

Sección I. Disposiciones generales

AYUNTAMIENTO DE SANT JOSEP DE SA TALAIA

14553 *Aprobación definitiva de la ordenanza municipal reguladora de la publicidad exterior.*

Aprobada definitivamente por el Pleno del Ayuntamiento en sesión ordinaria celebrada el día veintisiete de Junio de dos mil trece, la Ordenanza reguladora de la publicidad exterior del Municipio de Sant Josep de sa Talaia, se publica el texto integro de la mencionada ordenanza, a los efectos previstos en los artículos 70.2 del la Ley 07/85 de 2 de Abril, de bases de régimen local, y 103 de la Ley 20/2006, de 15 de diciembre, municipal y de régimen local de las Islas Baleares:

‘ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La administración municipal es consciente de que el paisaje constituye un patrimonio común para la ciudadanía y es elemento fundamental para su calidad de vida y, por ello, debe ser gestionado de acuerdo con el interés general.

En consecuencia, la presente ordenanza se constituye como una herramienta que contribuye al desarrollo del paisaje urbano como manifestación formal de una realidad social, cultural e histórica. 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

En cuanto a la publicidad dinámica, se pretende que el coste ambiental del ejercicio de dicha actividad, sea asumido por las personas responsables que la ejercitan, y no por la ciudadanía.

ÍNDICE

TÍTULO I: Disposiciones Generales

TÍTULO II: Normas técnicas. Requisitos y limitaciones particulares de las diferentes modalidades de la actividad publicitaria

CAPÍTULO I. Normas técnicas de la publicidad estática y audiovisual

CAPÍTULO II. Normas técnicas de la publicidad dinámica

TÍTULO III. Régimen jurídico de las autorizaciones de los actos de publicidad y su procedimiento

CAPÍTULO I. Autorización de instalaciones de publicidad estática y audiovisual

CAPÍTULO II. Autorización de agentes de publicidad dinámica

TÍTULO III. Campañas publicitarias

TÍTULO IV. Reparto domiciliario de propaganda

TÍTULO V. Régimen disciplinario

CAPÍTULO I. INSPECCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA LEGALIDAD

CAPÍTULO II. INFRACCIONES Y SANCIONES

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

DISPOSICIONES FINALES

ANEXO. Modelo de declaración responsable



TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto

1. La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a que deberá sujetarse la publicidad, instalada o efectuada en el dominio público municipal o perceptible desde el mismo.
2. A efectos de esta Ordenanza, se entenderá por publicidad toda acción encaminada a difundir entre el público todo tipo de información sobre cualquier actividad, producto o servicio, así como cualquier otra dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

Artículo 2. Ámbito de aplicación

El ámbito de aplicación de esta Ordenanza, se circunscribe al término municipal y se concreta en todas las modalidades de publicidad reguladas en el artículo 3.

Quedan exentas de la regulación de la presente Ordenanza:

- a) Las placas indicativas de dependencias públicas, centros de enseñanza, hospitales, clínicas, dispensarios, farmacias o instituciones benéficas o actividades profesionales, colocadas sobre las puertas de acceso o junto a ellas.
- b) Las placas indicativas de actividades profesionales, colocadas sobre las puertas de acceso o junto a ellas, con una superficie máxima de 0,10 m².
- c) Los anuncios colocados en las puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales, limitados a indicar horarios o que se hallan abiertos al público, precios de los artículos ofrecidos, los motivos de su cierre temporal, de traslado, liquidaciones o rebajas y otros similares.
- d) Los que se limiten a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble y razón, colocados en el mismo, con una superficie máxima de 0,5 m².
- e) Las banderas representativas de los diferentes países, organismos oficiales, instituciones públicas nacionales e internacionales, partidos políticos, asociaciones, colegios profesionales, centros culturales y religiosos, clubes recreativos y deportivos y similares.
- f) La publicidad electoral, en aquellos aspectos regulados en la legislación electoral.
- g) Los mensajes y comunicados de las administraciones públicas en materias de interés general, aún cuando su distribución o comunicación a la ciudadanía en general, o a los interesados en particular, se realice por medio de agentes publicitarios independientes de las mismas.
- h) Aquellos mensajes y comunicaciones relativos a materias de seguridad pública y/o emergencias.
- i) Aquellas comunicaciones que vayan dirigidas, única y exclusivamente, a la materialización del ejercicio de alguno de los derechos fundamentales y las libertades públicas incluidos en la sección 1ª, del capítulo II, del título I de la Constitución Española que, en su caso, se regirán por la normativa específica de aplicación a estos derechos y libertades.

Artículo 3. Modalidades de publicidad

1. Publicidad estática: es aquella que se desarrolla mediante instalaciones fijas y podrá ser ejercida a través de los siguientes soportes:
 - a) Cartelera o valla publicitaria: Se consideran 'carteleras' o 'vallas publicitarias' aquellas instalaciones estáticas, compuestas por materiales consistentes y duraderos, de figura regular, dotados de marco y destinados a la sucesiva colocación de carteles o adhesivos, normalmente de contenido variable en el tiempo.
 - b) Carteles y adhesivos: Se consideran 'carteles' aquellos soportes publicitarios en que el mensaje se materializa mediante cualquier sistema de producción gráfica sobre papel, cartulina, cartón u otras materias de escasa consistencia y de corta duración, que requiere un elemento físico de apoyo para su exposición.

Se consideran 'adhesivos' aquellos carteles autoadhesivos de dimensiones reducidas.
 - c) Rótulos: Se considerarán 'rótulos', los soportes de mensajes publicitarios, fijos o móviles, en los cuales, independientemente de la forma de expresión gráfica, (letras o signos), los materiales en que está construido aseguran su larga duración (azulejos, cristal,



metacrilato, tela, chapa, metales, etc.). Su contenido corresponderá a la denominación de un establecimiento, razón social de la persona titular, actividad comercial, profesional, o de cualquier otro tipo, que en él se relacione directa o indirectamente (p.ej: señales indicativas)

Asimismo, tendrá la consideración de rótulos, los carteles que se hallen protegidos de cualquier forma que asegure su conservación, entendiéndose que cumplen esta condición los que se fijen en lugares a propósito, con la debida protección, para su exposición durante quince días o período superior y los que hayan sido contratados o permanecieren expuestos por los mismos plazos y con similar protección.

