condiciones comunes a la instalación de muestras con iluminación en todas las zonas, las siguientes:

a) Irán situadas a una distancia de al menos diez metros (10 m.) de huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte metros (20 m.) si las luces son rectas.

b) Se situarán a una altura superior a tres metros sobre la rasante de la calle o terreno y tendrán un saliente máximo al plano de fachada de quince centímetros (15 cm.).

c) Las muestras con iluminación únicamente se podrán instalar sobre los dinteles de los huecos de fachada del local y en el interior de los mismos.

d) En el interior de los huecos de fachada del local en planta baja y primera, la altura máxima de las muestras será de sesenta centímetros (60 cm.) en planta baja y de cuarenta centímetros (40 cm.) en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo, diez centímetros (10 cm.) con respecto al plano de fachada.

2. En la zona 2 deberán cumplirse las siguientes condiciones:

a) Se realizarán en letras sueltas y logotipos luminosos e iluminados o en letras y logotipos calados sobre superficie opaca, con iluminación interior. La superficie opaca será como mínimo del sesenta por cien (60%) de la superficie total del soporte.

b) Cuando se coloquen en planta baja sobre el dintel de los huecos de fachada del local su longitud total no superara la del dintel correspondiente con una altura máxima de treinta centímetros (30 cm.).

3. Para las restantes zonas las muestras podrán instalarse en planta baja sobre el dintel de los huecos de fachada del local con una longitud total que no supere la del dintel correspondiente y una altura máxima de setenta centímetros (70 cm.). Deberán quedar a una distancia superior a cincuenta centímetros (50 cm.) del dintel de la puerta de acceso al establecimiento, debiendo dejar totalmente libre el dintel del mismo.

Complementado artículo 32.2 a) por el Decreto de 30 de julio de 2009 de la Delegada del Área de Gobierno de Medio Ambiente, por el que se dictan Instrucciones para la aplicación de la Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior.

Artículo 33. *Banderines.*

1. Son los carteles perpendiculares al plano de fachada del local realizados con cualquier clase de material rígido. Estarán situados a una altura mínima de doscientos veinticinco centímetros (225 cm.) sobre la rasante de la acera

o terreno, salvo los luminosos que irán situados a una altura superior a trescientos centímetros (300 cm.) sobre la rasante de la calle o terreno. El saliente máximo será de ochenta centímetros (80 cm.). Su dimensión vertical máxima será de noventa centímetros (90 cm.), salvo en la zona 2 donde su altura no superará los sesenta centímetros (60 cm.). El grosor máximo de los banderines opacos e iluminados será de cinco centímetros (5 cm.) y el de los luminosos de quince centímetros (15 cm.).

2. La instalación de banderines opacos en los edificios catalogados con niveles 1 o 2 de protección deberá integrarse en la estética del edificio y contar con informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

3. En la zona 2, salvo en los edificios señalados en el artículo 9.1 y en los catalogados con nivel 2 de protección, se admitirán banderines tanto iluminados de forma externa mediante focos o proyectores sobre la parte superior con efecto de desvanecimiento, como luminosos en los que, sobre la superficie opaca, se recortarán o calarán las letras sueltas o logotipos iluminados interiormente. La superficie opaca será como mínimo del sesenta por cien (60%) de la superficie total del soporte. También podrán instalarse con luz proyectada interiormente desde la parte superior del soporte de forma que se distribuya únicamente de arriba hacia abajo.

Deberán cumplir las siguientes determinaciones específicas:

a) No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera y exclusivamente se colocarán en planta baja, haciendo referencia únicamente a la actividad y nombre del establecimiento.

b) No se instalarán banderines luminosos a menos de diez metros (10 m.) de los huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte metros (20 m.) si las luces son rectas.

Complementado artículo 33.3 por el Decreto de 30 de julio de 2009 de la Delegada del Área de Gobierno de Medio Ambiente, por el que se dictan Instrucciones para la aplicación de la Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior.

Artículo 34. *Toldos y otros elementos flexibles y banderolas.*

1. Toldos y otros elementos flexibles.

Se permite el anuncio del nombre del establecimiento en la falda de los toldos y en la franja inferior del elemento flexible que puedan instalarse cumpliendo las condiciones generales previstas en las Normas Urbanísticas para este tipo de elementos. En planta de pisos no tendrán una anchura mayor que la del hueco, recogiéndose en el interior del mismo.

Los toldos se realizarán con materiales flexibles, no admitiéndose rígidos, rectos o fijos.

En los edificios situados en la zona 2 solo se autorizan en planta baja y primera y siempre con la misma longitud que el hueco, pudiendo admitirse mayores tamaños en planta baja cuando las características de la portada lo justifiquen arquitectónica y estéticamente.

2. Banderolas.

Se podrán instalar banderolas, realizadas en lonas, telas plastificadas, materiales textiles u otra clase de elementos flexibles, en toda clase de edificios con las siguientes características.

a) Su ancho será como máximo de cincuenta centímetros (50 cm.).

b) Sólo se colocará una banderola por establecimiento.

c) Las banderolas en planta baja deberán dejar una altura libre desde el plano de la acera de doscientos veinticinco centímetros (225 cm.) con una longitud máxima de ciento veinte centímetros (120 cm.).

d) Para su instalación en edificios catalogados con nivel 1 y 2 de protección será preceptivo contar con informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural con carácter previo a la concesión de la licencia de identificación.

e) Podrán contar con iluminación exterior, proyectándose de arriba hacia abajo sin exceder de los límites de su superficie.

Artículo 35. *Identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización.*

1. Para señalizar las oficinas de farmacia y otros centros y establecimientos de carácter sanitario a los que se refiere el Real Decreto 1277/2003, de 10 de octubre, por el que se establecen las bases generales sobre autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios; las dependencias de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad y de Protección Civil así como otros establecimientos con especiales exigencias de señalización se podrán instalar soportes luminosos con independencia de las zonas en las que se sitúen.

