Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior.

INDICE

TITULO PRELIMINAR. **Disposiciones generales**
Artículo 1. Objeto
Artículo 2. Concepto de publicidad exterior
Artículo 3. Exclusiones del ámbito de aplicación
Artículo 4. Seguridad, calidad y ornato
Artículo 5. Requisitos para ejercer la actividad de publicidad exterior
Artículo 6. Efectos de la no inscripción
Artículo 7. Modalidades de manifestación del mensaje publicitario
Artículo 8. Actos sujetos a licencia de publicidad exterior
Artículo 9. Actos de publicidad no autorizados
TÍTULO I. **Zonas de instalación y modalidades de publicidad**
Artículo 10. Espacios susceptibles de utilización
Artículo 11. Modalidades de publicidad y definiciones
Artículo 12. Vallas publicitarias
Artículo 13. Dimensiones de las vallas
Artículo 14. Agrupación de vallas
Artículo 15. Vallas superpuestas
Artículo 16. Distancia mínima entre vallas
Artículo 17. Condiciones de instalación de las vallas
Artículo 18. Carteles
Artículo 19. Banderolas y Pancartas
Artículo 20. Muestras y banderines
Artículo 21. Prohibiciones
Artículo 22. Publicidad impresa
Artículo 23. Publicidad móvil
Artículo 24. Publicidad sonora
Artículo 25. Publicidad aérea
TITULO II. **Licencias**
Artículo 26. Régimen jurídico de las licencias
Artículo 27. Requisitos
Artículo 28. Plazo de vigencia, prórroga y caducidad
Artículo 29. Número de registro de empresa de publicidad y número de licencia
TITULO III. **Procedimiento sancionador**
Artículo 30. Procedimiento Sancionador
Artículo 31. Restablecimiento
Artículo 32. Clasificación de infracciones
Artículo 33. Sanciones
Artículo 34. Graduación de las sanciones
Artículo 35. Personas responsables
Disposición Transitoria Única
Disposición Final

Existiendo normativa legal en relación con la Publicidad Exterior, entendida ésta como toda actividad encaminada a transmitir mensajes de cualquier índole perceptibles desde la vía pública, siempre que su contenido sea lícito, con independencia del medio o soporte a través del cual se manifiesta y no únicamente la instalación de carteleras o vallas publicitarias, como se detalla en el texto articulado que se propone; y atendiendo al desarrollo adquirido por este tipo de publicidad y su gran incidencia en la imagen del Municipio y entornos urbanos y rurales, se hace necesaria la aprobación de la presente Ordenanza.

La regulación de la publicidad exterior está estandarizada de modo homogéneo en la mayor parte de municipios con ordenanza propia, por lo cual se ha considerado conveniente utilizar la normativa existente como punto de partida.

Las instalaciones publicitarias en el término de Molina de Segura, se regirán por la Ley General de Publicidad, 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, modificada por la Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios; y modificada, asimismo, por la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, todo ello en virtud de la competencia exclusiva del Estado para regular dicha materia de acuerdo con lo establecido por el artículo 149, 1, 1.º, 6.º y 8.º de la Constitución, por las normas del vigente Plan General Municipal de Ordenación y la presente Ordenanza.

La Ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior tiene por objeto establecer las condiciones que deben cumplir las instalaciones publicitarias visibles desde la vía pública.

La presente Ordenanza se ocupa, por tanto, no sólo de la publicidad en las denominadas vallas o publicidad estática, sino también de la actividad publicitaria exterior en sus distintas modalidades.

Por último, señalaremos que la Ordenanza fija un procedimiento ágil y eficaz para mantener la disciplina en su cumplimiento, que es un aspecto básico de toda normativa.

TITULO PRELIMINAR

Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto.

La presente Ordenanza tiene por objeto regular los términos y condiciones a los que deberá sujetarse el ejercicio de actividad de publicidad exterior en sus distintas modalidades, que puedan ser llevadas a cabo en el término municipal.

Artículo 2. Concepto de publicidad exterior.

Se entiende por publicidad exterior toda actividad encaminada a transmitir mensajes de cualquier índole perceptibles desde la vía pública, siempre que su contenido sea lícito, con independencia del medio o soporte a través del cual se manifiesta.