d) Banderolas y pancartas: Son elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre telas, lonas, plásticos o paneles que se encuentran unidas por los extremos a un pilar colocado a dicho efecto o bien a elementos sobresalientes de la edificación o del mobiliario urbano.

e) Objetos: Se consideran 'objetos' aquellos soportes en los que el mensaje publicitario se materializa mediante figuras u objetos corpóreos, con inscripciones o sin ellas.

f) Valla peatonal perimetral y demás mobiliario urbano: Son aquellas instalaciones concebidas para proteger y/o delimitar perímetros de la calzada urbana y que son susceptibles de ser utilizadas como soporte publicitario.

g) OPIs (Objeto Publicitario Iluminado): Es un soporte exclusivamente para fines publicitarios, independiente de cualquier otro mobiliario urbano.

h) MUPIs (Mueble Urbano para la Presentación de Información): Es un soporte publicitario que se genera aprovechando un espacio disponible en un elemento de mobiliario urbano destinado a otro fin, como marquesinas, paradas de autobús, contenedores, etc.

2. Publicidad audiovisual: es aquella que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos eléctricos o electrónicos y podrá ser ejercida a través de las siguientes modalidades:

a) Proyecciones fijas o animadas: El mensaje se materializa mediante la proyección, sobre una pantalla instalada al efecto, de grafismos o dibujos, fijos o animados.

En este soporte se incluye toda publicidad basada en la proyección directa o por transparencia, sobre una pantalla, de películas y diapositivas conteniendo mensajes publicitarios.

b) Mediante sistemas electrónicos: El mensaje, sea cual fuere su forma de expresión, se materializa mediante efectos basados en la luz, distintos de la proyección, tales como rayos láser, hologramas, etc.

3. Publicidad dinámica: es aquella forma de comunicación realizada por personas físicas o jurídicas, ya sean públicas o privadas, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal, social o profesional, encaminada al fin de promover la contratación de bienes o servicios de toda clase, inclusive derechos y obligaciones o la difusión de mensajes de naturaleza social, cultural, política o de cualquier otra, realizada por medio del contacto directo de los agentes publicitarios con los posibles usuarios o clientes y con la utilización preferente, para su práctica, de zonas de dominio público, vías y espacios libres públicos y zonas privadas de concurrencia pública.

La publicidad dinámica puede ser ejercida a través de las siguientes modalidades:

a) Publicidad manual y oral. La publicidad manual y oral se ejercerá de manera conjunta

- Se considera publicidad manual aquella publicidad que difunde sus mensajes mediante el reparto en mano de material impreso a través del contacto directo entre los agentes y las agentes publicitarias y las posibles personas usuarias, con carácter gratuito, y utilizando, para tal fin, las zonas de dominio público, vías y espacios libres públicos y zonas privadas de concurrencia pública.

Asimismo, se considerará publicidad manual, la distribución de soportes de cualquier tipo sin impresión o grafía previa, en los cuales se escriban a mano, en el momento de su entrega, mensajes o cualquier tipo de contraseñas destinados a las posibles personas usuarias de la actividad promocionada, así como la distribución de objetos como colgantes, pulseras, o similares, que por su configuración, identifiquen a la actividad promocionada.

- Se considera publicidad oral aquella publicidad que transmite sus mensajes de viva voz, mediante el contacto directo entre los agentes y las agentes publicitarias y las posibles personas usuarias y con la utilización, para su ejercicio, de las zonas de dominio público, vías y espacios libres y zonas privadas de concurrencia pública.

La publicidad manual y oral podrá ejercerse en dos modalidades diferentes:





o Modalidad 1.- Agentes de publicidad dinámica situados delante de la fachada del establecimiento autorizado.

o Modalidad 2.- Agentes de publicidad dinámica situados en alguna de las zonas autorizadas.

b) Campañas publicitarias: Son campañas temporales para publicitar un determinado producto, que pretenden ubicarse en suelo de dominio público.

c) Publicidad mediante el uso de vehículos: Esta actividad consiste en la realización de publicidad mediante el uso de elementos de promoción o publicidad situados en vehículos, tanto estacionados, como en marcha, y la difusión de los mensajes publicitarios a través de los medios audiovisuales en ellos instalados. Queda excluida la publicidad mediante rótulos o elementos similares grafiados en los vehículos, que hagan referencia a la razón social de la empresa y/o actividad genérica que ejerce, siempre que la finalidad no sea exclusivamente publicitaria.

TÍTULO II. NORMAS TÉCNICAS. REQUISITOS Y LIMITACIONES PARTICULARES DE LAS DIFERENTES MODALIDADES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

CAPÍTULO I. NORMAS TÉCNICAS DE LA PUBLICIDAD ESTÁTICA Y AUDIOVISUAL

Artículo 4. Situación de los soportes publicitarios

La publicidad estática y audiovisual, realizada por alguna de las modalidades descritas anteriormente, podrá ejercerse en alguna de las ubicaciones siguientes:

a) En las fachadas de las edificaciones: A esta situación corresponden los soportes publicitarios instalados en las fachadas, incluidas las fachadas laterales de las edificaciones, cuando sean perceptibles desde algún espacio público.

b) En el interior de los solares o fincas: En esta situación se incluyen todos los soportes publicitarios instalados en el interior de solares de titularidad privada.

Asimismo, mediante procedimiento de concurso público, el Ayuntamiento podrá autorizar la instalación de publicidad en las siguientes ubicaciones:

a) Suelo de dominio público: Comprende todo soporte publicitario instalado directamente sobre la vía pública, y en sus espacios anexos y complementarios (aceras, calzadas, islas de peatones y espacios similares). Se incluyen en esa situación los elementos publicitarios instalados en terrenos de titularidad pública sea cual fuere su destino en el planeamiento (parques, jardines, equipamientos, etc.).

b) En elementos del mobiliario urbano: Esta situación incluye los soportes publicitarios instalados sobre los elementos de mobiliario urbano, ya sea en elementos especialmente diseñados a este efecto, o bien en otros de diferente uso adaptados a este fin, como son las marquesinas de protección de las paradas de los transportes públicos, bancos, farolas, papeleras, rótulos indicadores de calles o servicios públicos, apartados de información ciudadana tales como relojes, termómetros y aparatos electrónicos de información, y otros análogos.