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

a) El bastidor tendrá una dimensión máxima de ciento veinticinco centímetros (125 cm.) tanto si se coloca como banderín o muestra sobre la fachada. El saliente del soporte será de treinta centímetros (30 cm.).

b) Tendrán iluminación fija sin intermitencia, destellos ni mensajes móviles, pudiendo figurar el horario de la farmacia -12H o 24H- por sobrepasar los establecidos con carácter general, sin que puedan contener ningún tipo de logo, referencia a la actividad, nombre, información o publicidad.

c) Se colocarán sobre la fachada propia del local como muestra o banderín. Solo se permitirá la instalación de una muestra y un banderín por fachada del local. En supuestos excepcionales por la dificultad de visualizar el local desde la vía pública, se podrá colocar un banderín en la fachada de otro edificio distinto al del local en cuyo caso el bastidor será como máximo de noventa centímetros (90 cm.).

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

4. Para los establecimientos destinados al uso de servicios terciarios de hospedaje se establece un régimen de señalización especial acorde con la función social que desempeñan y su participación en el fomento del ámbito turístico-cultural de la ciudad.

La identificación de las actividades y establecimientos situados en la zona 2 y en edificios catalogados con niveles 1 y 2 de protección deberán contar con informe favorable de las comisiones competentes en protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

Las condiciones de señalización de las actividades de hospedaje se establecen con carácter general a continuación sin perjuicio de que, mediante la suscripción de Convenios de conformidad con lo establecido en la disposición

adicional única de la Ordenanza, se fijen las características concretas de color, materiales, diseño y similares en función de la ubicación, condiciones de protección del edificio, marca comercial, etc.

a) En edificios de uso exclusivo de servicios terciarios de hospedaje se podrán instalar banderines o banderolas de doscientos centímetros (200 cm.) de altura o hasta un máximo de altura igual a la mitad de la del edificio, con un saliente de ochenta centímetros (80 cm.).

b) En el supuesto de edificios de uso residencial en los que se encuentren implantadas, en planta de pisos, actividades comprendidas en el uso de servicios terciarios de hospedaje, amparadas en licencia, se podrán instalar banderines o banderolas en fachada de los edificios con las condiciones señaladas en el apartado anterior. En el supuesto de su implantación aislada las condiciones de los banderines o banderolas de identificación se ordenarán para cada edificio en particular mediante la presentación de un proyecto arquitectónico de la fachada sin que, en ningún caso, su altura pueda exceder de la del alto del hueco de fachada correspondiente y un saliente máximo de ochenta centímetros (80 cm.), instalándose un banderín por establecimiento.

CAPÍTULO II

Rótulos y otros elementos de identificación

Artículo 36. *Definición y clases.*

Se entiende por rótulos de identificación los carteles que, situados en las fincas sobre las que tengan título legal suficiente, sirvan para indicar la denominación de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a las que se dedican sin que, en ningún caso, puedan tener finalidad publicitaria.

1. Rótulos y otros elementos de identificación en edificios.

Los rótulos de identificación en los edificios de uso exclusivo distinto al residencial se podrán situar en coronación, en la última planta y en las fachadas de los edificios salvo en planta baja y primera que se regulan como muestras, de acuerdo con las siguientes condiciones.

a) Solo podrá colocarse un tipo de soporte identificativo o publicitario por edificio.

b) Los rótulos de identificación que se sitúen en coronación de edificios se les aplicarán las condiciones establecidas el Capítulo I del Título IV.

c) Podrán colocarse elementos de identificación opacos en la fachada superior de la última planta del edificio, que podrán cubrir toda la longitud de la fachada, mediante letras sueltas con una altura no superior a ciento veinte centímetros (120 cm.) previa presentación de un proyecto arquitectónico de conjunto de la misma.

d) Cuando se sitúen en las fachadas de edificios de uso exclusivo no residencial, situados en la subzona 2.2 y en la 3, se permite la colocación de la identificación de la actividad en el cristal interior de los huecos de planta de pisos, con una altura de hasta treinta centímetros (30 cm.) y ancho igual al del hueco, mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto.

En el supuesto de edificios de uso residencial en el que se encuentren implantadas actividades en planta de pisos, amparadas en licencia, se podrán regular las características de sus elementos de identificación y señalización de acuerdo con las condiciones establecidas en el apartado anterior mediante la suscripción del correspondiente Convenio de conformidad con lo establecido en la disposición adicional única.

2. Carteles de identificación en solares o terrenos sin uso y colindantes con vías rápidas.

Se podrán instalar en solares y terrenos sin uso regulados en el Título VI de esta Ordenanza, carteles identificativos con la denominación de las personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a las que se dedican sin que, en ningún caso, puedan tener finalidad publicitaria, no pudiendo sobrepasar los veinticuatro metros cuadrados (24 m^2) por emplazamiento y cumpliendo las demás determinaciones contenidas en dicho Título.

En los emplazamientos situados en zona 4, podrán instalarse un solo soporte por emplazamiento que no supere los veinticuatro metros cuadrados (24 m^2.) de superficie, que deberá cumplir lo establecido en el artículo 28 para las condiciones de su instalación.

3. Hitos comerciales identificativos.

En edificios de uso exclusivo no residencial se podrán instalar hitos comerciales identificativos en el espacio libre de parcela, dentro de la alineación oficial. Su altura será un medio de la altura del edificio con un máximo de doce metros (12 m.).

Su diseño y composición deberán integrarse en el proyecto de edificación sin que su instalación pueda suponer, en ningún caso, un peligro para las instalaciones y edificios existentes en la propia parcela, para las edificaciones colindantes y vías de circulación de vehículos. En el supuesto de colindar con vías de circulación rápida deberán respetar el régimen de distancias establecido en el artículo 28.

TÍTULO VIII

Régimen jurídico de las licencias y autorizaciones

CAPÍTULO I

De las licencias y autorizaciones

Artículo 37. *Objeto, contenido y clases de licencias y autorizaciones.*

1. La realización de cualquier clase de actividad, acción o actuación de publicidad exterior, aunque no esté contemplada expresamente en esta Ordenanza, queda sometida a la previa obtención de licencia urbanística o autorización administrativa, sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean pertinentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable.

