**NÚMERO=** 19
**TÍTULO=** ORDENANZA DE PUBLICIDAD EXTERIOR
**APROBACIÓN=** AYUNTAMIENTO PLENO: 8-7-1997, inicial; 10-12-1997, definitiva ; INSTRUCCIÓN NÚMERO 5 SOBRE CRITERIOS PARA UBICACIÓN BANDEROLAS, DECRETO 5587 de 4-6-2001
**PUBLICACIÓN=** BOP 24-1-1998 ; INSTRUCCIÓN, BOP: 23-6-2001
**VOCES=** CASCO HISTÓRICO ; VALLAS ; LUMINOSOS
**NOTAS=** LA INSTRUCCIÓN FIGURA AL FINAL DE LA ORDENANZA
**TEXTO=**

# ORDENANZA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

## TÍTULO I.- Generalidades

### CAPÍTULO PRIMERO
### OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

**Artículo 1.**
La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las cuales habrán de someterse las instalaciones publicitarias perceptibles desde la vía pública dentro del término municipal de Valladolid.
Quedará sometida a las normas de esta Ordenanza toda actividad publicitaria que utilice como soporte transmisor del mensaje cualquier medio material susceptible de atraer la atención, ya sea cartel, valla, muestra, banderola, etc.

**Artículo 2.**
La utilización de medios publicitarios sonoros, si bien se considera comprendida dentro del ámbito general de esta Ordenanza, se regirá por la normativa sobre protección del medio ambiente.
La publicidad a través de vallas transportadas o remolcadas por vehículos automóviles podrá ser autorizada siempre que no se utilicen materiales reflectantes, colores o composiciones que puedan inducir a confusión con señales de circulación u obstaculizar el tráfico rodado.
Por otra parte la publicidad incontrolada a base de carteles, pegatinas, etiquetas, octavillas, etc. fijada sobre paramentos de edificios, monumentos, obras públicas, elementos de mobiliario urbano, etc. no está permitida dentro del término municipal, siendo objeto de la aplicación del régimen sancionador establecido tanto en esta Ordenanza como en las normativas sobre protección del medio ambiente y limpieza viaria.

**Artículo 3.**
La publicidad relacionada con convocatorias y procesos electorales se regulará por la legislación del régimen electoral.

**Artículo 4.**
Toda publicidad situada sobre suelo de titularidad municipal será objeto de concurso convocado por el Ayuntamiento y se regirá por los pliegos de condiciones que se establezcan, salvo lo previsto en esta Ordenanza para los cerramientos provisionales de obra.

### CAPÍTULO SEGUNDO
### CARACTERÍSTICAS DE LOS SOPORTES

**Artículo 5.**
El diseño y la construcción de los soportes publicitarios, tanto en sus elementos y estructuras de sustentación como en su conjunto, deberán reunir las necesarias condiciones de seguridad, estabilidad, calidad y estética.
Los soportes que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. El saliente máximo sobre el elemento estructural o auxiliar será de 0,10 metros.

**Artículo 6.**
La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, zona y lugar de ubicación.
Dicha superficie podrá ser explotada libremente por el titular de la licencia. Si dicho titular decidiera no explotar la totalidad de la superficie autorizada estará obligado a colocar, en las zonas no ocupadas por instalaciones publicitarias y hasta completar los límites de lo autorizado, elementos de carácter decorativo que respeten la estética del emplazamiento.
La medición de alturas se realizará desde la rasante de la acera o terreno. En el caso de vías con pendiente se medirá desde el punto medio del soporte publicitario.

## TÍTULO II.- RÉGIMEN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

### CAPÍTULO PRIMERO
### DELIMITACIÓN DE ZONAS

**Artículo 7.**
A efectos de esta Ordenanza se establecen las siguientes zonas:
Zona 1.- Suelo urbano incluido en el recinto del Casco Histórico delimitado por el Plan Especial del Casco Histórico y aquellos edificios que, fuera de dicho ámbito, se hallen incluidos en el Catálogo de Bienes Protegidos.
Zona 2.- Resto de suelo urbano, excluida la Zona 1, y suelo urbanizable con Plan Parcial de Ordenación y Proyecto de Urbanización aprobados.
Zona 3.- Suelo urbanizable en tanto se aprueben el Plan Parcial de Ordenación y el Proyecto de Urbanización correspondientes.
Zona 4.- Suelo no urbanizable.

### CAPÍTULO SEGUNDO
### MODALIDADES DE PUBLICIDAD EXTERIOR

**Artículo 8.**
Sólo se autorizarán las instalaciones publicitarias expresamente reguladas para cada una de las zonas establecidas.
Excepcionalmente el Ayuntamiento podrá autorizar la instalación de soportes publicitarios bien en emplazamientos no previstos en la Ordenanza o bien de características no contempladas en la misma, siempre y cuando se lleve a cabo un estudio global adecuado del entorno, de forma que el desarrollo del mismo suponga una mejora de las condiciones estéticas y medio ambientales de la zona, integrando la publicidad en el conjunto del proyecto a realizar. En este caso, fijarán las condiciones particulares y de inversión en el proyecto incluyéndose en la licencia sin cuyo cumplimiento la misma carecería de validez.

**Artículo 9.**
A efectos de esta Ordenanza se considerarán los siguientes supuestos de utilización de inmuebles como elementos de fijación del soporte publicitario:
a) Publicidad en coronación de edificios.
b) Publicidad en paredes medianeras y cerramientos laterales.
c) Superficies publicitarias sobre fachadas.
d) Superficies publicitarias en solares y obras.

**Artículo 10.**
Con carácter general las superficies publicitarias, iluminadas o no, deberán ser construidas de forma tal que tanto de día como de noche se respete la estética del inmueble en el que se sitúen y la de su entorno, así como su perspectiva desde la vía pública.
Los elementos publicitarios no deberán producir deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni inducir a confusión con señales de tráfico.

**Artículo 11.**
A efectos de esta Ordenanza las paredes medianeras y los cerramientos laterales se clasifican en provisionales y consolidadas.