Artículo 5. Características de las carteleras o vallas publicitarias

5.1 Características generales

1. Limitación posicional: Podrán instalarse en el interior de solares, en sus cierres y en las fachadas de las edificaciones.

2. Limitación dimensional: Las dimensiones máximas no superarán los 8,5 metros de anchura y 4,5 metros de altura, incluidos marcos y fondo máximo de 0,3 metros, que podrá ampliarse hasta 0,5 metros cuando el procedimiento de iluminación sea interno o se trate de carteles con movimiento. En caso contrario, los elementos de iluminación estarán colocados en el borde superior del marco y no deberán sobresalir más de 0,5 metros del plano de la cartelera. Se permitirá la instalación de una única línea de carteleras, que deberá disponer de un espacio de 8,5 metros de longitud de separación cada dos vallas publicitarias. En ningún caso, se permitirá la superposición verticalmente de dos vallas publicitarias.

3. Limitación visual: No se autorizarán carteleras cuando perjudiquen la visión, iluminación o ventilación de los huecos de las viviendas o locales próximos al lugar donde se instalen. En este sentido se entiende que perjudican la visión, iluminación o ventilación, aquellas carteleras que se emplacen dentro de un sector esférico de 120 grados de abertura, con eje perpendicular al plano de fachada que contenga el



hueco considerado, y 3 metros de radio

4. Limitación estructural: La estructura de sustentación y los marcos de los elementos publicitarios deben estar diseñados y contruidos, de forma que queden garantizadas la seguridad pública, una adecuada resistencia a los elementos naturales, una digna presentación estética, quedando prohibida en todo momento, la utilización de tirantes como medio de sujeción de la estructura de sustentación del elemento.

5. Mantenimiento: El propietario o la propietaria de la instalación publicitaria tendrá que mantenerla en perfecto estado de seguridad y conservación durante todo el tiempo en que esté colocada.

6. Limitación demanial: En suelo de dominio público, solamente se permitirá la instalación de vallas publicitarias sometidas a régimen de concesión administrativa, como consecuencia de concurso convocado por el Ayuntamiento, y regulado por los pliegos de condiciones que se establezcan al efecto.

7. Identificación de la instalación: Las personas propietarias 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.

5.2 Características cuando estén ubicadas en el interior de solares

- a) Tendrán que cumplir las características indicadas en el apartado 5.1.
- b) La valla publicitaria tendrá que instalarse a una distancia mínima de 10 metros de los lindes de la parcela.
- c) El solar tendrá que estar y mantenerse limpio, y a la vez dotado de cierres en sus lindes con las vías o espacios públicos.
- d) Sólo se permitirá una línea o batería de carteleras. Se descarta, por lo tanto, la superposición de estos soportes

Artículo 6. Características de los carteles y adhesivos

1. Se permitirá la instalación de carteles y adhesivos únicamente en los elementos de mobiliario urbano y en aquellos espacios autorizados expresamente por el Ayuntamiento.

2. Se prohíbe toda fijación de carteles o adhesivos directamente sobre edificios, muros, cerramientos, elementos estructurales, espacios públicos, equipamientos, o cualquier elemento visible desde la vía pública, no incluidos en el apartado anterior.

Artículo 7. Características de los rótulos

7.1 Características generales

Los rótulos deberán tener un diseño y una calidad suficientes para no desmerecer la finca donde estén instaladas o su entorno, y estarán sometidos a las siguientes limitaciones:

1. Limitación posicional.

- Los rótulos tendrán que situarse de forma que ninguno de sus puntos se encuentre a una altura inferior a los 2,50 metros por encima de la rasante de la acera, y no podrán rebasar en su altura la fachada del local o comercio en el que estén instalados, en su caso.

- Tendrán un vuelo máximo de 0,60 metros, siempre que la proyección de su punto más saliente sobre la acera quede a una distancia mínima de 0,4 metros de la calzada

2. Limitación visual: No se autorizarán rótulos cuando perjudiquen la visión, iluminación o ventilación de los huecos de las viviendas o locales próximos al lugar donde se instalen. En este sentido se entiende que perjudican la visión, iluminación o ventilación, aquellos rótulos que se emplacen dentro de un sector esférico de 120 grados de abertura, con eje perpendicular al plano de fachada que contenga el hueco considerado, y 3 metros de radio.

3. Limitación estructural: La estructura de sustentación y los marcos de los elementos publicitarios deben estar diseñados y contruidos, tanto en sus elementos como en su conjunto, de forma tal que queden garantizadas, la seguridad pública, una adecuada resistencia a los elementos naturales, y una digna presencia estética.

Quedando prohibida en todo momento, la utilización de elementos atirantados como medio de sujeción de la estructura de sustentación del elemento.





4. Mantenimiento: La persona propietaria de la instalación publicitaria tendrá que mantenerla en perfecto estado de seguridad y conservación durante todo el tiempo en que aquélla esté colocada.

5. Limitación demanial: En suelo de dominio público solamente se permitirá la instalación de rótulos publicitarios mediante régimen de concesión administrativa, como consecuencia de concurso convocado por el Ayuntamiento, y regulado por los pliegos de condiciones que se establezcan al efecto.

7.2 Características de rótulos situados en toldos

1. Se consideran 'toldos' aquellos elementos salientes respecto del plano de la fachada y adosado a ella, colocados para protección del sol o de la lluvia, constituido por una estructura plegable revestida habitualmente de lona o tejidos similares.

2. Sobre este elemento sólo se admitirá el mensaje publicitario correspondiente a la denominación o logotipo del edificio, establecimiento o local del que se trate, impreso directamente sobre el tejido o bien adherido a él mediante materiales sin relieve.

3. Se tendrá que cumplir la normativa urbanística vigente, que le sea de aplicación.

4. Sólo se permitirá este tipo de publicidad sobre aquellos toldos que por su tamaño, forma, color, textura y disposición, se integren en el edificio donde estén incorporados sin perjudicar su composición genérica ni la de su entorno, ni alterar ni ocultar elementos arquitectónicos o decorativos de interés. El resultado formal del conjunto de toldos instalados en un edificio será objeto de especial valoración cuando los instalados y/o los que tengan que colocarse correspondan a locales o dependencias de distinta propiedad o actividad, o bien cuando respondan a formas, texturas y colores diferentes, no sólo en cuanto a los posibles efectos discordantes entre sí, sino también en una consideración global de los demás soportes publicitarios con los cuales tengan que coexistir.