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

3. La actividad publicitaria y la identificación de actividades y establecimientos quedan sujetas a la obtención de licencia urbanística cuando se desarrollen mediante la instalación de soportes con estructuras y materiales que puedan estar anclados al pavimento, instalados sobre fachadas, ser autoportantes o cualquier otra modalidad, así como cuando requieran por sus características constructivas y de seguridad, la redacción de un proyecto técnico. Su tramitación se realizará de acuerdo con lo dispuesto en esta Ordenanza y en la normativa municipal reguladora de la tramitación de las licencias urbanísticas así como en la legislación urbanística de la Comunidad de Madrid.

4. Las actuaciones publicitarias experimentales quedan sujetas a autorización administrativa, que se concederá a efectos de evaluar su impacto y su repercusión en el paisaje urbano, previo informe del Grupo Técnico de Publicidad cuando por la trascendencia de la actuación y a juicio del órgano municipal competente pueda llegar a requerirse.

En el caso de que para su realización requieran la utilización de los soportes descritos en el apartado anterior deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

5. Las acciones publicitarias efímeras que no requieren la utilización de soportes fijos quedan sometidas a la previa obtención de autorización municipal.

Si la acción publicitaria efímera se realiza en suelo de titularidad pública la autorización tendrá el carácter de autorización demanial, con la denominación de autorización especial, de acuerdo con la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales.

Si la acción publicitaria efímera se realiza en suelo de titularidad privada precisará la previa obtención de la autorización administrativa de acuerdo con lo previsto en el Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales de 17 de junio de 1955, bajo la denominación autorización de actuación de publicidad exterior.

6. Las actuaciones publicitarias en dominio público reguladas en el artículo 11 de la Ordenanza estarán sujetas a autorización demanial de acuerdo con la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales. En el caso de que para su realización requieran la utilización de estructuras o soportes descritos en el apartado tercero deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

7. Las siguientes instalaciones no requerirán la previa obtención de licencia ni autorización:

a) Instalación de los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas.

b) Instalación de los elementos de identificación en el cristal interior de los huecos de fachada de la planta de pisos de edificios de uso no residencial mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto.

Complementado artículo 37.7 b) por el Decreto de 30 de julio de 2009 de la Delegada del Área de Gobierno de Medio Ambiente, por el que se dictan Instrucciones para la aplicación de la Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior.

Artículo 38. *Vigencia de las autorizaciones y licencias.*

1. Por su especial naturaleza y su trascendencia en el paisaje urbano, las autorizaciones y licencias para instalaciones publicitarias, rótulos y otros elementos de identificación regulados en el Capítulo II del Título VII de esta Ordenanza, tienen carácter temporal, siendo su plazo de vigencia de tres años desde la fecha de su concesión.

2. La vigencia de la licencia para instalación de soportes publicitarios en obras queda vinculada a la duración de éstas, salvo la licencia para instalación de soportes flexibles sobre estructura de andamios por razón de obras cuya duración inicial será, como máximo, de 6 meses prorrogables, por una sola vez, por el mismo plazo inicial y no se concederá una nueva licencia hasta transcurridos cinco años, con independencia de la realización de nuevas obras durante ese periodo.

3. La vigencia de las licencias de identificación de actividades y establecimientos, regulados en el Capítulo I del Título VII es indefinida, si bien estará condicionada al ejercicio de la actividad por el titular de la misma, debiendo solicitarse una nueva licencia en caso de transmisión o modificación de la licencia de actividad, siempre que ello suponga la alteración del nombre, marca comercial, logotipo o cualquier otro elemento de identificación de la actividad o establecimiento.

4. La vigencia de las autorizaciones reguladas en la Ordenanza será la siguiente:

a) Actuaciones publicitarias experimentales: su duración se determinará en cada supuesto concreto fijándose por el órgano municipal competente en función del periodo de tiempo necesario para obtener los datos suficientes que permitan evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

b) Actuaciones de patrocinio: su duración se determinará en cada supuesto concreto de acuerdo con la duración del acontecimiento o actividad municipal que patrocinen.

c) Acciones publicitarias efímeras: se estará en función del plazo de ejecución que no podrá exceder de 6 horas diarias, pudiéndose realizar, como máximo, durante 5 días consecutivos o alternos.

d) Proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios públicos: se autorizarán de acuerdo a la duración del acontecimiento que promocionen con un máximo de 5 días consecutivos.

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

Artículo 39. *Prórroga de las licencias.*

1. Las licencias publicitarias se podrán prorrogar por una sola vez y por un plazo máximo igual al inicialmente acordado.

2. Las licencias de identificación regulados en el Capítulo II del Título VII, se podrán prorrogar por periodos de tres años, si bien estará condicionada al ejercicio de la actividad por el titular de la misma, debiendo solicitarse una nueva licencia en caso de transmisión o modificación de la licencia de actividad, siempre que ello suponga la alteración del nombre, marca comercial, logotipo o cualquier otro elemento de identificación de la actividad o establecimiento.

3. Las prórrogas se concederán expresamente por el órgano municipal competente. Se solicitarán por su titular con anterioridad a la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de prórroga la siguiente documentación:

a) Fotografías actualizadas del emplazamiento en soporte digital JPG.

b) Certificado de facultativo competente, visado por el colegio profesional, en el que conste que la instalación se ajusta a la licencia concedida y se mantienen las condiciones de seguridad y estética previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.

c) Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido, en su caso, para la concesión de la licencia.

d) Acreditación del pago de las tasas correspondientes.

En caso de no ser presentados los documentos anteriores o éstos presentaran deficiencias, se otorgará un plazo diez días para que se subsane la deficiencia o se presente la nueva documentación requerida, con advertencia de que, si así no se hiciera, se le tendrá por desistido de su petición.

Si una vez comprobadas las instalaciones se advirtieran deficiencias o incumplimiento de las condiciones y prescripciones bajo las que se concedió, no procederá la concesión de la prórroga solicitada.