**Artículo 12.**
Los elementos publicitarios no rígidos tales como lonas decoradas, etc. sólo serán autorizables en fachadas sin huecos de edificios con uso comercial exclusivo así como en edificios desocupados en su totalidad, siempre y cuando tanto unos como otros se encuentren situados fuera de la Zona 1. En esta Zona sólo se permitirán aquellos orientados a actividades culturales y que tengan carácter institucional.

**Artículo 13.**
Se autorizarán soportes publicitarios para papel pegado o pintados en cerramientos de locales comerciales desocupados y situados en planta baja salvo en los inmuebles situados en la Zona 1.
En ningún caso el plano exterior del soporte publicitario podrá sobresalir del plano de fachada del local.
El borde superior de la superficie publicitaria permanecerá por debajo del plano inferior del forjado del suelo de la planta primera.
El plano de fachada del local que no quede cubierto por la superficie publicitaria deberá ser dotado de cerramiento adecuado.

## CAPÍTULO TERCERO
## ZONA 1.- CASCO HISTÓRICO E INMUEBLES CATALOGADOS

**Artículo 14.**
En solares y obras situadas en la Zona 1 una vez concedida la licencia de obras, podrá colocarse publicidad no luminosa siempre que se ajuste a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno. Se dispondrá sobre estructuras de sustentación que se conformarán a modo de cerramiento del solar con una superficie máxima de 9 m2 en cada fachada y hasta una altura de 5 metros máximo sobre la rasante de la calle. El vuelo máximo autorizado de los elementos publicitarios sobre la vía pública será de 0,10 metros.

**Artículo 15.**
En edificios en rehabilitación podrá rotularse publicidad en los cerramientos de protección de fachadas, colocados a manera de trampantojos sin limitación de altura, pudiendo ocuparse hasta un 25 por 100 de la superficie del trampantojo en cada fachada con motivos publicitarios y el resto con motivos ornamentales.
Podrán utilizarse lonas o elementos publicitarios fijos sobre el plano de los elementos auxiliares de obra con una superficie máxima de 9 m2 en cada fachada y hasta una altura máxima de 10 metros desde la rasante de la calle hasta la parte superior de dichos elementos, siempre que se ajusten a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno.
Si las lonas u otros elementos publicitarios no luminosos se disponen directamente en el plano de fachada de edificios en rehabilitación, se ubicarán en los huecos de la fachada, con una superficie máxima del 20 por 100 de la misma.
Podrá asimismo colocarse publicidad sobre los elementos de protección total de las fachadas, en tela, tablero de madera, chapa o similar, siempre que se ajuste a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno y con una superficie máxima del 2 por 100 de la superficie del cerramiento, de la cual un máximo de 9 m2 se dedicará a este fin, pudiendo el resto decorarse con motivos no publicitarios.

**Artículo 16.**
A efectos de colocación de elementos publicitarios en edificios se establecen cuatro zonas diferenciadas:

- Soportales, planta baja y entreplanta.
- Planta de piso.
- Coronación.
- Medianerías y cerramientos laterales.

**Artículo 17.**

En planta baja, entreplanta original o integrada con posterioridad a la planta baja y excepcionalmente en el interior de soportales de los edificios, con uso comercial, oficinas, talleres artesanales o similar y siempre que la actividad se ajuste a las Normas del Plan General de Ordenación Urbana y se disponga de licencia, cuando la misma sea precisa, se permitirá la instalación de:

a) Banderolas publicitarias, entendidas como elementos perpendiculares al plano de fachada, conformados en lona, chapa, PVC, vidrio, madera o material similar, de espesor máximo de 5 cm., en colores acordes a los del edificio, y anclados a la fachada por brazo metálico de latón, hierro fundido, bronce o acero inoxidable.

Los colores del soporte y de la rotulación serán asimismo acordes a los del edificio, tendiendo a colores ocres y evitando colores vivos disconformes.

Las banderolas podrán tener iluminación propia interior siempre que la superficie iluminada que se perciba desde el exterior no supere el 5 por 100 de la superficie total de la misma.

El vuelo máximo permitido será el establecido en las Normas del Plan General de Ordenación, con el límite de 0,60 metros, debiendo quedar anclado por debajo del forjado de la planta inmediata superior y a una altura mínima entre la rasante de la acera y su borde inferior de 2,20 metros.

b) Igualmente se permitirá la colocación de muestras publicitarias paralelas al plano de fachada, siempre que sea posible incorporadas a la carpintería del hueco del local, preferentemente en la parte superior, ocupando como máximo un 10 por 100 de la superficie de éste y con un saliente máximo de 5 cm. Podrán realizarse en vidrio, chapa metálica, P.V.C. o madera, siendo opacas, transparentes o iluminadas mediante proyector. Únicamente podrán ser luminosas si se ilumina la silueta de las letras desde el interior del soporte.

Fuera de esta ubicación, solamente podrán colocarse letras recortadas en latón, bronce, acero inoxidable, chapa metálica y madera, ancladas a la fachada, con un saliente máximo de 5 cm., e incluidas en una superficie teórica no superior al 10 por 100 del paño ciego sobre el que se sitúen.

No se considerarán muestras publicitarias las placas de acreditación profesional o mercantil situadas de forma agrupada en las jambas de los vanos de fachada cuyas dimensiones máximas sean de 0,30 x 0,25 metros y su espesor no exceda 0,02 metros, por lo que no precisarán licencia para su instalación. Los materiales a utilizar serán el latón, bronce, aluminio, chapa metálica, P.V.C., vidrio, policarbonato y metacrilato.

En el caso de existir más de cuatro placas, éstas deberán quedar agrupadas en un soporte común de dimensiones máximas de 70 x 110 cms.

Si el edificio está catalogado, las placas y el soporte común a las mismas serán de material transparente, con los mismos condicionantes de superficie establecidos en los apartados anteriores.

c) En toldos exclusivamente podrá figurar el nombre del local comercial, que como máximo ocupará una superficie del 20 por 100 del mismo.