Artículo 3. Exclusiones del ámbito de aplicación.

Quedan excluidos del ámbito de aplicación de la presente Ordenanza:

a) Los indicadores que constituyen el nombre o razón social de personas físicas o jurídicas que desempeñan una actividad profesional o de servicios y que no tengan una finalidad publicitaria.

b) La publicidad que se desarrolle en el interior de establecimientos comerciales o de servicios.
c) Las instalaciones publicitarias en soportes de mobiliario urbano sujetas a concesión administrativa.

Artículo 4. Seguridad, calidad y ornato.

Todos los elementos que integran la instalación publicitaria deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad, calidad y ornato.

Artículo 5. Requisitos para ejercer la actividad de publicidad exterior.

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

a) Instancia formulada por la persona física o jurídica interesada, solicitando quedar incluido en el citado Registro Municipal.

b) A la instancia se acompañará la siguiente documentación:
1ª. Copia N.I.F. o C.I.F.
2ª. Escritura de constitución de la sociedad en el supuesto de persona jurídica.
3ª. Matrícula correspondiente al Impuesto de Actividades Económicas.
4ª. Memoria de actividades en la que se especifiquen recursos técnicos y humanos con los que se cuente para el desarrollo de la actividad.
5ª. Póliza de Seguro de Responsabilidad Civil para responder por el ejercicio de la actividad por una cuantía de 200.000 euros, que se podrá ver sometida a ajustes al alza y revisiones anuales en función del volumen de negocio de la actividad desarrollada.

2. Las personas físicas o jurídicas que no estén inscritas en el Registro Municipal de Empresas de Publicidad, únicamente podrán solicitar la instalación de Carteleras, en los bienes propios que utilicen para el ejercicio de su actividad y tan sólo para hacer publicidad de sus propias actividades.

Artículo 6. Efectos de la no inscripción.

Las empresas no inscritas en el citado Registro que desarrollen actividad publicitaria sujeta a la Ordenanza, no podrán obtener la oportuna licencia, y su actividad se considerará ilegal y sujeta a las sanciones y acciones administrativas oportunas, sin perjuicio de lo establecido en el art.5 in fine.

Artículo 7. Modalidades de manifestación del mensaje publicitario.

El mensaje publicitario podrá manifestarse a través de las siguientes modalidades:
a) Publicidad estática: Tendrá esta consideración la que se desarrolle mediante instalaciones fijas como carteleras, rótulos, pancartas, banderolas o similares.
b) Publicidad móvil: Aquella que sea autotransportada o remolcado de impresos en vía pública de forma manual o individualizada.

c) Publicidad impresa: Aquella que se lleva a cabo mediante el reparto de impresos en vía pública de forma manual o individualizada.
d) Publicidad sonora: Aquella que se lleva a cabo por medios sonoros, ya sean artificiales (altavoces, amplificadores o cualquier otro aparato emisor) o la propia voz.

e) Publicidad aérea. Aquella que se lleva a cabo mediante avionetas, globos o dirigibles, entre otros.

Artículo 8. Actos sujetos a licencia de publicidad exterior.

Todos los actos de publicidad exterior están sujetos a licencia municipal y condicionadas al pago de las correspondientes exacciones fiscales por aplicación de la Ordenanza Fiscal, con excepción de los sometidos a régimen de concesión administrativa.

Artículo 9. Actos de publicidad no autorizados.

Con carácter general queda prohibido:
a) La fijación o inscripción directa de publicidad sobre paramentos de edificios, muros, monumentos, fuentes, obras públicas, vallados o elementos del mobiliario urbano.
b) Los anuncios reflectantes, las instalaciones que limiten visibilidad y seguridad del tránsito rodado o peatonal.
c) El lanzamiento de propaganda gráfica en vía pública.
d) Aquellas actividades publicitarias que, por su objeto, forma y contenido, sean contrarias a las leyes.
e) La publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco deberán ajustarse a la normativa vigente.
f) Se prohíbe esparcir y tirar toda clase de folletos, octavillas o papeles de propaganda o publicidad y materiales similares en la vía y en los espacios públicos.
g) Los repartidores de publicidad domiciliaria no podrán colocar propaganda fuera del recinto del portal de los edificios.
h) Los titulares de los establecimientos no podrán situar en la vía pública ninguna clase de mobiliario con propaganda publicitaria.