La resolución por la que se deniegue la prórroga de la licencia contendrá también la orden de desmontaje y retirada de la instalación publicitaria en los términos establecidos en el artículo 53 de la Ordenanza. La retirada deberá realizarse en el plazo máximo de 5 días a contar desde la recepción de la notificación. En el supuesto de no realizarlo por sí mismo se podrá retirar mediante ejecución sustitutoria a su cargo.

Desarrollado artículo 39.3 b) por el Acuerdo de 14 de octubre de 2010 de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de aplicación del Real Decreto 1000/2010, de 5 de agosto, sobre visado colegial obligatorio, en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid.

Artículo 40. *Transmisión de las licencias y autorizaciones.*

1. La licencia publicitaria para el ejercicio de la actividad publicitaria será transmisible, pero tanto el antiguo como el nuevo titular deberán notificarlo al Ayuntamiento, en el plazo máximo de un mes desde la transmisión, sin lo cual quedarán ambos sujetos a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por la licencia. A la notificación, se acompañará copia de la licencia que se pretende transmitir.

2. Las licencias de identificación, reguladas en el Título VII de la Ordenanza, se podrán transmitir siempre que no varíe el contenido de dicha identificación al mantenerse el mismo nombre, marca comercial o logotipo. En caso contrario, el nuevo titular no queda amparado en la licencia anterior debiendo solicitar nueva licencia para la identificación o señalización de su actividad y establecimiento.

3. No serán transmisibles las autorizaciones especiales y de actuación de publicidad exterior, tanto las de patrocinio, las de carácter experimental como las efímeras, por vincular directamente al titular con la actuación a realizar.

CAPÍTULO II
Procedimiento

Artículo 41. *Procedimiento de tramitación de las licencias y autorizaciones.*

1. Las solicitudes de licencias urbanísticas publicitarias y de identificación de rótulos y otros elementos de identificación, regulados en el Capítulo II del Título VII, y las autorizaciones contempladas en esta Ordenanza que para su realización requieran la utilización de estructuras y soportes fijos con proyecto técnico se tramitarán por el procedimiento ordinario abreviado regulado por la Ordenanza de Tramitación de Licencias Urbanísticas (OMTLU) de fecha 23 de diciembre de 2004.

2. Las solicitudes de autorización previstas en esta Ordenanza que no requieran la utilización de estructuras y soportes fijos se tramitarán conforme al procedimiento establecido en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que por razón de su contenido específico se establezcan en la presente Ordenanza o en cualquier otra normativa sectorial que pudiera ser de aplicación.

Artículo 42. *Iniciación*.

Los procedimientos de tramitación de las licencias urbanísticas publicitarias y de identificación así como de las autorizaciones especiales y de actuación de publicidad exterior reguladas en la presente Ordenanza, se iniciarán mediante la presentación de la solicitud en impreso normalizado, acompañada de una memoria explicativa, en la que se expongan todos los extremos relativos al desarrollo de la actuación que se pretenda, tales como el medio de transmisión del mensaje publicitario, condiciones técnicas y de iluminación, especialmente, las relativas al cumplimiento de los valores máximos de luminancia, dimensiones, determinación de las características del emplazamiento, horarios, determinación de la ocupación de dominio público, y demás características de la actividad publicitaria y de identificación de las actividades y establecimientos, aportándose cuantos permisos o autorizaciones sean necesarios de acuerdo con la normativa sectorial de aplicación.

Artículo 43. *Documentación.*

1. Cuando se trate de instalaciones publicitarias y de identificación que requieran proyecto técnico deberá aportarse, además de la documentación indicada en el artículo anterior la siguiente:

a) Proyecto técnico suscrito por técnico competente y visado por el colegio profesional que proceda.

b) Dirección facultativa, visada por el Colegio profesional correspondiente.

c) Certificado de la Dirección Facultativa, visado por el colegio profesional correspondiente, en el que conste que los soportes con iluminación cumplen los valores máximos de luminancia establecidos en el artículo 7 de la Ordenanza.

d) Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 x 15 centímetros y soporte digital JPG de forma que permita su perfecta identificación.

e) Autorización del propietario del emplazamiento con una antigüedad no superior a tres meses.

f) Fotocopia de la licencia de obras u orden de ejecución para aquellos casos en los que la instalación se efectúe en un emplazamiento donde se estén efectuando o vayan a efectuarse las obras. En su defecto, el peticionario podrá aportar los datos concretos del expediente que contenga la resolución de forma que permita su localización y comprobación.

g) Alineación oficial, si la instalación pretende ubicarse en suelo urbano consolidado.

h) Documento justificativo del pago de la tasa por prestación de servicios urbanísticos y del impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras.

La documentación relativa a la instalación y su emplazamiento, deberá acompañarse de un soporte informático en CD donde figure digitalizada.

2. En el supuesto de soportes en obras, deberá comunicarse la fecha de inicio de las obras de acuerdo con lo dispuesto en la Ordenanza Municipal reguladora de la Tramitación de las Licencias Urbanísticas y en la normativa urbanística, a efectos de iniciar el cómputo del plazo correspondiente. Los soportes publicitarios autorizados sólo se podrán instalar cuando las obras estén en curso de realización.

3. Una vez concluida la instalación deberá aportarse declaración de la dirección facultativa, visada por el Colegio Profesional correspondiente, en la que conste que la misma se ha realizado de acuerdo con el proyecto técnico presentado y con cumplimiento de la normativa de aplicación.

Desarrollado artículo 43.1 a), b) y c) y 43.3 por el Acuerdo de 14 de octubre de 2010 de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de aplicación del Real Decreto 1000/2010, de 5 de agosto, sobre visado colegial obligatorio, en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid.

Artículo 44. *Resolución y silencio administrativo.*

1. Transcurrido el plazo de dos meses para el otorgamiento de las licencias urbanísticas publicitarias y de identificación reguladas en el Capítulo II del Título VII, sin dictarse resolución expresa, el interesado podrá entender otorgada la licencia por silencio administrativo, salvo en los supuestos excepcionales previstos en la normativa urbanística y medioambiental.