**Artículo 18.**

En plantas de piso se prohíbe con carácter general la instalación de banderolas y muestras publicitarias, admitiéndose exclusivamente aquéllas destinadas a la información de actividades culturales, que tengan carácter institucional y temporal y se sitúen adosadas al plano de fachada.

Con carácter excepcional se admiten únicamente rotulaciones incorporadas al acristalamiento, en un 10 por 100 de la superficie del mismo, siempre en la parte superior del hueco y en colores acordes a alguno de los existentes en la fachada del edificio.

**Artículo 19.**

En la coronación de edificios y en los petos de remate se prohíben con carácter general las banderolas y superficies publicitarias.

**Artículo 20.**

Se prohíbe la publicidad en medianerías y cerramientos laterales salvo que forme parte de un proyecto unitario para la rehabilitación estética de la medianería o cerramiento.

El proyecto deberá ser aprobado por el Ayuntamiento y su finalidad primordial será la de conformar un mural con elementos arquitectónicos ornamentales, entre los que podrá incluirse un motivo publicitario cuyas dimensiones no superarán el 2 por 100 de la superficie total de la medianería o cerramiento, debiendo quedar incorporado en el conjunto sin desequilibrar su composición.

**Artículo 21.**

Para casos singulares con características diferentes a las reseñadas en los artículos anteriores, el Ayuntamiento exigirá la presentación de proyectos detallados y podrá autorizar la publicidad siempre que se justifique suficientemente.

Estos proyectos comprenderán planos del conjunto de las fachadas, documentación fotográfica, detalles en color real y fotomontaje del resultado.

**Artículo 22.**

No se permitirá manifestación de actividad publicitaria alguna:

a) Sobre edificios calificados como monumento.

b) En los recintos declarados jardines o sitios históricos.

c) En las áreas que impidan o dificulten la contemplación de los edificios, áreas o recintos citados en los anteriores apartados.

## ZONA 2.- SUELO URBANO Y URBANIZABLE CON PLANEAMIENTO URBANÍSTICO DESARROLLADO

**Artículo 23.**

En solares y terrenos sin uso podrán instalarse soportes publicitarios no luminosos sobre el reglamentario cerramiento opaco del solar o terreno y siempre en la alineación oficial, y luminosos fijos tan sólo en cerramientos de solar que se hallen a una distancia mínima de 8 m. medida perpendicularmente a cualquier edificación residencial. Se prohíben expresamente los soportes publicitarios iluminados..

En los casos en que la alineación forme esquina a dos calles, se admitirá que el soporte pueda desplazarse dentro de la alineación hasta un máximo de 4 metros del vértice.

**Artículo 24.**

Por cada 2.000 m2 de solar o terreno se permiten 9 m2 de superficie publicitaria.

Las alturas mínima y máxima de los soportes serán de 2,20 metros y 5,50 metros, respectivamente, sobre la rasante de la vía pública y su vuelo máximo sobre la misma de 0,10 metros.

**Artículo 25.**

En obras de edificación o rehabilitación, una vez concedida la licencia, podrá colocarse publicidad no luminosa siempre que se ajuste a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno. Se dispondrá sobre estructuras de sustentación que se conformarán a modo de cerramiento con una superficie máxima de 9 m2 en cada fachada y con las condiciones sobre altura y vuelo señaladas en el artículo anterior.

**Artículo 26.**

Podrán utilizarse lonas o elementos publicitarios fijos en edificios en construcción o rehabilitación sobre el plano de los elementos auxiliares de obra con una superficie máxima de 9 m2 en cada fachada y hasta una altura máxima de 10 metros desde la rasante de la calle hasta la parte superior de dichos elementos, siempre que se ajusten a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno.

Si las lonas u otros elementos publicitarios no luminosos se disponen directamente en el plano de fachada, se ubicarán en los huecos de la fachada, con una superficie máxima del 20 por 100 de la misma.

Podrá asimismo colocarse publicidad sobre los elementos de protección total de las fachadas, a manera de trampantojo de tela, tablero de madera, chapa o similar, siempre que se ajuste a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno y con una superficie máxima del 2 por 100 de la superficie del cerramiento, de la cual un máximo de 9 m2 se dedicará a este fin, pudiendo el resto decorarse con motivos no publicitarios.

**Artículo 27.**

A efectos de la colocación de elementos publicitarios en edificios se establecen cuatro zonas diferenciadas:

- Soportales, planta baja y entreplanta - Planta de piso.
- Coronación.
- Medianerías y cerramientos laterales.

**Artículo 28.**

En planta baja y entreplanta, original o integrada con posterioridad a la planta baja y excepcionalmente en el interior de los soportales de los edificios con uso comercial, oficinas, talleres artesanales o similar, y siempre que la actividad se ajuste a las Normas del Plan General de Ordenación Urbana y se disponga de licencia, cuando la misma sea precisa, se autorizará la colocación de banderolas y muestras publicitarias, que podrán ser de chapa, plástico, lona, vidrio o similar, en colores y composición acordes con las del edificio en el que se sitúen. Podrán ser luminosas, iluminadas u opacas.

a) Las banderolas, definidas como elementos perpendiculares al plano de fachada y anclados a ella, deberán tener las siguientes características:

- El elemento de sujeción, que podrá ser metálico o de otro material resistente, se anclará en el plano de fachada pero en ningún caso sobre elementos salientes o cuerpos volados. El vuelo máximo autorizable será el establecido en las Normas del Plan General de Ordenación Urbana.
- El soporte estará incluido en la planta baja o entreplanta, dejando desde el borde inferior de la banderola una altura libre mínima sobre la rasante de la acera de 2,20 metros y de 3 metros en el caso de que el mismo sea luminoso.
- La banderola se dispondrá sobre elementos ciegos de fachada sin invasión de los vanos y coincidiendo con las trazas generales de la composición de la misma, de modo que la parte superior del anclaje esté a una distancia mínima de 0,40 metros de la cara superior del forjado de separación con la planta inmediata superior.

b) Las muestras o elementos publicitarios paralelos al plano de fachada podrán ser horizontales o verticales.