TITULO I

Modalidades de publicidad y zonas de instalación

Artículo 10. Espacios susceptibles de utilización.

1. A los efectos de delimitar los espacios susceptibles de utilización para publicidad, se establece la siguiente clasificación de los citados espacios en el término municipal:
a) Suelo Urbano.
b) Suelo Urbanizable Sectorizado.
c) Resto de Suelo.

2. En estructuras de andamiajes podrán instalarse en todo caso elementos de protección y ornato de las mismas, como lonas, mallas, o similares, que podrán incluir mensajes publicitarios integrados en su superficie, con presentación de documentación previa que deberá ser aprobada por el órgano competente para resolver.

3. En suelo calificado como Urbano por el Plan General Municipal de Ordenación se permitirá la instalación de elementos publicitarios en:
a) Solares sin edificar.
b) Las vallas de cualquier tipo de obras o cerramiento de solares.
c) En medianerías de edificios.
d) En estructuras de andamiajes.
e) En cerramientos de locales comerciales desocupados en planta baja.

4. En Suelo Urbanizable Sectorizado:
a) Hasta tanto no se lleve a cabo el desarrollo previsto por el Planeamiento en vigor para dicho tipo de suelo, las instalaciones de publicidad podrán ser autorizadas a precario, en zonas colindantes a

carreteras, siempre que se presente aval suficiente a criterio de los servicios técnicos municipales que responda de los gastos de desmontaje y retirada de las mismas cuando las actuaciones urbanísticas así lo requieran, respetando las distancias mínima de 15 metros desde la arista exterior y siempre que se cuente con la oportuna autorización del organismo competente del que dependa la carretera.
b) Una vez aprobado el Planeamiento y ejecutadas las obras de urbanización correspondientes, regirán las condiciones propias del Suelo Urbano a efectos de publicidad.

5. En los tramos urbanos de la red arterial, sólo podrá instalarse publicidad a una distancia mínima de 15 metros desde la arista exterior de la carretera.

6. En Suelo No Urbanizable o resto de suelo, no se autoriza la instalación de vallas publicitarias o similares, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 326 del vigente PGMO en relación con los carteles informativos no publicitarios.

7. Podrán autorizarse por concesión administrativa, instalaciones de publicidad exterior en bienes de titularidad municipal, tanto patrimoniales como de dominio público, de acuerdo con lo establecido en la legislación especifica aplicable, y en las normas contenidas en la presente Ordenanza.

Artículo 11. Modalidades de publicidad y definiciones.

1. "Carteleras" “Mupis” o "Vallas Publicitarias": Son los soportes estructurales de implantación estática susceptibles de albergar y transmitir mensajes integrados en la modalidad visual de la publicidad exterior, por medio de carteles o rótulos.

2. "Rótulos": Se consideran rótulos los anuncios fijos o móviles de larga duración por medio de pintura, azulejos, cristal, hierro o cualquier otro material que asegure su permanencia.

3. "Carteles": Se consideran carteles los anuncios de duración reducida, normalmente no superior al mes, pintados o impresos por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina, cartón, tela u otro material de escasa consistencia y corta duración.

4. “Pancartas”: Se consideran pancartas los elementos publicitarios realizados con materiales efímeros realizados sobre lonas, plástico o materiales parecidos.

5. “Muestras": Son los anuncios paralelos al plano de fachada. Tendrán un saliente máximo de 10 centímetros con respecto a la alineación oficial.

6. “Banderines”: Son los anuncios verticales al plano de la fachada. Estarán situados, en todos sus puntos, a una altura no inferior a 225 cm. De la rasante de la acera, con un saliente máximo no superior a 45 cm.

7. “Banderolas o Velas”: Son elementos publicitarios realizados con materiales efímeros realizados y utilizados en los báculos de las farolas del alumbrado público.