En el supuesto de las autorizaciones contempladas en esta Ordenanza, transcurrido el plazo de dos meses sin dictarse resolución expresa, se considerará denegada la autorización.

2. En ningún caso podrán adquirirse por silencio administrativo facultades contrarias a las determinaciones establecidas en esta Ordenanza, en la normativa urbanística, técnica o ambiental que sean de aplicación.

Artículo 45. *Licencias de identificación y señalización de actividades y establecimientos.*

1. La solicitud de instalación de muestras, banderines, toldos y elementos análogos, regulados en el Capítulo I del Título VII, podrá tramitarse conjuntamente con la licencia de obras o de implantación de actividad en el local. Si se solicitase autónomamente su instalación, la solicitud se tramitará según el procedimiento previsto, en cada caso, en el Anexo II de la OMTLU.

A la solicitud de licencia se deberá acompañar certificado de técnico competente, visado por el colegio profesional correspondiente, o del fabricante del elemento de identificación en el que conste que los soportes con iluminación cumplen los valores máximos de luminancia establecidos en el artículo 7 de la Ordenanza.

Se deberá justificar documentalmente el cumplimiento de las condiciones establecidas respecto a los materiales utilizados, dimensiones, colores y diseño de los elementos de identificación para garantizar su integración en el edificio y en el entorno en el que se instalan.

2. Los rótulos y otros elementos de identificación regulados en el Capítulo II del Título VII se solicitarán y resolverán de forma independiente por el procedimiento ordinario abreviado de acuerdo con el artículo 55 de la OMTLU, debiendo aportarse la documentación señalada en el artículo 43 de esta Ordenanza.

Desarrollado artículo 45.1 por el Acuerdo de 14 de octubre de 2010 de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de aplicación del Real Decreto 1000/2010, de 5 de agosto, sobre visado colegial obligatorio, en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid.

CAPÍTULO III

Otras disposiciones sobre las autorizaciones y licencias

Artículo 46. *Seguro de responsabilidad civil.*

Además de la documentación señalada, cuando la actividad publicitaria requiera licencia urbanística por implicar la realización de obras o instalaciones, deberá el titular, antes de retirar la licencia, aportar justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil, que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el montaje, permanencia y desmontaje de la instalación publicitaria.

Asimismo, cuando la actuación publicitaria requiera la obtención de autorización deberá aportar justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil, que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el plazo de realización de la acción publicitaria de que se trate.

Para las instalaciones que se especifican, se establecen los siguientes importes los cuales, en los supuestos de actuaciones publicitarias experimentales y efímeras y las especiales reguladas en el artículo 11, tienen carácter mínimo por lo que podrán incrementarse motivadamente de acuerdo con la peligrosidad que suponga para el tráfico rodado, viandantes, e instalaciones, la intensidad de la utilización del dominio público en función de la superficie ocupada y de la duración de la actuación y las consecuencias que para el entorno urbano puedan derivarse de su realización, así como por cualquier causa que justificadamente pudiera motivar dicho incremento.

Actuaciones publicitarias efímeras por actuación: 300.000 euros.

Instalaciones publicitarias, salvo en fachadas y coronación y altura superior a 5,5m: 300.000 euros.

Actuaciones especiales del artículo 11 y las experimentales por actuación: 600.000 euros.

Soportes flexibles o rígidos sobre fachadas y en coronación de edificios: 1.200.000 euros.

Instalación de soportes publicitarios con altura superior a 5,50 m.: 1.200.000 euros.

Artículo 47. *Exacciones.*

Las actividades reguladas en la presente Ordenanza estarán sujetas al pago de las exacciones previstas en las ordenanzas reguladoras de los tributos municipales, tanto en la solicitud inicial de la autorización o licencia como, en su caso, en la petición de la concesión de prórroga.

CAPÍTULO IV

Conservación de la instalación

Artículo 48. *Identificación de la instalación.*

Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, el nombre de la empresa de publicidad titular de la licencia. No se podrán colocar elementos corpóreos sobre los soportes ni utilizar otras superficies para identificar los soportes.

Artículo 49. *Deber de conservación y retirada de instalaciones.*

1. Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias y de identificación deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, realizando los trabajos de mantenimiento y limpieza así como las obras de reparación que sean precisas para su adecuada conservación, incluso cuando se deriven de actos vandálicos o de pintadas sobre cualquier parte de la instalación publicitaria.

2. Una vez finalizada la vigencia de las licencias o autorizaciones concedidas o una vez producido el cese de la actividad, los titulares de las instalaciones publicitarias y de identificación deberán proceder a su desmontaje y retirada total de los elementos integrantes de las mismas.

Artículo 50. *Orden de ejecución.*

El órgano municipal competente podrá ordenar a los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias la ejecución de las obras o la realización de las actuaciones necesarias para conservar las condiciones señaladas en el artículo anterior.

A estos efectos, se concederá al propietario o titular de las instalaciones publicitarias un plazo de entre 8 y 15 días, en función de la complejidad de las obras o actuaciones a llevar a cabo, salvo que se justifique la imposibilidad técnica de realizar las obras o actuaciones en dichos plazos, en cuyo caso se podrá conceder un plazo mayor.

El incumplimiento injustificado de las órdenes de ejecución habilitará al órgano municipal competente para adoptar cualquiera de estas medidas:

a) Ejecución subsidiaria a costa del obligado y hasta el límite del deber normal de conservación.

b) Imposición de las sanciones previstas en la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid.

c) Imposición de multas coercitivas, en el caso de que la orden de ejecución no se cumpla en los plazos establecidos de conformidad con lo dispuesto en la Ley 22/2006 de 4 de julio, de Capitalidad y Régimen Especial de Madrid.

Artículo 51. *Régimen de actuaciones inmediatas.*

Si por los servicios municipales se apreciara la existencia de un peligro grave e inminente para la seguridad de las personas o los bienes se tomarán las medidas necesarias para evitarlo, sin que sea precisa resolución administrativa previa, que se adoptará con posterioridad.