Las muestras horizontales, luminosas o no, tendrán una altura máxima de 0,60 metros y un saliente sobre el plano de la fachada, también máximo, de 0,10 metros y se situarán en la zona superior de los huecos de iluminación y exposición, adecuándose a las dimensiones de éstos, y en todo caso a una altura mínima de 2,20 metros sobre la rasante de la acera.

No se autorizarán muestras verticales luminosas. Las opacas o iluminadas se situarán a una altura mínima de 1 metro sobre la rasante y en los paños ciegos de fachada, a una distancia mínima de 0,10 metros de los vanos próximos, con un saliente y anchura máximos de 0,02 metros y 0,60 metros, respectivamente.
No se considerarán muestras publicitarias las placas de acreditación profesional o mercantil situados de forma agrupada en las jambas de los vanos de fachada cuyas dimensiones no excedan de 0,30 x 0,30 metros y su espesor no supere los 0,02 metros, por lo que no precisarán licencia para su instalación.

**Artículo 29.**

Se prohíbe con carácter general la instalación de banderolas en plantas de piso, quedando la manifestación publicitaria limitada a la instalación de muestras horizontales y siempre que la actividad que se ejerza se ajuste a las previsiones de usos del Plan General de Ordenación Urbana y se disponga de autorización cuando sea precisa.
Las muestras horizontales deberán quedar incorporadas en la zona superior de huecos de fachada sin sobresalir del plano de ésta última, coincidiendo con la partición de la carpintería si existiera y con una altura máxima inferior a 1/5 de la del vano.
Las muestras en plantas de piso podrán ser opacas, iluminadas o luminosas, evitando deslumbramientos en vía pública o a locales colindantes, no superando en ningún caso los 500 lux/m2 medidos a 1 metro de la superficie del rótulo y deberán contar las luminosas e iluminadas con la previa autorización de los propietarios de viviendas que tengan huecos situados a una distancia inferior a 3 metros.
Los elementos de iluminación indirecta anclados a fachada tendrán un vuelo máximo sobre el plano de ésta de 0,50 metros.

**Artículo 30.**

Se prohíben con carácter general las banderolas y superficies publicitarias en la coronación de edificios, permitiéndose solamente la instalación de muestras publicitarias horizontales adosadas a los petos de cubierta en coronación de fachada con una altura máxima de 1,20 metros.
Deberá acreditarse la estabilidad y resistencia de la instalación publicitaria y el cumplimiento de la normativa sectorial que sea de aplicación así como la integración y composición estética de la misma en el conjunto del edificio.

**Artículo 31.**

En las medianerías y cerramientos laterales provisionales se autorizará la colocación de soportes publicitarios capaces de admitir papel pegado, dejando una altura mínima de 2,20 metros sobre la rasante de vía pública y de superficie máxima de un 5 por 100 del paramento. El vuelo máximo autorizado sobre el plano de la medianería o cerramiento será de 0,10 metros.
En las medianerías y cerramientos laterales definitivos se prohíbe la publicidad salvo que forme parte de un proyecto unitario para la rehabilitación estética de la medianería.
El proyecto deberá ser aprobado por el Ayuntamiento y su finalidad primordial será la de conformar un mural con elementos arquitectónicos rotulados que acogerán en su ámbito otro tipo de detalles ornamentales, entre los que podrá incluirse un motivo publicitario cuyas dimensiones no superarán el 2 por 100 de la superficie total de la medianería o cerramiento, debiendo quedar incorporado en el conjunto sin desequilibrar su composición.

**ZONA 3.- SUELO URBANIZABLE SIN PLANEAMIENTO URBANÍSTICO DESARROLLADO**

**Artículo 32.**

En el suelo no edificado de esta zona se autorizarán instalaciones publicitarias sobre soporte fijo que, en todo caso, deberá reunir las características señaladas en el Capítulo Segundo del Título I de esta Ordenanza. Las instalaciones luminosas no podrán ser móviles ni intermitentes.

La superficie publicitaria no excederá de 100 m2 por cada 100 metros lineales de fachada del terreno con la vía pública, siendo su altura máxima de 10 metros desde la rasante. Se admiten monopostes con una altura máxima de 20 metros.
Las instalaciones publicitarias deberán ubicarse de forma que su longitud continua máxima no supere 8 m., y con separación mínima entre las posibles instalaciones de 10 metros, medidos entre sus puntos más próximos, y en todo caso a distancia no inferior a 10 metros de los predios colindantes.

**Artículo 33.**

Sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa sectorial de carreteras, las instalaciones publicitarias situadas en terrenos visibles desde tramos urbanos y travesías de vías rápidas o rondas de circunvalación se situarán a una distancia mínima de 8 metros, medidos horizontalmente, desde la arista exterior de explanación a cada lado de la vía.

**Artículo 34.**

No se permitirán instalaciones publicitarias en curvas, cambios de rasante, confluencias de vías y, en general, en aquellas zonas en que se pueda perjudicar, comprometer o afectar el tránsito rodado o la seguridad vial.
Tampoco se permitirán instalaciones publicitarias en aquellas áreas que impidan o dificulten la contemplación de edificaciones o conjuntos, de conformidad con lo establecido en el artículo 22 de esta Ordenanza.

**Artículo 35.**

En edificaciones preexistentes situadas en suelo urbanizable sin desarrollar, con actividad ajustada a las previsiones de uso del Plan General de Ordenación Urbana y con licencia, en los casos en que se precise, las instalaciones publicitarias perceptibles desde la vía pública se regularán por las normas establecidas en esta Ordenanza para la Zona 2, salvo lo previsto en el artículo siguiente.