5. Las barras tensoras y otros elementos de la instalación se situarán a una altura mínima sobre el nivel de la acera o espacio público de 2,50 metros sin que ningún punto del toldo, flecos o laterales queden a menos de 2,20 metros. Su saliente o vuelo desde el plano de la fachada donde se apoyan no podrá ser superior, en ningún punto, a la anchura de la acera reducida en 60 centímetros, ni tampoco podrán sobrepasar la anchura del hueco que cubren, con un vuelo máximo de 3 metros para los toldos situados en las fachadas que dan a la vía pública, y de 1,50 metros por lo que se refiere a fachadas que dan sobre otros límites de la parcela.

Artículo 8. Características de las banderolas

La instalación tendrá la solidez necesaria para evitar la caída sobre la vía pública y no ocultará elementos arquitectónicos de interés o significativos, aunque el edificio no esté protegido.

Sólo podrán instalarse en:

- fachadas de edificios de uso exclusivamente comercial, por motivo de ventas extraordinarias. Podrán autorizarse expresamente y por un período no superior a dos meses y deberán ser retirados en un plazo máximo de 10 días, transcurridos los cuales lo harán los servicios municipales a costa de la persona infractora.
- fachadas de edificios públicos, salas de exposiciones o similares, por motivo de éstas.
- elementos de alumbrado público, por campañas electorales, celebraciones municipales o institucionales. Sólo estarán permitidas para publicidad comercial en el supuesto de campañas temporales o espectáculos de carácter extraordinario.

Artículo 9. Características de las pancartas

- Sólo estarán permitidas en ocasiones puntuales, como fiestas patronales, celebraciones religiosas, deportivas o similares.
- Tendrán que colocarse de forma que no perturben la libre circulación de viandantes o vehículos, ni puedan ocasionar daños a las personas, a la vía pública o a los árboles o instalaciones existentes en la misma.
- La parte inferior de la pancarta no podrá situarse a una altura inferior a 5 m sobre la calzada.
- Deberán retirarse por las personas titulares de la autorización, dentro de los diez días siguientes a la terminación de la actividad anunciada. De no hacerlo, será retirada por los servicios municipales a costa de los infractores.

Artículo 10. Características de los objetos

- Los motivos o figuras, así como su color y forma, no introducirán efectos discordantes, extraños, ridículos o de mal gusto en el entorno donde se sitúen.



b) El tipo de anclaje deberá asegurar la solidez del conjunto.

Artículo 11. Características de los soportes publicitarios con iluminación

1. Se fijan las siguientes condiciones de la iluminación para los soportes publicitarios 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 publicitario, 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 utilizarán preferentemente luminarias no contaminantes y lámparas eficientes de bajo consumo.

2. 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	1000
0,5 < S < 2	800
2 < S < 10	600
Mayor de 10	400

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

a) La orientación del haz de luz siempre será descendente para evitar la contaminación lumínica.

Artículo 12.- Características de la publicidad audiovisual

1. Mediante proyecciones fijas o animadas

a) Las pantallas se supeditarán, por lo que se refiere a la situación, dimensiones y disposición, a las prescripciones señaladas para las carteleras.

b) La actividad no debe producir molestias a las personas ocupantes del edificio donde se ubican o a los de los situados en las inmediaciones, con ruidos y vibraciones de los aparatos de proyección o por deslumbramiento. Tampoco se permitirán las que produzcan efectos discordantes, extraños o de mal gusto en el entorno.

c) El Ayuntamiento podrá autorizar las proyecciones sobre fachadas de edificaciones, tanto públicas como privadas, para funciones puntuales o temporales.

d) Quedan prohibidos los efectos sonoros.

2. Mediante sistemas electrónicos

a) Cuando la actividad publicitaria necesite para su desarrollo una pantalla o elemento similar para producir efectos luminosos, éstas se sujetarán, en cuanto a su ubicación, dimensiones y características, a las señaladas para carteleras y rótulos según el caso de que se trate.

b) Los equipos de reproducción, aparatos electrónicos o mecánicos necesarios para producir estas actividades y otros elementos, se situarán de forma que no causen molestias ni sean un peligro para los peatones o los ocupantes del inmueble o inmuebles contiguos.



c) No se admitirá este tipo de actividad cuando provoque impactos distorsionantes para el entorno o efectos extravagantes, discordantes o de mal gusto.

d) Quedan prohibidos los efectos sonoros.

Artículo 13. Prohibiciones de la publicidad estática y audiovisual

Quedan prohibidas las modalidades de publicidad estática y audiovisual reguladas en la presente ordenanza, cuando se pretendan desarrollar en los siguientes lugares:

a) En lugares que pueda perjudicar o comprometer el tráfico rodado o la seguridad del viandante.

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

Además, quedan prohibidos:

a) Los rótulos, carteles o placas que por su forma, color, dibujo o inscripciones puedan inducir a la confusión con señales reglamentarias de tráfico, impidan su visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos.

b) Los anuncios reflectantes.

c) Los anuncios constituidos de materias combustibles en zonas arboladas de abundante vegetación.

CAPÍTULO II. NORMAS TÉCNICAS DE LA PUBLICIDAD DINÁMICA

Artículo 14. Situación de los agentes de publicidad dinámica

La publicidad manual y oral podrá ejercerse en alguna de las dos situaciones siguientes:

1) Delante de la fachada del establecimiento autorizado

2) En las zonas autorizadas. Dichas zonas son las siguientes:

- Zona A: Calle de la Ruda y Calle Bruc

- Zona B: Cruce de la Crta. Playa de'n Bossa y de la Calle del Fumarell

Las zonas autorizadas podrán ser modificadas por acuerdo de la Junta de Gobierno Local, si así se estimara conveniente.

Artículo 15. Características de la publicidad manual y oral en las zonas autorizadas

Cada anunciante podrá disponer de un máximo de tres agentes publicitarios por zona autorizada.

Sin perjuicio de lo indicado anteriormente, el Ayuntamiento se reserva el derecho a limitar, denegar o revocar licencias, si así lo considerara necesario atendiendo al impacto generado por los agentes publicitarios.

Artículo 16. Horario

La actividad de publicidad dinámica sólo se puede realizar hasta una hora antes de la hora de cierre fijada oficialmente para el establecimiento o actividad promocionada.