Dichas medidas serán las que técnicamente se consideren imprescindibles para evitar el peligro inmediato pudiendo consistir en apeos, apuntalamientos, desmontajes, u otras análogas, debiendo observarse el principio de intervención mínima.

Todas las actuaciones que se acuerden serán a cargo del titular de la licencia, de la empresa publicitaria, de la entidad o persona cuyo servicio o producto se anuncie o del titular del terreno o edificio en el que esté instalado el soporte.

TÍTULO IX

Régimen disciplinario y sancionador

CAPÍTULO I

Inspección y protección de la legalidad

Artículo 52. *Servicios de inspección.*

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

Artículo 53. *Protección de la legalidad.*

1. Cuando la instalación de soportes, sujetos a intervención municipal, se realizase sin licencia urbanística publicitaria o de identificación, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, se adoptarán las medidas contempladas en el Capítulo II del Título V de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid, sin perjuicio de las acciones que pueda ejercer el municipio en defensa de sus bienes.

2. La utilización del dominio público municipal sin la previa obtención de autorización administrativa dará lugar al ejercicio de las facultades y prerrogativas para la defensa del patrimonio municipal de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas.

Artículo 54. *Restablecimiento de la legalidad.*

Las medidas de restablecimiento de la legalidad y el ejercicio de las facultades y prerrogativas en defensa del patrimonio municipal son independientes de la imposición de sanciones que procedan por la comisión de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza y en la legislación urbanística y patrimonial.

La responsabilidad administrativa derivada del procedimiento sancionador es compatible con la exigencia al infractor de la restauración de la legalidad urbanística, la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado originario, así como con el resarcimiento de los daños y perjuicios causados.

Transcurridos los plazos sin que el interesado lleve a cabo la actuación requerida, el órgano municipal competente acordará la retirada o desmontaje de la instalación publicitaria con reposición de la situación alterada a su estado originario, siendo a cargo del interesado el coste de todas las medidas adoptadas.

Cuando la actuación publicitaria se desarrolle mediante actores y/o público en general, sin la debida autorización, se podrá realizar la retirada inmediata del material publicitario utilizado. Asimismo, cuando la publicidad vulnere la prohibición establecida en el artículo 2.4 de la Ordenanza se podrá realizar su inmediata retirada.

A los vehículos que transmitan mensajes publicitarios dentro del término municipal se les aplicarán las medidas establecidas en los artículos 40 y 41 la ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid y en los artículos 61.16 y 91 de la Ordenanza de Movilidad de la Ciudad de Madrid, pudiendo ser retirados de la vía pública por los efectivos de la Policía Municipal y los Agentes de Movilidad encargados de la vigilancia del tráfico, para evitar la utilización de las vías públicas con fines publicitarios.

CAPÍTULO II

Infracciones y sanciones

Artículo 55. *Régimen Jurídico aplicable a las infracciones*.

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

2. Cuando la actividad publicitaria se realizase sin licencia urbanística publicitaria o de identificación, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, le será de aplicación lo dispuesto en el Capítulo III del Título V de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid, sin perjuicio de que en los preceptos de esta Ordenanza se realice una identificación más concreta de la conducta infractora prevista en el artículo 227 de dicha Ley y una determinación más precisa de las sanciones, introduciendo las correspondientes especificaciones y graduaciones.

3. Cuando la actividad publicitaria utilice el dominio público local sin la previa autorización administrativa se aplicará el régimen sancionador contemplado en el Título IX de la ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas. Si la actividad realizada afectase a un ámbito o bien declarado de interés cultural o protegido se aplicará lo dispuesto en la normativa reguladora del Patrimonio Histórico-Artístico.

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

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

Artículo 56. *Clasificación de infracciones.*

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

Artículo 57. *Infracciones muy graves*.

Se considerarán infracciones muy graves:

a) La instalación de soportes publicitarios, sin la correspondiente licencia o autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, en ámbitos incluidos en las zonas 1 y 2 establecidas en el artículo 4 de esta Ordenanza.

b) La instalación de soportes publicitarios o de identificación en edificios catalogados con nivel 1.

c) La instalación de soportes publicitarios o de identificación, sin la correspondiente licencia o autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, en edificios catalogados con nivel 2 de protección y con nivel 3 de protección parcial, relativa a la fachada.

d) La instalación de soportes publicitarios o de identificación sin la correspondiente licencia urbanística o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, sin respetar las distancias establecidas respecto a las vías rápidas.

e) La instalación de soportes con una superficie publicitaria igual o superior al doble de la permita en la correspondiente licencia publicitaria.

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

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

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

i) La realización de cualquier clase de acción publicitaria, sin la correspondiente autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, que impida a los ciudadanos que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos su utilización.

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

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

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

Artículo 58. *Infracciones graves*.

Se consideran infracciones graves:

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

b) La instalación de los elementos de identificación de actividades y establecimientos sin contar con las autorizaciones o licencias preceptivas o contraviniendo las condiciones de las otorgadas.

c) La instalación de soportes con una superficie publicitaria que exceda de la permitida en la correspondiente licencia publicitaria hasta el doble de la misma.

d) La falta de mantenimiento de las instalaciones en los términos establecidos en la Ordenanza cuyo deterioro y falta de ornato suponga un menoscabo del entorno y del paisaje urbano.

e) El incumplimiento de los horarios de inicio o apagado de las instalaciones cuando generen molestias a los vecinos, conductores y transeúntes.

f) La instalación o mantenimiento de los soportes publicitarios en obras sin haberse iniciado o después de haber finalizado las mismas.

g) La nueva instalación de soportes flexibles sobre estructuras de andamios sin que haya transcurrido el plazo fijado en el artículo 38.2 de esta Ordenanza.

h) La instalación de soportes publicitarios en solares y terrenos sin uso fuera de la alineación oficial o volando sobre la vía pública.