**Artículo 36.**

En las paredes medianeras y los cerramientos laterales de las edificaciones preexistentes, ya sean provisionales o definitivas, se autorizará la colocación de soportes publicitarios capaces de admitir papel pegado a una altura mínima de 2,20 metros sobre la rasante de la vía pública y de superficie máxima de un 50 por 100 del paramento. El vuelo máximo autorizado sobre el plano de la medianería o cerramiento será de 0,10 metros.

### ZONA 4.- SUELO NO URBANIZABLE

**Artículo 37.**

Las instalaciones publicitarias en esta zona deberán ajustarse a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno y las luminosas no podrán ser móviles ni intermitentes.

**Artículo 38.**

La distancia de las instalaciones publicitarias a las carreteras en cualquiera de sus modalidades queda regulada por la normativa sectorial de carreteras.

**Artículo 39.**

Las instalaciones publicitarias tendrán una altura máxima de 10 metros desde la rasante del terreno hasta su coronación y contarán con una superficie cuya envolvente no sea superior a 8 x 3 metros, excepto los monopostes cuya altura máxima será de 20 metros.

## CAPÍTULO TERCERO
## PROCEDIMIENTO Y DOCUMENTACIÓN

**Artículo 40.**

Todos los actos de instalación de elementos de publicidad exterior están sujetos a previa licencia municipal y al pago de las exacciones fiscales a que hubiera lugar.

**Artículo 41.**
Los actos de publicidad exterior, además de a la normativa específica, deben acomodarse a la reguladora de los medios técnicos que, en su caso, utilicen.

**Artículo 42.**
La persona física o jurídica propietaria de las instalaciones publicitarias está obligada a la perfecta conservación de las mismas, al cumplimiento de las normas sobre este tipo de instalaciones y a estar en posesión de una póliza de seguros que cubra los daños que puedan derivarse de la colocación y explotación de los mismos, de los que, en su caso, serán responsables.

**Artículo 43.**
La solicitud de licencia para la instalación de publicidad exterior deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente.

**Artículo 44.**
Con carácter general se acompañarán a la petición de licencia los siguientes documentos:
a) Proyecto técnico suscrito por facultativo competente, comprendiendo memoria, planos, pliego de condiciones y presupuesto, con acreditación del cumplimiento de la normativa técnica de la edificación reguladora de estructuras, cargas y efectos del viento y, en su caso, de la reglamentación sobre instalaciones eléctricas.
b) Referencia a la dirección facultativa.
c) Plano parcelario oficial a escala 1/2.000 marcando claramente los límites del lugar donde se pretenda realizar la instalación.
d) Fotografías del emplazamiento desde diferentes ángulos y tomadas desde la vía pública, de modo que permitan la perfecta identificación del mismo, en formato mínimo de 8 x 11 centímetros.
e) En el caso de instalaciones publicitarias en plantas de piso, luminosas o iluminadas, autorización de los propietarios de viviendas que tengan huecos situados a una distancia inferior a 3 metros.
f) Fotocopia de la licencia de obras, cuando la instalación se realice en un emplazamiento donde se están ejecutando o vayan a iniciarse obras.
g) En el supuesto previsto en el art. 23 (soporte publicitario sobre el cerramiento de solar o terreno) y en caso de no estar ejecutado o presentar deficiencias dicho cerramiento, proyecto técnico correspondiente al mismo.
No obstante, en los casos en que la instalación pretendida pueda calificarse como obra menor en base a los criterios contenidos en las Normas del Plan General de Ordenación, la solicitud de autorización se realizará conforme a lo establecido para dicha clase de obras en aquellas Normas, adjuntando, cuando proceda, la autorización a que se refiere el apartado e) anterior.

**Artículo 45.**
El plazo de vigencia de las licencias de instalaciones publicitarias será de cinco años, excepto las referidas a una actividad autorizada y ubicada en el inmueble donde se ejerza, las cuales tendrán vigencia mientras se desarrolle dicha actividad, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo siguiente.

**Artículo 46.**
La eficacia de la licencia se extinguirá si varían las características del emplazamiento o condiciones de la instalación. En ese caso, así como en los de extinción de la vigencia de la autorización, el titular estará obligado al desmontaje a su cargo de la totalidad de los elementos integrantes de la instalación en el plazo máximo de un mes.
Si se pretendiera modificar la titularidad de la instalación será necesario solicitar la autorización correspondiente.

Cualquier modificación de las instalaciones de publicidad exterior precisará de la oportuna licencia, aportando la documentación mencionada en el Capítulo Tercero del Título II.

**Artículo 47.**

Se consideran infracciones administrativas relacionadas con la actividad publicitaria las acciones y omisiones que contravengan la normativa reguladora de la misma.

Las infracciones se clasifican por su trascendencia en leves y graves.

Dichas infracciones serán sancionadas por la Alcaldía.

Artículo 48.

A los efectos de lo establecido en el articulo anterior tendrá la consideración de acto independiente sancionable cada actuación separada en el tiempo o en el espacio que resulte contraria a lo dispuesto en la Ordenanza, siendo imputables las infracciones a las personas físicas o jurídicas que resulten responsables de las acciones u omisiones que contravengan la misma.

**Artículo 49.**

Se considera infracción leve el estado de suciedad o deterioro del soporte publicitario siempre que no afecte a sus condiciones de seguridad y estabilidad, así como el deterioro de su entorno próximo, cuando sea como consecuencia única de la actividad publicitaria.

Se considerarán infracciones graves:

a) La instalación de soportes publicitarios sin licencia municipal o sin ajustarse a las condiciones de la misma.

b) El incumplimiento de los requerimientos municipales sobre corrección de deficiencias advertidas en las instalaciones.

c) La utilización de elementos de mobiliario urbano como soportes de publicidad no autorizada de cualquier tipo.

d) La reincidencia en faltas leves en una o varias instalaciones.

**Artículo 50.**

Las infracciones a que se refiere el artículo anterior serán sancionadas de conformidad con la legislación de régimen local en la siguiente forma:

a) Las infracciones leves, con multa de hasta 5.000 ptas.

b) Las infracciones graves, con multa de 5.001 hasta 15.000 ptas.

Sin perjuicio de lo anterior, los actos o incumplimientos en esta materia que impliquen infracción de la normativa urbanística serán objeto de sanción únicamente en los términos que determine el régimen sancionador previsto en la misma.

Para graduar la cuantía y alcance de las sanciones se atenderá a la naturaleza de la infracción, grado de intencionalidad, reincidencia y circunstancias que concurran en los hechos denunciados.

Será considerado reincidente quien hubiera incurrido en una o más infracciones de igual o similar naturaleza en los doce meses anteriores.

**Artículo 51.**

Al margen de la sanción que en cada caso corresponda, la Administración Municipal dispondrá el desmontaje o retirada de los elementos , soportes e instalaciones publicitarios con restitución al estado anterior a la comisión de la infracción.

Las órdenes de desmontaje o retirada deberán ser cumplidas por los titulares de la licencia en plazo de ocho días.

En caso de incumplimiento se procederá a la ejecución subsidiaria por el Ayuntamiento a costa de los obligados, que deberán abonar los gastos de desmontaje, transporte y depósito de los materiales retirados.

**Artículo 52.**

La Administración Municipal, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, podrá disponer el desmontaje inmediato de cualquier instalación publicitaria por razones de seguridad y, en todo caso, de las situadas en suelo de dominio público.

## DISPOSICIONES TRANSITORIAS

**PRIMERA**

Los titulares de soportes publicitarios que se encuentren instalados con licencia en el momento de la entrada en vigor de esta Ordenanza dispondrán de un plazo de doce meses para adaptarse a los preceptos de la misma, si antes no caduca la licencia que posean.

**SEGUNDA**

Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen establecido en esta Ordenanza.

## DISPOSICIONES FINALES

**PRIMERA**

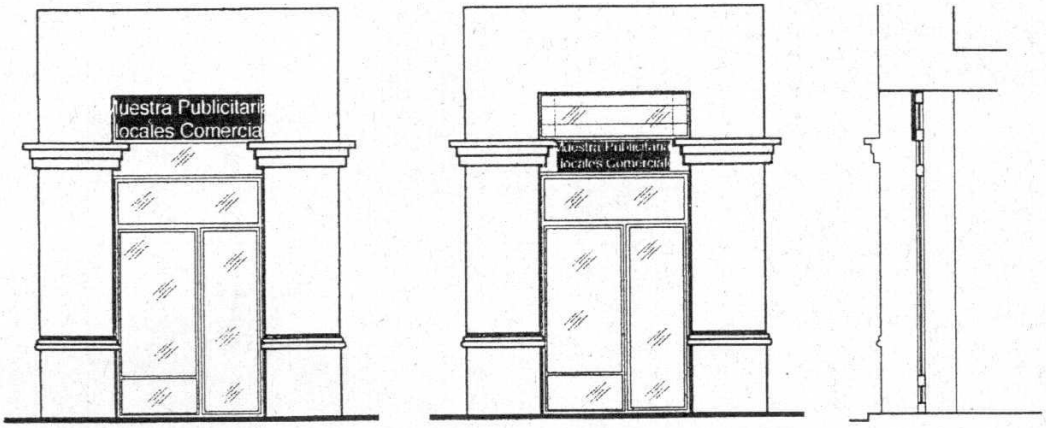
Esta Ordenanza entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Provincia. A su entrada en vigor quedarán derogadas cuantas normas, acuerdos o resoluciones municipales sean incompatibles o se opongan a lo establecido en esta ordenanza.

**SEGUNDA**

Se faculta a la Alcaldía para dictar cuantas órdenes e instrucciones resulten necesarias para la adecuada aplicación, interpretación y desarrollo de esta Ordenanza.

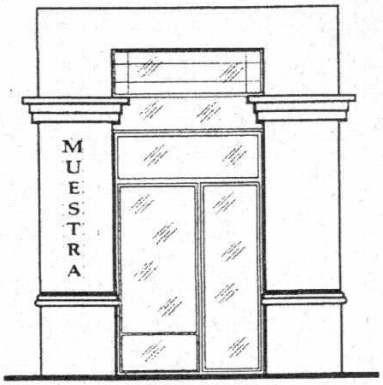
**ZONA 1**
**CASCO HISTÓRICO**

## LOCALES COMERCIALES



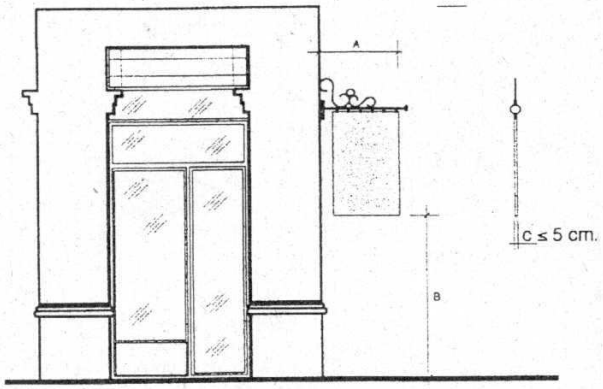
**MATERIALES**
- Vidrio
- Chapa Metálica
- PVC

Superficie ■ ≤ 10% Superficie □ + ■



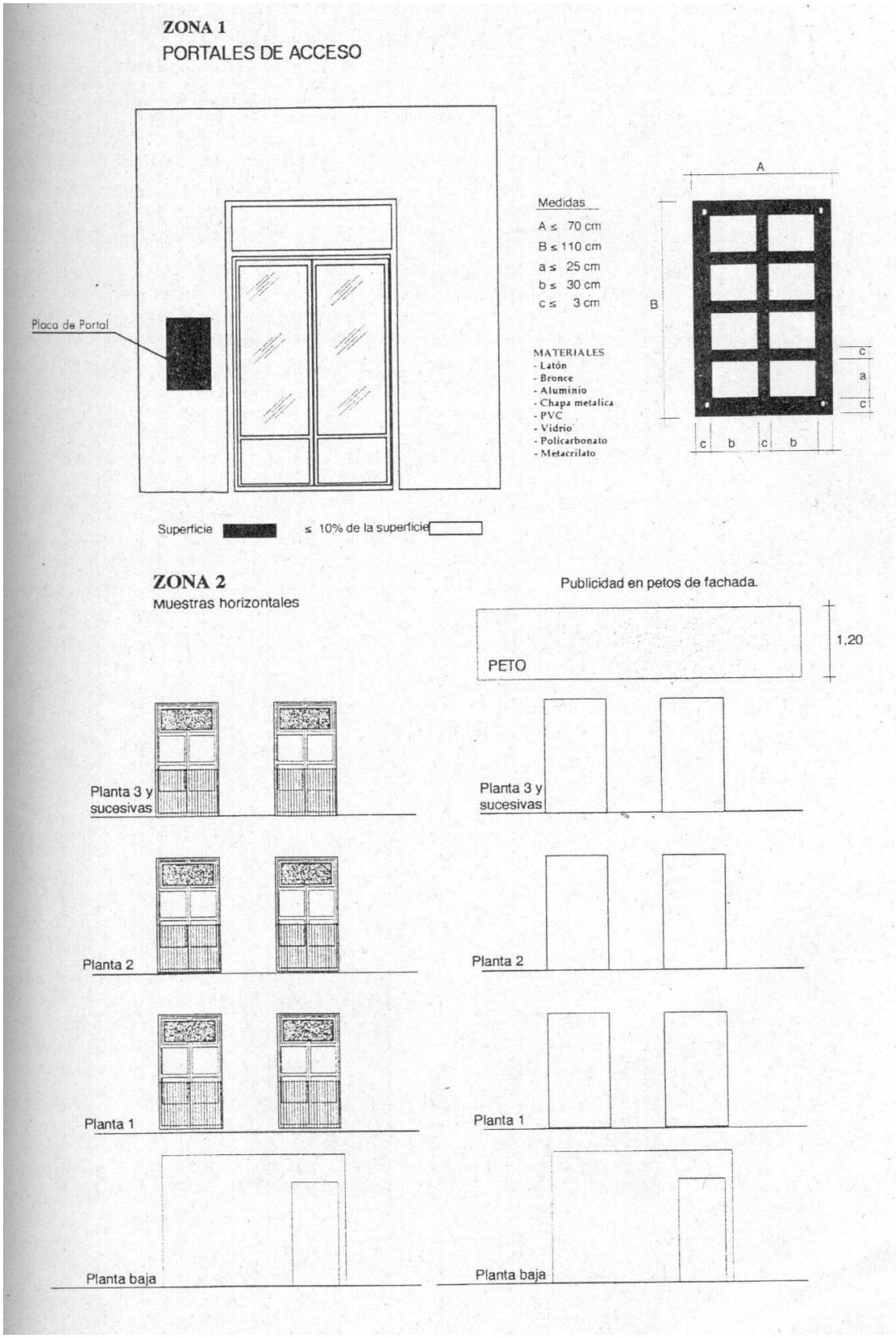

Superficie ⋯ ≤ 10% Superficie ciega

**MATERIALES**
- Latón
- Bronce
- Acero Inoxidable
- Chapa metalica
- Madera

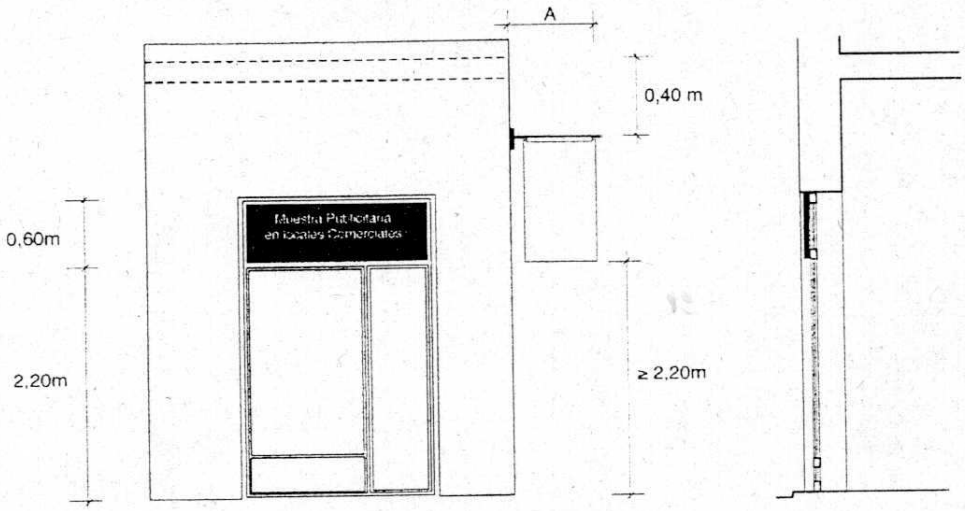



A≤El permitido por el PGOU, con el límite de 0,60m
B ≥ 2,20m

**MATERIALES**
- Lona
- Chapa Metálica
- PVC
- Vidrio


ZONA 1
PORTALES DE ACCESO
Placa de Portal
Medidas
A ≤ 70 cm
B ≤ 110 cm
a ≤ 25 cm
b ≤ 30 cm
c ≤ 3 cm
MATERIALES
- Latón
- Bronce
- Aluminio
- Chapa metalica
- PVC
- Vidrio
- Policarbonato
- Metacrilato
A
B
c
a
c
c b c b
Superficie
≤ 10% de la superficie
ZONA 2
Muestras horizontales
Publicidad en petos de fachada.
PETO
1,20
Planta 3 y sucesivas
Planta 2
Planta 1
Planta baja
Planta 3 y sucesivas
Planta 2
Planta 1
Planta baja

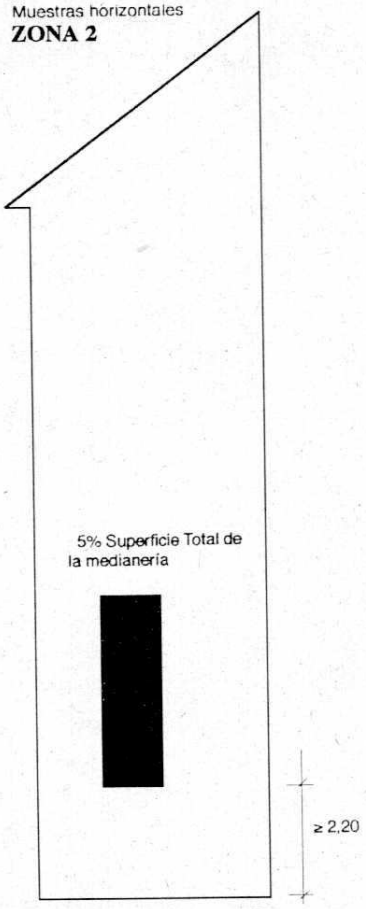
**ZONA 2** PORTALES DE ACCESO



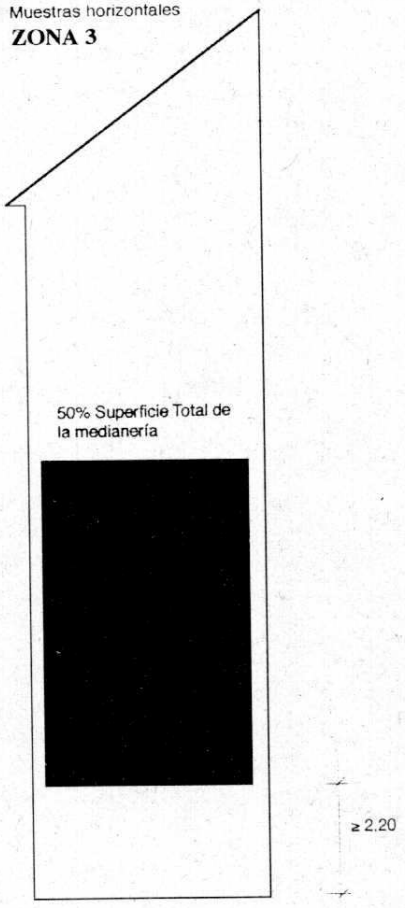

A≤El permitido por el PGOU, con el límite de 0,60m

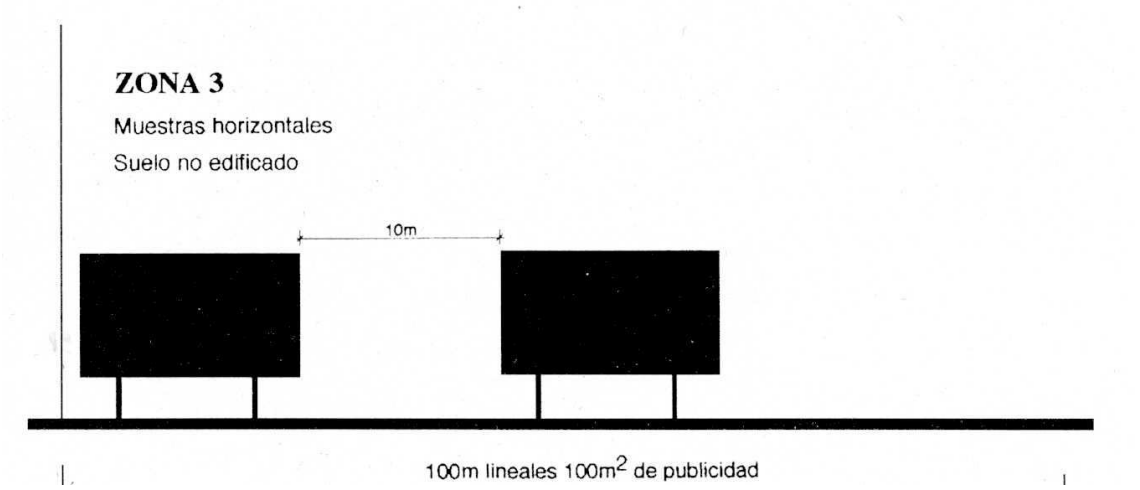
**MATERIALES**
- **Lona**
- **Chapa Metálica**
- **PVC**
- **Vidrio**

Muestras horizontales
**ZONA 2**




Muestras horizontales
**ZONA 3**






**INSTRUCCIÓN NÚMERO 5**
**DE LA CONCEJALÍA DELEGADA DE URBANISMO, VIVIENDA E INFRAESTRUCTURA, SOBRE**
**CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA UBICACIÓN DE BANDEROLAS PUBLICITARIAS EN LOCALES UBICADOS DENTRO DEL CASCO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE VALLADOLID**

A los efectos de llevar a cabo una correcta aplicación de la normativa que regula la Publicidad Exterior, que viene establecida por la Ordenanza Municipal aprobada por el Ayuntamiento Pleno en sesión del día 10 de diciembre de 1997, publicada en el Boletín Oficial de la Provincia el 24 de enero de 1998, procede establecer un criterio interpretativo respecto a lo dispuesto en el artículo 17 de dicha Ordenanza, sobre Banderolas Publicitarias a instalar dentro de locales situados en el Casco Histórico. Con dicho fin y dado que la normativa no recoge el número de banderolas que pueden ser objeto de instalación, y teniendo en cuenta el asesoramiento recibido por los Técnicos Municipales, se fijan las siguientes directrices a cumplir en la aplicación de la citada normativa:

Locales con fachada a una calle

Longitud de fachada igual o inferior a 8 metros.....Una banderola

Longitud de fachada superior a 8 metros.....Dos banderolas

Locales con fachada a dos o más calles

Se podrán colocar en cada una de las diferentes fachadas de acuerdo con lo dispuesto anteriormente para locales con fachada a una calle.