Artículo 12. Vallas publicitarias.

1. De conformidad con el artículo anterior, se considera valla publicitaria aquella instalación estática, compuesta de un cerco cuadrado o rectangular, susceptible de contener en su interior, elementos planos que hagan posible la exhibición de mensajes de contenido fijo o variable.

Artículo 13. Dimensiones de las vallas publicitarias.

Las dimensiones de los cercos deberán ajustarse a las siguientes medidas:

a) Mínimo 4 metros de largo por 3 de alto y sus múltiplos, con un límite máximo de 48 m2. En suelo calificado por el Plan General como urbano, la altura máxima no podrá superar los 8,50 metros sobre rasante de terreno, incluido el soporte, cuando la distancia a carretera, sea de 15 metros lineales, sin perjuicio de lo dispuesto en el PGMO en relación a la altura de edificaciones.

b) En suelo urbano consolidado por la edificación, con alienaciones definidas por el Plan General, la altura máxima sobre rasante del terreno será de 6 metros.

c) No obstante, podrán permitirse con carácter excepcional tamaños superiores a los fijados en los apartados anteriores, siempre y cuando mediara la expresa y especial autorización municipal.

Artículo 14. Agrupación de vallas.

Se permite la agrupación de vallas que no superará, en todo caso, la superficie máxima de 48 m2 y 16 metros de proyección.

Artículo 15. Vallas superpuestas.

Se permiten vallas superpuestas, sin que en ningún caso, se puedan sobrepasar las superficies y alturas máximas permitidas en función de su ubicación.

Artículo 16. Distancia mínima.

La distancia mínima entre vallas o agrupación de ellas, no será inferior a 100 metros.

Artículo 17. Condiciones de instalación.

1. La instalación de vallas en cerramiento de solares, vallados de obras, locales comerciales cerrados y medianerías, se ajustará a las siguientes condiciones:

a) La valla no podrá sustituir en ningún caso al vallado obligatorio del solar.
b) La valla se instalará ajustándose a la alineación del solar o su cerramiento siempre que sean coincidentes con las alineaciones del Plan General Municipal de Ordenación, en todo caso, deberá ajustarse, siempre, a esta última, salvo en edificios fuera de ordenación.

2. Excepcionalmente, con causa justificada, se podrá autorizar la instalación en el interior de solares o terrenos, respetando las condiciones que con carácter general se establecen en la presente Ordenanza para las vallas o carteleras.

3. En medianerías, el plano exterior no podrá exceder 0,30 metros sobre el plano de fachada, y la superficie máxima de ocupación será de 1/2 del total del paramento, siendo la altura máxima 6 metros sobre la rasante del terreno.

Artículo 18. Carteles.

1. Se prohíbe la fijación de carteles sobre edificios, paramentos, vallas de cerramiento o cualquier elemento visible desde la vía pública, con excepción del mobiliario urbano destinado a dicho fin o lugares expresamente preparados para esta finalidad con autorización municipal.

2. Se prohíben los carteles movibles ocupando vía pública con publicidad de los establecimientos comerciales. Solo será posible dicha instalación, cuando se ubique en espacio privado del local de negocio o actividad.

Artículo 19. Banderolas y pancartas.

1. Sólo podrán autorizarse en los siguientes supuestos:
a) En fachadas de edificios íntegramente comerciales por motivo de campañas extraordinarias, y por un periodo no superior a dos meses.
b) En fachadas de museos, edificios públicos, salas de exposiciones, espectáculos o similares por idéntico plazo, para fines propios de la institución de que se trate.
c) En elementos de alumbrado público, por campañas electorales, celebraciones municipales o institucionales.

2. La utilización de los citados elementos para publicidad comercial, sólo podrá autorizarse en el supuesto de campañas extraordinarias.

3. Las pancartas podrán ser autorizadas por el Ayuntamiento, en lugares visibles desde la vía pública en situaciones excepcionales como fiestas patronales, celebraciones religiosas, deportivas o similares.

4. En la solicitud de licencia, se deberá expresar la forma, dimensiones, materiales y contenido de la pancarta, emplazamiento, altura mínima sobre la calzada y tiempo de duración.

5. La pancarta en ningún caso limitará el tráfico rodado o peatonal, así como la visibilidad de señalización urbana y no podrá situarse a una altura inferior a 5 metros sobre la calzada.

6. La pancarta tiene una utilización limitada exclusivamente a las celebraciones que la justifiquen, debiendo ser retiradas en el plazo máximo de cinco días siguientes a la terminación, a su costa.

Artículo 20. Muestras y banderines.

Las muestras y banderines se ajustarán a las prescripciones técnicas que se recogen en los artículos 322 y 323 del vigente Plan General Municipal de Ordenación y lo dispuesto en la presente Ordenanza en lo que les sea de aplicación.

Artículo 21. Prohibiciones.

1. Quedan prohibidos en dominio público los carteles indicativos o de señalización direccional del nombre de establecimientos, logotipos o señales de circulación, en relación con dichos locales.

2. Los logotipos, carteles o rótulos con los citados mensajes, sólo podrán instalarse en terrenos de dominio privado, previa autorización municipal.

3. Excepcionalmente podrán autorizarse rótulos o carteles indicadores que puedan contener información que afecte al interés público general.

Artículo 22. Publicidad impresa.

El reparto de la publicidad impresa sólo se autorizará con carácter restringido en los siguientes supuestos:

a) En periodo de campaña electoral, de acuerdo con la normativa específica aplicable y celebraciones populares o institucionales.
b) En entradas de locales comerciales, así como por asociaciones de comerciantes, dentro de los límites territoriales de éstas.
c) El titular o beneficiario del mensaje, la empresa anunciadora y el autor material, serán responsables solidariamente de mantener limpio el espacio urbano afectado por la distribución de dicha publicidad, a cuyo objeto deberá aplicar los medios necesarios.
d) El incumplimiento de dicha obligación producirá la revocación inmediata de la autorización, sin perjuicio de la apertura del correspondiente expediente sancionador.
e) El interesado deberá presentar, con carácter previo a la autorización, aval suficiente que garantice los costes adicionales de limpieza, en el supuesto de ejecución subsidiaria.

Artículo 23. Publicidad móvil.

1. No está permitido dentro del término municipal la publicidad ejercida mediante soportes publicitarios instalados en vehículos, en remolque o similares, bien estacionado o en circulación.

2. Tan sólo podrán ser autorizados con carácter excepcional en supuestos de celebraciones públicas, o institucionales, fiestas populares o campañas electorales.

Artículo 24. Publicidad sonora.

Queda prohibida la publicidad a través de medios sonoros, ya sean artificiales (altavoces, amplificadores o cualquier otro aparato emisor) o la propia voz, sin perjuicio de las autorizaciones municipales que se concedan excepcionalmente con motivo de campañas electorales, fiestas patronales, celebraciones deportivas o similares en los términos de la normativa vigente, en particular la normativa de Protección del Medio Ambiente.

Artículo 25. Publicidad aérea.

Podrá llevarse a cabo publicidad aérea, mediante avionetas, globos, dirigibles o similares, debiendo contar, en todo caso, con la autorización del organismo competente en la materia.

TITULO II

Licencias

Artículo 26. Régimen jurídico de las licencias.

1. Todos los actos de publicidad exterior cualesquiera que sea su modalidad están sujetos a licencia municipal, y al pago de las correspondientes exacciones fiscales.

2. Titularidad: Podrán ser titulares de la licencia todas aquellas personas físicas o jurídicas que se hallen debidamente inscritas en el Registro Municipal de Empresas de Publicidad, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 5.

3. Vigencia: La citada inscripción tendrá vigencia temporal y deberá ser solicitada su renovación por anualidades previa acreditación de hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la inscripción en el citado Registro.

4. Las licencias se otorgarán salvo derecho de propiedad y sin perjuicio de tercero, y su otorgamiento no podrá ser invocado para excluir o disminuir la responsabilidad civil o penal que le resulten imputables por aplicación del ordenamiento jurídico vigente.

5. Se llevará un Registro Municipal de las licencias otorgadas de instalaciones de publicidad exterior, con fecha, plazo de vigencia, número de registro y lugar de emplazamiento.

Artículo 27. Requisitos.

A la solicitud de licencia se acompañará la siguiente documentación:

a) Plano de situación acotado 1/2000, del volcado del Plan General Municipal de Ordenación vigente.
b) Proyecto técnico idóneo visado por el Colegio Oficial correspondiente, con memoria descriptiva de la instalación, cuando se trate de valla que supere la superficie de 48 m2., cuando lleven instalación luminosa o de movimiento y cuando así se considere por los servicios técnicos municipales.
c) Justificación de estabilidad ante empuje de viento de una velocidad de al menos 135 km/h.
d) Plan de mantenimiento de la instalación.
e) Contrato del propietario del terreno, donde se ubica la instalación.
f) Fotografía de emplazamiento.
g) Copia del acuerdo de Inscripción en el Registro Municipal de Empresas de Publicidad.
h) En el resto de las instalaciones se exigirá en cualquier caso certificado de técnico que asegure que la ejecución y mantenimiento de la instalación se llevará a cabo mediante las adecuadas condiciones de estabilidad, seguridad, ornato y conservación.

Artículo 28. Plazo de vigencia, prórroga y caducidad.

1. Las licencias se otorgarán por un plazo de vigencia máximo de un año, que podrá ser prorrogado por anualidades, mientras no varíen las condiciones urbanísticas de los terrenos objeto de ocupación, debiendo acreditarse por técnico idóneo, que tanto el soporte como la cartelera se hallan en perfectas condiciones de estabilidad, seguridad y ornato. La solicitud de prórroga deberá realizarse en el primer trimestre del año natural.

2. Las licencias se entenderán automáticamente caducadas si el interesado no procede a ejercer el derecho a la prórroga de la licencia, debiéndose solicitar nueva licencia.

3. Transcurrido el plazo de vigencia de la autorización, sin que se haya solicitado y obtenido prórroga de la misma, la instalación deberá ser desmontada en el plazo máximo de treinta días siguientes a dicho término.

4. La autorización de instalaciones, en dominio público, cualesquiera que sea su modalidad, se entenderá siempre a precario, pudiendo el Ayuntamiento ordenar su retirada en cualquier momento sin derecho a indemnización o reclamación alguna.

5. Igualmente las licencias podrán ser revocadas o suspendidas por las causas y circunstancias previstas en el artículo 16 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.

Artículo 29. Número de registro de empresa de publicidad y número de licencia.

1. En todas las carteleras o vallas deberá constar necesariamente, el número de Registro que le haya sido asignado como empresa de publicidad y el número de expediente de concesión de licencia, así como el nombre de la Empresa.

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

3. Los carteles, rótulos, pancartas, banderines u otros, que se instalen sin licencia, se considerarán igualmente carentes de titular y podrán ser retirados en cualquier momento por la Autoridad Municipal.

TITULO III

Procedimiento sancionador

Artículo 30. Procedimiento sancionador.

Se considerarán infracciones las acciones u omisiones que vulneren el contenido de la presente Ordenanza, así como las obligaciones derivadas de la aplicación de la legislación urbanística aplicable, Ley del Suelo, Reglamento de Disciplina Urbanística, y normas concordantes.

Artículo 31. Restablecimiento.

1. Sin perjuicio del restablecimiento del ordenamiento urbanístico infringido no se podrá imponer sanción alguna, sin la previa tramitación del correspondiente expediente sancionador, según lo dispuesto en el R.D. 1.398/93, de 4 de Agosto.

2. Cuando la instalación de publicidad exterior en sus distintas modalidades, se realice sin licencia o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, en dominio público, podrá ser retirada de oficio por la Autoridad Municipal sin requerimiento previo al titular de la instalación, sin perjuicio de que continúe el expediente sancionador correspondiente.

3. De igual manera se procederá en cualquier caso, cuando del mantenimiento de la instalación se derive peligro inminente para personas, bienes o servicios municipales.

4. Las instalaciones publicitarias sin licencia y ubicadas en espacios sobre los que no resulta posible su legalización, y de las que se conozca su titular, se requerirá al interesado, para que retire la instalación en el plazo máximo de setenta y dos horas, transcurrido el mismo, se procederá a la ejecución subsidiaria y a su cargo por parte de la Autoridad Municipal o Empresa contratada a dicho fin.

Artículo 32. Clasificación de infracciones.

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

2. Se consideran infracciones leves no mantener la instalación en las debidas condiciones de conservación y ornato y limpieza; y aquellas vulneraciones de la presente Ordenanza que no puedan calificarse como graves o muy graves.

3. Se considerarán infracciones graves:
a) La instalación de elementos de publicidad exterior sin licencia o sin ajustarse a las condiciones de la misma.
b) La instalación de elementos que no disponen de las oportunas medidas de seguridad y estabilidad, ofreciendo un riesgo leve para personas y bienes.
c) El incumplimiento de órdenes de ejecución en relación con el mantenimiento y conservación de las instalaciones.
d) La fijación o inscripción directa de publicidad sobre parámentos de edificios, muros, monumentos, fuentes, obras públicas, vallados o elementos del mobiliario urbano.
e) Colocar propaganda fuera del recinto del portal de los edificios en el reparto de publicidad domiciliaria.
f) Situar en la vía pública cualquier tipo de mobiliario con propaganda publicitaria de los titulares de los establecimientos.

4. Se considera infracción muy graves las acciones u omisiones siguientes:
a) La colocación de anuncios reflectantes.
b) La instalación de elementos que limiten la visibilidad y seguridad del tránsito rodado o peatonal.

Artículo 33. Sanciones.

Sin perjuicio de la suspensión cautelar, cuando el interés general así lo aconseje, las faltas serán sancionadas de conformidad con el artículo 141 de la Ley de Bases de Régimen Local, según la redacción dada por la Ley 57/2003 de 16 de diciembre, de Medidas de Modernización del Gobierno Local, de la forma siguiente:

a) Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento y/o multa desde 100 hasta 750 euros.

b) Las infracciones graves se sancionarán con multa desde 751 hasta 1500 euros y/o revocación de la inscripción en el Registro Municipal de Empresas de Publicidad e imposibilidad de nuevo acceso por un periodo de hasta un año.

c) Las infracciones muy graves se sancionarán con multa desde 1501 hasta 3000 euros y/o revocación de la inscripción en el Registro Municipal de Empresas de Publicidad e imposibilidad de nuevo acceso por un periodo de hasta cinco años.

Artículo 34. Graduación de las sanciones.

Para la graduación de la sanción a aplicar se tendrán en cuenta las siguientes circunstancias:
a) La reiteración de infracciones o reincidencia.
b) La existencia de intencionalidad del infractor.
c) La trascendencia social de los hechos.
d) La gravedad y naturaleza de los daños causados.

Artículo 35. Personas responsables.

De las infracciones que se comentan contra la presente Ordenanza, sin perjuicio de lo establecido en el art.22, serán responsables solidarios:
a) La Empresa publicitaria, persona física o jurídica.
b) El técnico responsable de la ejecución de la instalación.
c) El propietario del lugar en el que se haya efectuado la instalación.

d) El titular o beneficiario del mensaje.

Disposición transitoria Única.

Las instalaciones de publicidad exterior en sus distintas modalidades, que se encuentran instaladas en el momento de la entrada en vigor de la presente Ordenanza, tendrán un plazo de seis meses, para adaptarse a los preceptos de la misma, mediante la solicitud de oportuna licencia, o retirada de las que no fueran legalizables. Transcurrido dicho plazo sin haberlo efectuado se procederá a su retirada por ejecución subsidiaria.

Disposición final.

La presente Ordenanza entrará en vigor a los quince días de haberse anunciado en el Boletín Oficial de la Región de Murcia su aprobación definitiva y publicado íntegro su texto conforme a los artículos 70.2 y 65.2 de la Ley 7/1985 de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

APROBACIÓN Y PUBLICACIÓN

- Aprobada por acuerdo de Pleno de fecha 24/10/07.
- Publicada en el BORM Nº 51, de fecha 29/02/08.