i) La realización de cualquier acto que dañe a las especies vegetales o arbóreas instaladas en suelo público o privado, tales como podas sin autorización, con especial atención al arbolado de alineación. Existe una vinculación entre la realización de un acto lesivo para las especies vegetales y arbóreas y los soportes publicitarios cuando por su crecimiento y porte afectan o dificultan la visualización de los soportes publicitarios y del resultado del acto lesivo queda expedita la visualización de toda la superficie publicitaria instalada.

j) La falta de desmontaje y total retirada de los elementos de las instalaciones publicitarias una vez que la licencia ha perdido su eficacia.

k) La realización de cualquier clase de acción publicitaria, sin la correspondiente autorización especial o de actuación de publicidad exterior o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma.

l) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando cause molestias a los ciudadanos que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos o impidan el normal funcionamiento de los servicios públicos.

m) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando cause daños en los espacios públicos, en sus instalaciones y elementos o en los equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.

n) La ocultación, manipulación o falsedad de los datos o documentación aportados para la obtención de la correspondiente autorización.

o) La falta del seguro obligatorio de responsabilidad civil establecido en la presente Ordenanza.

p) El incumplimiento reiterado de los requerimientos formulados por la Administración Municipal en relación con el ejercicio de la actividad publicitaria o con las condiciones de la instalación.

q) La negativa a facilitar los datos a la Administración Municipal o a los agentes del Cuerpo de la Policía Municipal que sean requeridos por éstos, así como la obstaculización de la labor inspectora.

r) La falta de identificación de los soportes publicitarios.

Artículo 59. *Infracciones leves.*

Se consideran infracciones leves:

a) No comunicar los cambios de titularidad u otras variaciones que afecten a las circunstancias jurídicas de la actividad.

b) La falta de mantenimiento y limpieza de los soportes publicitarios que no suponga un peligro o produzca un deterioro o menoscabo grave al entorno y paisaje urbano.

c) El incumplimiento de los horarios de inicio o apagado de las instalaciones publicitarias y de identificación de establecimientos con iluminación.

d) La falta de presentación de la declaración de la dirección facultativa de adecuación de la instalación al proyecto autorizado y a la normativa de aplicación.

e) La falta de comunicación de la finalización de las obras en caso de producirse con anterioridad a la finalización prevista en la licencia publicitaria.

f) La falta del seguro obligatorio de responsabilidad civil en los importes establecidos en el artículo 46.

g) La colocación de anuncios individuales de venta y alquiler de pisos y locales incumpliendo las condiciones establecidas en el artículo 22.4.

h) La colocación de elementos de identificación en planta de pisos de edificios de uso no residencial incumpliendo las condiciones establecidas en el artículo 36.1 d).

i) La utilización de cualquier clase de vehículo, bicicleta o remolque, como medio publicitario para la transmisión de un mensaje bien sea en circulación o estacionado.

j) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente Ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.

Artículo 60. *Prescripción de las infracciones y sanciones.*

Las infracciones y sanciones prescribirán en aplicación de la normativa aplicable de acuerdo con su naturaleza jurídica según lo establecido en el artículo 55 de la Ordenanza.

Artículo 61. *Sujetos responsables.*

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

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

Artículo 62. *Sanciones*.

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

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

2. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa urbanística se sancionarán, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 227 de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid, con las siguientes multas:

a) Infracciones muy graves: de 20.001 a 30.000 euros.

b) Infracciones graves: de 6.001 a 20.000 euros.

c) Infracciones leves: de 600 a 6.000 euros.

3. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la presente Ordenanza se sancionarán, de acuerdo con lo establecido en la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, con las siguientes multas:

a) Infracciones muy graves: de 1.501 euros hasta 3.000 euros.

b) Infracciones graves: de 751 euros hasta 1.500 euros.

c) Infracciones leves: hasta 750 euros.

Artículo 63. *Graduación de las sanciones*.

Para la graduación de la cuantía de las sanciones se atenderá al importe de los daños causados; su incidencia en el patrimonio histórico, artístico y natural de la ciudad; la naturaleza de la infracción; la intensidad en la perturbación ocasionada en el paisaje urbano; la intensidad de la perturbación ocasionada en la utilización del espacio público; la localización según la calificación tipológica del suelo establecida en el artículo 4; la reiteración y grado de culpabilidad;

la reincidencia en la comisión de otra infracción de la misma naturaleza en el término de un año, el posible beneficio económico del infractor y demás circunstancias concurrentes.

Artículo 64. *Procedimiento sancionador.*

Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en la presente Ordenanza se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora por la Administración de la Comunidad de Madrid, aprobado por Decreto 245/2000, de 16 de noviembre, y, en su caso, en el Reglamento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, aprobado por Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto.

Artículo 65. *Medidas cautelares.*

En cualquier momento del procedimiento sancionador, el órgano municipal competente para su iniciación, por propia iniciativa o a propuesta del instructor, podrá adoptar las medidas cautelares que resulten necesarias para garantizar el buen fin del procedimiento, asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer o evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción.

Artículo 66. *Multas coercitivas.*

1. Si los infractores no procedieran al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ordenanza, sin perjuicio de la sanción que se pudiera imponer, el órgano competente podrá acordar la imposición de multas coercitivas con arreglo a los artículos 99 de la Ley 30/92 y 52.2 de la Ley 22/2006 de 4 de julio de Capitalidad y Régimen Especial de Madrid, una vez transcurridos los plazos establecidos en el requerimiento correspondiente.

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

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

Disposición adiciona única. *Convenios.*

En el ámbito de la presente Ordenanza el Ayuntamiento de Madrid podrá, mediante la formalización de convenios o realización de programas con Organismos Públicos, Entidades, Colegios o Asociaciones Profesionales representativos de determinados sectores de actividad con características especiales de implantación, de utilización de imágenes corporativas o por prestación de servicios comunes, establecer condiciones particulares para la determinación del plazo voluntario de adecuación a las condiciones establecidas, la homologación o determinación de las características técnicas y estéticas de los elementos de identificación y señalización de actividades y establecimientos, tales como los servicios de carácter sanitario, farmacéutico, de hospedaje, bancario y otros.