Artículo 17. Condiciones generales

a) Todo el material impreso utilizado en la publicidad dinámica será preferentemente reciclado.

b) Los soportes publicitarios en papel deberán llevar obligatoriamente una leyenda que aconseje el depósito del papel en contenedores de recogida selectiva.

c) Los agentes y las agentes de publicidad dinámica deberán llevar el correspondiente chaleco entregado por el Ayuntamiento y el carnet de agente de publicidad dinámica, en lugar visible de la vestimenta. Asimismo, deberán ir debidamente identificados.



- d) Las licencias no podrán tener una vigencia superior a la del contrato laboral de los agentes con los que se vincule.
- e) La persona titular de la licencia estará obligada a adoptar las medidas correctoras a su alcance que tiendan a evitar que se ensucien las vías y espacios libres públicos, solares y zonas privadas de concurrencia pública, en su zona o radio de actuación.

Artículo 18. Prohibiciones

- a) El ejercicio de actividad de publicidad dinámica en playas y otros bienes de dominio público marítimo-terrestre, en la reserva natural de ses Salines y en los núcleos urbanos donde exista 'Àrea de Protecció del Patrimoni', en este caso se prohíbe en un radio de 250 metros.
- b) El uso de animales como medio de reclamo o complementario de la actividad, excepto los casos determinados en la Ley 1/92, de 8 de abril, de la CAIB, de protección de los animales que viven en el entorno.
- c) El uso de medios audiovisuales o de vehículos dotados de elementos publicitarios, que requerirá licencia específica.
- d) Situar elementos de cualquier tipo, configuración o estructura, en las vías y espacios libres públicos como complemento de la actividad de propaganda manual, aunque sean desmontables y retiradas al final de cada jornada; así como situar o depositar soportes publicitarios, cualquiera que sea la naturaleza, en lugares determinados y con destinación a potenciales receptores del mensaje, aunque no exista contacto directo inicial con estos.
- e) Provocar la formación de círculos o grupos de personas que obstaculicen la circulación de viandantes o de vehículos, o aprovecharse de los que se originen por cualquier otra causa.
- f) Obstaculizar la circulación de los viandantes o abordarlos.
- g) Realizar la actividad en pasos de peatones o en sus accesos, o de forma que implique invadir la calzada por parte del agente o de los viandantes.
- h) La venta o reventa de entradas, tickets y productos similares.
- i) Vocear la actividad promocionada.
- j) Invasión de la calzada de circulación de vehículos para distribuir propaganda entre conductores o viajeros.
- k) Colocar material publicitario en los parabrisas o en otros elementos de los vehículos
- l) Arrojar el material publicitario, ensuciar las vías y espacios libres públicos o privados de concurrencia pública, así como los solares, zonas de retranqueo y otros inmuebles de propiedad privada o pública.
- m) El uso de personas como apoyo material del mensaje publicitario cuando se atente contra la dignidad de las personas o se vulneren derechos constitucionales.
- n) Difundir mensajes o utilizar materiales que atenten contra la dignidad de la persona o vulneren los valores y derechos reconocidos en la Constitución, así como mensajes que resulten engañosos, desleales o subliminales o que infrinjan la normativa específica de la publicidad de determinados productos, bienes, actividades y servicios.
- o) Repartir publicidad de una empresa o actividad diferente a la autorizada

TÍTULO III. RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS AUTORIZACIONES DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD Y SU PROCEDIMIENTO

CAPÍTULO I. AUTORIZACIÓN DE INSTALACIONES DE PUBLICIDAD ESTÁTICA Y AUDIOVISUAL

Artículo 19. Procedimiento de autorización

1. Cuando las instalaciones publicitarias pretendan ubicarse en suelo o bienes de dominio privado, las personas físicas o jurídicas titulares de la instalación, deberán presentar:

- Declaración responsable, según modelo indicado en el anexo I de la presente ordenanza.
- DNI de la persona promotora y de su representante, si es el caso, acreditando documentalmente su representación.





- Acta de constitución de la sociedad y copia del CIF (para solicitudes de personas jurídicas).
- Escritura de propiedad de la vivienda, local o aparcamiento, o contrato de alquiler, cesión o cualquier otro documento que acredite de forma fehaciente su disponibilidad.
- Memoria descriptiva que contenga, como mínimo, lo siguiente:
 - o Plano de situación y emplazamiento
 - o Modalidad de publicidad, según artículo 3
 - o Situación de la publicidad, según artículo 4
 - o Indicación de las características del elemento publicitario, que permita comprobar el cumplimiento de las prescripciones indicadas en el Título II
 - o Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 x 15 centímetros
- Justificante de haber abonado la tasa municipal correspondiente (autoliquidación).

2. Los rótulos que tengan grafiada la denominación comercial de un establecimiento, situados sobre el mismo, podrán presentar la documentación indicada en el apartado 1 conjuntamente con la documentación necesaria para el inicio de la actividad.

3. La presentación de la documentación indicada en los apartados anteriores, no exime de la necesidad de obtener la correspondiente licencia de obras, en caso de ser necesaria, la cual se considerará autorización previa y deberá ser presentada en caso de requerirse por parte del cuerpo de inspección o el Ayuntamiento.

4. Cuando las instalaciones publicitarias pretendan ubicarse en suelo o bienes de dominio público, 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.

5. No se tendrán que presentar aquellos documentos que ya se encuentren en poder del Ayuntamiento, en cumplimiento de lo indicado en el artículo 35f de la ley 30/1992, de 26 de noviembre, de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común.

Artículo 20. Transmisión

1. La persona titular está obligada a comunicar el cambio de titularidad o desmontaje de las instalaciones publicitarias ubicadas en suelo o bienes de dominio privado.

2. Las autorizaciones demaniales no podrán ser objeto de transmisión, salvo autorización expresa de la Administración municipal. La transmisión, en caso de ser autorizada, no alterará los plazos de vigencia de la licencia concedida inicialmente.

3. En los supuestos de transmisión de licencias sin la pertinente autorización municipal, quedarán el o la transmitente y el o la adquirente sujetos a todas las eventuales responsabilidades que pudieran derivarse en relación con el elemento publicitario y con independencia de que tal circunstancia pueda ser causa de revocación de la autorización municipal.

Artículo 21. Caducidad

1. La persona titular perderá los derechos adquiridos con la presentación de la documentación indicada en el artículo 19 en los siguientes supuestos:

- a) Por renuncia formal y expresa de la persona titular.
- b) Por modificación de las circunstancias declaradas.
- c) Cuando no se mantengan en las debidas condiciones de seguridad, salubridad y ornato público.

CAPÍTULO II. AUTORIZACIÓN DE AGENTES DE PUBLICIDAD DINÁMICA





Artículo 22. Solicitud

Las personas y empresas que pretendan desarrollar la actividad de publicidad dinámica en el municipio de Sant Josep de sa Talaia deberán presentar, con dos meses de antelación al inicio de la actividad publicitaria, el impreso de solicitud normalizado por el Ayuntamiento, adjuntando:

- a) NIF/CIF de la persona solicitante y designación expresa del domicilio a efecto de notificaciones
- b) Alta en el impuesto de actividades económicas
- c) Acreditación de que la persona solicitante dispone de licencia de actividad o ha realizado la comunicación de inicio y ejercicio de la actividad, si procede.
- d) Acreditación de disponer de la autorización/inscripción de la Conserjería de Turismo, si procede.
- e) Relación de personas que proponen como agentes de publicidad dinámica, con especificación de su número de documento nacional de identidad o de pasaporte y de su dirección. Se considerará dirección del agente la de la persona titular de la licencia. Si no figuran en el TC-2, se acompañará copia del alta a la Seguridad Social vinculada a la empresa publicitada.
- f) Copia del impreso TC-2 de la Seguridad Social, actualizado si procede mediante el/los A-2.2, correspondiente a la última mensualidad liquidada o, si procede, declaración sustitutoria respecto al régimen autónomo de la Seguridad Social.
- g) Documento acreditativo de liquidación de la tasa correspondiente.
- h) Fecha del plazo previsto para el ejercicio de la actividad de publicidad dinámica

Para la concesión o denegación de la licencia de agente de publicidad manual y oral, además de la documentación aportada por la persona solicitante, se tendrá en cuenta:

- a) La valoración del impacto social que la publicidad dinámica puede generar.
- b) Los agentes publicitarios propuestos deberán ser dependientes de la persona solicitante de la licencia o actuar dentro del ámbito de organización y dirección del mismo.
- c) Se autorizará un o una agente por cada siete trabajadores o fracción igual o superior a tres, en todo caso uno como mínimo.
- d) No se concederán licencias de publicidad dinámica a las personas físicas o jurídicas de cualquier tipo, que tenga deudas pendientes con el Ayuntamiento.

La falta de resolución expresa en el plazo de dos meses, producirá efectos desestimatorios.

Artículo 23. Licencia

Las licencias se concederán por tiempo determinado, según lo solicitado, pero nunca para un período de tiempo superior a un año y finalizarán, en todos los casos, el día 31 de diciembre. Serán renovables en las condiciones en que se establezcan en el artículo 25 de la presente ordenanza.

Artículo 24. Carnet de publicidad dinámica

El Ayuntamiento expedirá los carnets de publicidad dinámica, en el que constarán, al menos, los siguientes:

- Denominación comercial de la actividad publicitada
- Persona titular de la actividad publicitada
- Modalidad de publicidad dinámica autorizada
- Zona autorizada, en su caso
- Número de licencia

Artículo 25. Renovación

- La solicitud de renovación se presentará con dos meses de antelación respecto de la fecha de caducidad de la licencia, presentando la documentación indicada en los apartados f, g y h del artículo 22, excepto que se hayan producido alteraciones en relación con los restantes apartados de dicho artículo.



- No se renovará ninguna licencia cuando la persona física o jurídica de cualquier tipo que tenga concedida dicha licencia, tuviera deudas pendientes con el Ayuntamiento.

- La falta de resolución expresa en el plazo de dos meses, producirá efectos estimatorios.

Artículo 26. Modificación de los agentes de publicidad dinámica

Durante la vigencia de la licencia de agente de publicidad dinámica, la empresa afectada podrá solicitar al Ayuntamiento la modificación de los agentes, con estricta sujeción al límite máximo establecido en la presente Ordenanza.

TÍTULO III. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Artículo 27. Autorización

El Ayuntamiento, de manera discrecional, podrá autorizar campañas publicitarias, pudiendo utilizar para el ello vehículos como medio publicitario.

Para su solicitud, deberá presentarse, el modelo normalizado por el Ayuntamiento, adjuntando, al menos:

- Actividad u objeto promocionado
- Instalaciones necesarias para la campaña publicitaria, en su caso
- Plano, a escala adecuada, con la ubicación de las instalaciones y los agentes de publicidad dinámica, en su caso
- Número de agentes de publicidad dinámica, en su caso
- Fecha de inicio y finalización de la campaña publicitaria

TÍTULO IV.- PUBLICIDAD MEDIANTE EL USO DE VEHÍCULOS

Artículo 28. Autorización

Corresponderá a la Alcaldía el otorgamiento de la autorización administrativa para el ejercicio de este tipo de publicidad dinámica. Ésta facultad tendrá carácter discrecional, dado el impacto ambiental y la repercusión sobre el tráfico y seguridad vial que la actividad pueda ocasionar.

La solicitud de autorización y consecuentemente la autorización administrativa, deberá concretar: actividad a la que se aplica esta modalidad de publicidad, período y horario del ejercicio, zona de actuación, vehículos a utilizar y elementos de soporte publicitario que se incorporen a tales efectos y niveles de uso.

Artículo 29. Condiciones específicas

Solamente se autorizará este tipo de actividad en los supuestos siguientes:

- a) Cuando tenga por objeto la promoción o propaganda de actividades de espectáculos, deportivos o recreativos de naturaleza temporal o circunstancial, así como campañas publicitarias, autorizadas por el Ayuntamiento.
- b) En los taxis, debiendo cumplir lo establecido en la 'Ordenanza municipal para la prestación en todo el municipio de Sant Josep de sa Talaia del servicio de transporte interurbano de pasajeros en automóviles ligeros de alquiler con conductor o conductora'.
- c) Cuando así se determine en reglamentos específicos y en la forma que se establezca.

El ejercicio de este tipo de publicidad dinámica queda sujeto a la normativa general y municipal de circulación, tráfico y seguridad vial.

Artículo 30. Prohibiciones específicas

Queda prohibido que el conductor o conductora o acompañantes si dirijan directamente a viandantes u otros conductores o conductoras de vehículos.

TÍTULO V. RÉGIMEN DISCIPLINARIO

CAPÍTULO I. INSPECCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA LEGALIDAD

Artículo 31. 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 de la Policía Municipal, como encargados de la vigilancia del cumplimiento de la normativa municipal.

Artículo 32. Protección de la legalidad.

1. 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.
2. Cuando la actuación publicitaria se realizase sin presentar la declaración responsable, se adoptarán las medidas previstas en el artículo 71 bis de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 33. Restablecimiento de la legalidad.

1. 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.
2. La responsabilidad administrativa derivada del procedimiento sancionador es compatible con la exigencia a la persona infractora de la restauración de la legalidad urbanística, la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado originario, así como con el rescimiento de los daños y perjuicios causados.
3. Transcurridos los plazos sin que la persona interesada 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 de la persona interesada el coste de todas las medidas adoptadas.

Artículo 34. Plazo para la retirada y actuación subsidiaria.

1. Las órdenes de desmantelamiento tendrán que ser cumplidas en el plazo máximo de 10 días hábiles. En caso de incumplimiento, procederán a retirarlas los servicios municipales a costa de la persona infractora, la cual tendrán que pagar los gastos correspondientes a la ejecución subsidiaria, además de pagar la sanción que se le pudiera imponer.
2. La orden de retirada, será independiente de la posible legalización, de forma que será inmediatamente efectiva mientras no esté legalizada la instalación.
3. Cuando exista peligro inminente para la ciudadanía, bienes o tránsito rodado, la instalación publicitaria podrá ser retirada de oficio por el Ayuntamiento, sin requerimiento previo a la persona titular del anuncio, y sin perjuicio de que continúe la tramitación del expediente sancionador correspondiente.

CAPÍTULO II. INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 35. Responsables

De las infracciones de la presente Ordenanza, serán responsables solidarios:

- En el caso de publicidad estática y audiovisual:

- a) La empresa publicitaria o, en su caso, la persona física o jurídica que hubiese dispuesto la colocación del anuncio sin la previa autorización, o con infracción de las condiciones impuestas en la misma, o de los preceptos de la presente ordenanza.
- b) La persona titular o beneficiaria del mensaje.
- c) La persona propietaria del lugar en el que se haya efectuado la instalación, cuando lo hubiera autorizado.

- En el caso de publicidad dinámica:

- a) Los que hayan participado o se hayan beneficiado.
- b) Las personas titulares de actividades económicas con los cuales mantengan relaciones laborales o que se beneficien directa o indirectamente de su actuación, o en interés de los que se realicen.



Artículo 36. Tipificación de las infracciones

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

1. Se consideran infracciones leves, las siguientes:

- 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 o su entorno, cuando éste sea consecuencia de la actividad publicitaria, que no suponga un peligro ni produzca un deterioro o menoscabo grave al entorno y paisaje urbano.
- c) Ensuciar del dominio público, como consecuencia del ejercicio de la actividad publicitaria.
- d) El incumplimiento de las normas sobre exhibición de carnets de agente de publicidad dinámica.
- e) Situar material de propaganda en parabrisas u otros elementos de los vehículos.
- f) Vocear la actividad promocionada.
- g) Depositar propaganda de forma indiscriminada en zonas comunes de inmuebles y en el exterior de los buzones y de los inmuebles o en los inmuebles en los que conste la voluntad de las personas titulares de no recibir.
- h) Dirigirse a conductores o acompañantes.
- i) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente Ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.

2. Se consideran infracciones graves, las siguientes:

- a) La instalación de soportes publicitarios sin presentar la documentación completa para el inicio de la actividad
- b) El ejercicio de la actividad de publicidad dinámica, sin la correspondiente autorización.
- c) 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.
- d) 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.
- e) La falta de desmontaje y total retirada de los elementos de las instalaciones publicitarias una vez que la autorización ha perdido su eficacia.
- f) La ocultación, manipulación o falsedad de los datos o documentación aportados en la declaración responsable y documentación adjunta, o en la documentación aportada para la obtención de la autorización demanial.
- g) La negativa a facilitar los datos a la Administración Municipal o a los agentes de la Policía Municipal cuando sean requeridos por éstos, así como la obstaculización de la labor inspectora.
- h) El ejercicio de actividad de publicidad dinámica en playas, zonas marítimo- terrestres, en la reserva natural de ses Salines y en los núcleos urbanos donde exista 'Àrea de Protecció del Patrimoni', en este caso se prohíbe en un radio de 250 metros.
- i) El uso de animales como reclamo o complemento de la actividad.
- j) La ubicación indebida de elementos complementarios o soportes publicitarios.
- k) Obstaculizar la circulación de los viandantes, abordarlos, o provocar la formación de círculos o grupos de personas.
- l) Invadir la calzada de circulación de vehículos o realizar publicidad dinámica en pasos de viandantes y en sus accesos.
- m) La venta y reventa de tickets y similares.
- n) Lanzamiento de material publicitario.





o) La comisión de infracción leve cuando concurra la circunstancia de reincidencia. A los efectos del presente artículo, existe reincidencia cuando el responsable haya estado sancionado por la comisión de más de una infracción leve en el plazo de un año, y las sanciones sean firmes.

3. Se consideran infracciones muy graves, las siguientes:

- a) La instalación de soportes publicitarios que produzcan 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.
- b) La instalación de soportes publicitarios en suelo de dominio público, sin autorización municipal.
- c) Cuando se produzca un deterioro grave y relevante de los espacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos, sean muebles o inmuebles.
- d) La distribución de material publicitario o la difusión de mensajes publicitarios que atenten contra la dignidad de la persona o vulneren los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente los referidos a la infancia, la juventud y la mujer.
- e) La comisión de infracción grave cuando concurra la circunstancia de reincidencia. A los efectos del presente artículo, existe reincidencia cuando el responsable haya estado sancionado por la comisión de más de una infracción grave en el plazo de un año, y las sanciones sean firmes.

Artículo 37. Sanciones

Las infracciones reguladas en esta sección se sancionarán de la forma siguiente:

- a) Infracciones leves: multa de 300 a 600 euros.
- b) Infracciones graves: multa de 601 a 6.000 euros.
- c) Infracciones muy graves: multa de 6.001 a 30.000 euros.

En los supuestos de infracciones muy graves, se podrá imponer también, como sanción accesoria, una de las siguientes:

- a) Suspensión de la autorización, por el plazo máximo de un año.
- b) Revocación definitiva de la autorización e inhabilitación para obtener otra nueva, de naturaleza similar, por un período máximo de tres años.

Artículo 38. Circunstancias modificadoras de la graduación de la infracción

Se tomarán en consideración como circunstancias modificadoras de la responsabilidad a los efectos de la graduación de las sanciones, las siguientes:

- a) Los daños y perjuicios causados a terceros, así como los producidos por la conservación y limpieza de los lugares públicos o de equipamiento y mobiliario urbano.
- b) La reparación espontánea de los daños y perjuicios causados.
- c) La incidencia en los derechos de los consumidores y usuarios
- d) El beneficio ilícito obtenido.
- e) La reiteración de conductas que hayan sido objeto de sanciones en materia de publicidad
- f) La reincidencia.

En la propuesta de resolución del expediente sancionador deberá constar, expresamente, la justificación de la concurrencia y la aplicación de dichas circunstancias modificadoras de la responsabilidad.

Artículo 39. Medidas cautelares.

En cualquier momento del procedimiento sancionador, el órgano municipal competente para su iniciación, por propia iniciativa o a propuesta del instructor o instructora, 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.

- a) El decomiso del material de promoción o propaganda, cuando se trate de actividades no amparadas por licencia, o se estime que la medida resulta necesaria para impedir la continuación de la infracción detectada
- b) La inmovilización y/o retirada de los vehículos o los elementos que sirvan de soporte a la actividad de promoción o publicidad, contraviniendo lo que dispone la presente Ordenanza siempre que, además, se dé la circunstancia de la ausencia o resistencia de la persona titular de la actividad o sus agentes a cesar en la actuación ilícita.
- c) Reclamar de la persona infractora el resarcimiento de los gastos que se deduzcan de la corrección de las anomalías o daños causados, consecuencia de la actuación contraria a las prescripciones de la presente Ordenanza, después de una valoración justificada.
- d) Retirada del carné de agente de publicidad dinámica cuando se encuentre caducado, no legalizado o sea utilizado por personas distintas de la persona titular.

En el caso de las medidas a que se refieren los puntos a, b y d, la decisión corresponderá cautelarmente a los agentes de la Policía Local que detecten la infracción de que se trate. En el supuesto establecido en el punto c, la adopción corresponderá a la Alcaldía.

Artículo 40. Prescripción de las infracciones

Las infracciones establecidas en esta sección prescribirán: las infracciones leves a los seis meses, las infracciones graves al año y las infracciones muy graves a los dos años.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

En el plazo de un año, todas las personas propietarias de soportes publicitarios regulados en el artículo 3, existentes a la entrada en vigor de la presente ordenanza, deberán obtener la correspondiente autorización o presentar la declaración responsable, que los habilite para disponer de la misma, en su caso.

DISPOSICIONES FINALES

Primera. El Ayuntamiento de Sant Josep de sa Talaia aprobará y publicará la correspondiente Ordenanza fiscal reguladora de la publicidad exterior.

Segunda. Queda derogada la Ordenanza de publicidad dinámica municipal, publicada en el BOIB núm. 47, de 8 de abril de 2008.

Tercera. Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango, en todo aquello que se oponga a la presente ordenanza

La presente Ordenanza entrará en vigor según lo establecido en el artículo 103 de la ley 20/2006, municipal y de régimen local de las Illes Balears'

Anexo 1. Modelo de declaración responsable

DECLARANTE

Nombre y apellidoscon NIF..... actuando como titular y/o representante legal de
..... con NIF/CIF.....

Dirección de notificación:

Calle/Av./Pza.....

Localidad Código postal Municipio

..... Provincia País

Teléfono Fax

http://www.caib.es/eboibfront/pdf/es/2013/107/832929





Dirección electrónica

Datos del soporte publicitario:

Modalidad Situación

Calle/Av./Pza.

Localidad Código postal Municipio

Ref. Catastral

Datos de la actividad, en su caso

Actividad.....

Denominación comercial : Exp. de apertura:

Calle/Av./Pza.

Localidad Código postal Municipio

Teléfono Fax

Dirección electrónica

Ref. Catastral

De conformidad con la Ordenanza reguladora de la publicidad del Ayuntamiento de Sant Josep de sa Talaia

DECLARO bajo mi responsabilidad:

- a) Que los datos contenidos en este documento son ciertos.
- b) Que cumpla los requisitos establecidos en la normativa vigente.
- c) Que mantendré los requisitos y condiciones de la letra anterior, durante toda la vigencia y todo el ejercicio de la actividad.
- d) Que la fecha de inicio de la actividad publicitaria es el ____ de _____ de 2____.
- e) Que estoy en posesión de una póliza de responsabilidad civil vigente y al corriente de pago
- f) Que dispongo de la documentación que así lo acredita para su control e inspección

Que adjunto:

- DNI de la persona promotora y de su representante, si es el caso, acreditando documentalmente su representación.
- Acta de constitución de la sociedad y copia del CIF (Para solicitudes de personas jurídicas).
- Escritura de propiedad de la vivienda, local o aparcamiento, o contrato de alquiler, cesión o cualquier otro documento que acredite de forma fehaciente su disponibilidad.
- Memoria descriptiva de la instalación publicitaria
- Justificante de haber abonado la tasa municipal correspondiente (autoliquidación).

Sant Josep de sa Talaia, de de 2____.

(firma)

http://www.caib.es/eboibfront/pdf/es/2013/107/832929



Ajuntament de Sant Josep de sa Talaia

Los datos de carácter personal que contiene el impreso podrán ser incluidos en un fichero para su tratamiento por este órgano administrativo como titular responsable del fichero, haciendo uso de las funciones propias que tiene atribuidas y en el ámbito de sus competencias, y se



informará, así mismo, de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, la rectificación, la cancelación y la oposición, todo ello de conformidad con lo que dispone el artículo 5 de la Ley orgánica 15/1999, de protección de datos de carácter personal (BOE núm. 298, de 14/12/99).

Lo que se publica para general conocimiento.

Sant Josep de sa Talaia, 26 de Julio de 2013.

LA ALCALDESA

Maria Nieves Marí Marí