La regulación contenida en la presente Ordenanza respecto a las condiciones de iluminación, emplazamientos, superficie publicitaria, características y condiciones de los soportes constituye las condiciones mínimas que habrán de tenerse en cuenta en la realización de los mencionados convenios o programas. Los criterios referenciales para su elaboración son, entre otros, la defensa de los valores del paisaje urbano y la reducción de la contaminación lumínica.

Disposición transitoria primera. *Régimen y adecuación de las licencias.*

1. Las instalaciones publicitarias y de identificación de actividades que, a la entrada en vigor de esta Ordenanza, cuenten con licencia municipal de carácter temporal podrán mantenerse, si se ajustan a las condiciones conforme a las cuales les fue concedida, hasta la finalización de su plazo de vigencia, sin posibilidad de prórroga. En todo caso, si se solicitase durante dicho periodo cualquier modificación en la licencia, incluido el cambio de titularidad, será preceptiva la adaptación de la instalación a las determinaciones de esta Ordenanza.

2. Las muestras, banderines, toldos y elementos análogos regulados en el Capítulo I del Título VII, que, a la entrada en vigor de esta Ordenanza, cuenten con licencia municipal y se ajusten a las condiciones conforme a las cuales les fue concedida, mantendrán su vigencia hasta la finalización del plazo de concesión. En todo caso, si se solicitase cualquier modificación en la licencia, incluido el cambio de titularidad si afecta a la identificación del establecimiento, será preceptiva su adaptación a las determinaciones de esta Ordenanza.

3. Las instalaciones publicitarias y de identificación y señalización de establecimientos que a la fecha de entrada en vigor de la presente ordenanza no dispongan de la correspondiente licencia o autorización, deberán en el plazo de doce (12) meses adaptarse a las determinaciones contenidas en la misma, previa solicitud de la correspondiente licencia. Una vez transcurrido el anterior plazo de doce (12) meses, se iniciarán los correspondientes expedientes de disciplina urbanística para el restablecimiento de la legalidad.

Disposición transitoria segunda. *Régimen de las actuaciones experimentales y de patrocinio.*

Las instalaciones publicitarias de carácter experimental y de patrocinio que cuenten con la correspondiente autorización mantendrán su vigencia de acuerdo con lo establecido en la misma.

Disposición transitoria tercera. *Normativa aplicable.*

Las licencias publicitarias y de identificación que se encuentren en tramitación en el momento de la entrada en vigor de la Ordenanza se otorgarán conforme a la normativa vigente en el momento de la resolución, siempre que ésta se produzca dentro del plazo establecido.

Disposición derogatoria.

Queda derogada la Ordenanza de Protección del Paisaje Urbano, aprobada definitivamente por acuerdo del Pleno del Ayuntamiento de fecha 31 de mayo de 2001 y cuantas normas de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en la presente Ordenanza.

Disposición final primera. *Interpretación de la Ordenanza.*

Se faculta al titular del Área de Gobierno de Medio Ambiente para interpretar y Resolver cuantas cuestiones surjan de su aplicación y para que dicte las resoluciones complementarias necesarias para el desarrollo y cumplimiento de la misma.

Disposición final segunda. *Publicación y entrada en vigor de la Ordenanza.*

De conformidad con lo establecido en los artículos 48.3 párrafos e) y f) de la ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, la publicación, entrada en vigor y comunicación de la presente Ordenanza se producirá de la siguiente forma:

a) El acuerdo de aprobación y la Ordenanza se publicarán íntegramente en Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid y en Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid.

b) La Ordenanza entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.

c) Sin perjuicio de lo anterior, el acuerdo de aprobación se remitirá a la Administración General del Estado y a la Administración de la Comunidad de Madrid.

ANEXO

Delimitación de Recinto Histórico de Madrid y del APE 00.01

incluidos en las Zonas 2.1 y 2.2 del artículo 4 de la Ordenanza

Descripción del Recinto Histórico de Madrid.

De acuerdo con lo descrito en el Decreto 61/1.993 de 20 de mayo por el que se declara bien de interés cultural, en la categoría de Zona Arqueológica el recinto histórico de Madrid, los límites geográficos de la zona:

Comienzan al Oeste con la Ermita de San Antonio de la Florida, sube por la calle Francisco y Jacinto Alcántara hasta la estación del teleférico y continúa por las siguientes calles, que forman su límite Norte: Marqués de Urquijo (números pares), Alberto Aguilera (Números pares) incluyendo la Glorieta de Ruiz Jiménez, Glorieta de Bilbao (incluida) y Sagasta (impares). Plaza de Colón con vuelta al Paseo de la Castellana, 1, Goya (impares) con vuelta a Serrano (pares); baja hacia el Sur por la calle de Serrano (pares), volviendo hacia el Este a partir de la Plaza de la Independencia por la calle de Alcalá, O'Donnell (pares) hasta el cruce con la calle de Menéndez Pelayo (pares), donde baja hacia el Sur por la Puerta del Pacífico (parte del Retiro) para formar su lindero Este hasta la Plaza de Mariano de Cavia; tuerce para formar el límite Sur por el Paseo de la Reina Cristina (pares), Paseo de la Reina Cristina con vuelta al Paseo de Infanta Isabel. Paseo de Infanta Isabel a la altura de la calle Juan Bautista Sachetti. Glorieta del Emperador Carlos V (incluida). Ronda de Atocha (impares) y Ronda de Valencia (impares). Glorieta de Embajadores (incluida) y Ronda de Toledo (pares). Puerta de Toledo (incluida) y Ronda de Segovia (pares). Ronda de Segovia pares; a partir de aquí forma el límite Oeste, siguiendo la Ronda de Segovia con vuelta a Paseo Imperial. Ronda de Segovia con vuelta al Paseo de la Virgen del Puerto. Glorieta de San Vicente (incluida) y Paseo de la Florida hasta la Glorieta de San Antonio de la Florida (punto Inicial).

Documento de carácter informativo. La versión oficial puede consultarse en el "Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid" o en el "Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid".