



**NÚMERO= 19**

**TÍTULO= ORDENANZA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

**APROBACIÓN= AYUNTAMIENTO PLENO: 5-3-2013**

**PUBLICACIÓN= BOP: 16-3-2013, NÚMERO 63**

**VOCES= PAISAJE URBANO ; SOPORTES PUBLICITARIOS ; ZONAS**

**NOTAS= DEROGA LA ANTERIOR DE 10-12-1997**

**TEXTO=**

## **ORDENANZA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

### **TÍTULO I. - GENERALIDADES**

#### **CAPÍTULO PRIMERO**

##### **CAPÍTULO PRIMERO: DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL**

#### **Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.**

1.-La presente Ordenanza tiene por finalidad regular las condiciones a las cuales habrán de someterse las instalaciones y actividades publicitarias perceptibles desde las vías o espacios públicos dentro del término municipal de Valladolid, compatibilizándolas con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad, dentro del respeto y la protección, conservación, restauración, difusión y fomento de los valores artísticos, históricos, arqueológicos, típicos o tradicionales del patrimonio arquitectónico de la misma, así como de sus elementos naturales o urbanos de interés.

2.-Siguiendo lo dispuesto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de Publicidad, modificada por la Ley 39/2002, de 28 de octubre, se entenderá por publicidad toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

3.-En el ámbito de aplicación de la presente Ordenanza se incluirá toda instalación y actividad publicitaria que, con independencia del sistema que utilice para la transmisión del mensaje, sea susceptible de atraer la atención de cuantas personas se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen por vías de comunicación, utilicen medios privados o colectivos de transporte y, en general, permanezcan o discurran en lugares o ámbitos de utilización común.

4.-La presente Ordenanza será de aplicación a todas las instalaciones publicitarias, ya tengan carácter temporal o permanente y cualquiera que sea su tipo de soporte, para las cuales se requerirá la obtención de licencia urbanística.

Cuando el espacio ocupado y utilizado con carácter privativo por estas sea de dominio público será objeto de licitación pública y quedará sometido a lo previsto en la presente Ordenanza y a las condiciones que se establezcan en la concesión demanial.

Toda instalación de publicidad que suponga una utilización común especial normal de los bienes de titularidad municipal y uso público para la que se exija autorización administrativa demanial, se sujetará a las condiciones de la misma y a los preceptos de esta Ordenanza.

Las autorizaciones administrativas especiales que permitan ocupar espacios privados de uso público mediante instalaciones de publicidad deberán otorgarse de conformidad con la presente norma.

5.-La publicidad relacionada con convocatorias y procesos electorales se regulará por la legislación del régimen electoral.

#### **Artículo 2. Medios de expresión publicitaria y mensajes no autorizados.**

1.-De acuerdo con lo previsto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de Publicidad no está permitida la emisión de mensajes y la utilización de medios publicitarios que



atenten contra la dignidad de la persona, vulnere los valores y derechos constitucionales o promuevan el consumo de sustancias adictivas.

2.-Se prohíbe expresamente:

a) La publicidad incontrolada a base de carteles, pegatinas, etiquetas, octavillas.

b) La fijación de publicidad mediante carteles, pegatinas, etiquetas o similares y la realización de inscripciones o dibujos publicitarios, salvo en caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, sobre paramentos de edificios, monumentos, infraestructuras, elementos de mobiliario urbano, alumbrado, registros de instalaciones o cualquier otro servicio público. Se exceptúan de esta prohibición los elementos de mobiliario urbano previstos a tal efecto, tales como columnas de expresión libre o elementos similares.

3.-La utilización de medios publicitarios sonoros se regirá por la normativa vigente sobre protección del medio ambiente.

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

5.-La publicidad a través de vallas transportadas o remolcadas por cualquier tipo de vehículo, en circulación o estacionado, sólo podrá ser autorizada, en su caso, cuando no se utilicen materiales reflectantes, colores o composiciones que puedan inducir a confusión con señales de circulación u obstaculizar el tráfico rodado.

## CAPÍTULO SEGUNDO: DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS

### **Artículo 3. Características.**

1.-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.

2.-A efectos de esta Ordenanza se distinguen dos clases de soportes:

En función de los materiales utilizados y su relación con la luz pueden ser, sin que ambos grupos sean excluyentes entre sí:

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

- Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles.

- Soportes flexibles: son aquellos realizados con materiales textiles, plastificados o cualquier otro de textura flexible.

b) En relación a la luz se distingue entre:

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

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

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

3.-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 0,30 metros.

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

5.-Los soportes luminosos se ajustarán a las condiciones técnicas establecidas por la normativa sectorial y a los horarios de funcionamiento establecidos al efecto.

### **Artículo 4. Superficies autorizables.**

La superficie publicitaria autorizable vendrá definida en función del tipo de soporte tales como banderolas, muestras horizontales o verticales, trampantojos, lonas o vallas, monopostes y cualquier otro siempre que se cumplan las condiciones exigidas por la presente ordenanza; además de la zona de emplazamiento en el término municipal y de la posición en el inmueble.



Dicha superficie podrá ser explotada libremente por el titular de la licencia. Si el titular decidiera no explotar la totalidad de la superficie autorizada estará obligado a colocar, en las zonas libres de publicidad y hasta completar los límites de lo autorizado, elementos de carácter decorativo con condiciones estéticas acordes al 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.

#### **Artículo 5. Protección del entorno y del patrimonio.**

1.-No se autorizarán en ningún caso instalaciones que distorsionen o afecten perjudicialmente el paisaje urbano o natural, los edificios protegidos por el Plan General de Ordenación Urbana y los Bienes de Interés Cultural incluidos sus entornos declarados.

En caso de actuaciones de carácter provisional que utilicen lonas o cualquier otro elemento y que hayan de ser colocados con motivo de las operaciones de restauración de fachadas, habrá de estarse a lo establecido en la presente Ordenanza.

2.-Toda actuación que afecte a elementos catalogados o áreas declaradas de interés histórico, artístico, paisajístico y natural, deberá poner especial énfasis en su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido.

En los monumentos y jardines históricos queda prohibida la instalación de publicidad que impida o menoscabe la apreciación del bien dentro de su entorno.

Se prohíbe también toda publicidad que pueda alterar el volumen, la tipología, la morfología o el cromatismo de los inmuebles a los que hace referencia este artículo o que perturbe su contemplación.

## **TÍTULO II.-RÉGIMEN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR**

### **CAPÍTULO PRIMERO: DELIMITACIÓN DE ZONAS**

#### **Artículo 6. Ámbitos.**

A efectos de esta Ordenanza se establecen las siguientes zonas:

**Zona 1.**-Suelo urbano incluido en el ámbito del Casco Histórico delimitado por el Plan Especial del Casco Histórico (PECH) y aquellos edificios que, fuera de dicho ámbito, se hallen incluidos en el Catálogo de Bienes Protegidos.

**Zona 2.**-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 rústico.

### **CAPÍTULO SEGUNDO: MODALIDADES DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

#### **Artículo 7. Régimen general y supuestos singulares.**

Sólo se autorizarán las instalaciones publicitarias expresamente reguladas para cada una de las zonas establecidas.

Para edificios cuyo uso mayoritario sea distinto del de vivienda, será autorizable por el Ayuntamiento la instalación de elementos publicitarios singulares, bien en emplazamientos no previstos en la Ordenanza o bien de características no contempladas en la misma, bajo las siguientes condiciones:

- Que las instalaciones publicitarias se integren en el proyecto arquitectónico del conjunto del inmueble.
- Que su finalidad resulte vinculada al uso previsto en el edificio.
- Que el dimensionamiento de los elementos publicitarios resulte proporcionado al propio uso previsto.



- Que el proyecto justifique expresamente la calidad de su diseño y su adecuada inserción en el paisaje urbano.

- Que no produzcan molestias a los vecinos próximos o a los usuarios de los espacios públicos.

En estos supuestos podrán señalarse en la licencia prescripciones técnicas particulares encaminadas a la mejor inserción en el paisaje urbano.

En todo caso, la vigencia de la licencia que se otorgue quedará condicionada al mantenimiento de las condiciones iniciales y de los demás requisitos específicos exigidos en la propia licencia.

#### **Artículo 8. Emplazamientos.**

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 9. Características.**

1.-Con carácter general las superficies publicitarias, iluminadas o no, deberán integrarse al máximo en el entorno urbanos donde se sitúen, tanto de día como de noche, respetando la composición y configuración de los inmueble, así como su perspectiva desde la vía pública.

2.-Los elementos publicitarios no deberán producir, tanto en los inmuebles del entorno como en la vía pública, deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni inducir a confusión con señales de tráfico.

3.-A efectos de esta Ordenanza las paredes medianeras y los cerramientos laterales se clasifican en provisionales y consolidadas.

4.-Los elementos publicitarios no rígidos tales como lonas decoradas, banderolas y similares sólo serán autorizables con carácter temporal vinculados a la convocatoria y duración de los eventos autorizados.

Se permitirán, con las correspondientes autorizaciones, soportes publicitarios para papel pegado o pintados en los huecos, cegados o no, de los cerramientos de locales comerciales sin actividad situados en planta baja, salvo en los inmuebles situados en la Zona 1, donde se prohíben expresamente.

### **CAPÍTULO TERCERO: DELIMITACIÓN DE ZONAS**

#### **ZONA 1.-CASCO HISTÓRICO E INMUEBLES CATALOGADOS.**

##### **Artículo 10.**

En solares y obras situadas en la Zona 1, 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 ocupando todo el frente a vía pública con una altura máxima de 6 metros.

##### **Artículo 11.**

En edificios en rehabilitación podrá rotularse publicidad en los cerramientos de protección de fachadas, colocados a manera de trampantojos con límite de altura máximo el de la propia fachada pudiendo ocuparse hasta un 50 por 100 de la superficie del trampantojo en cada fachada con motivos publicitarios y el resto con motivos singulares de la composición y configuración del propio edificio o del entorno.

El Ayuntamiento podrá determinar las características de los trampantojos en edificios declarados Bienes de Interés Cultural, en sus entornos y en conjuntos históricos o artísticos de especial relevancia para la ciudad, poniendo especial énfasis en su integración en el ambiente



urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido.

Igualmente serán de aplicación las normas de protección establecidas es el artículo 5 de la presente ordenanza.

#### **Artículo 12.**

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 13.**

En planta baja y entreplanta, original o integrada con posterioridad a la planta baja, de los edificios con uso comercial, talleres artesanales o similar y siempre que la actividad se ajuste a las normas del Plan General de Ordenación Urbana y se disponga de las oportunas licencias, o en su caso, se haya comunicado previamente a este Ayuntamiento el cumplimiento de las previsiones legales establecidas en la normativa vigente, se permitirá la instalación de:

a) Banderolas publicitarias, entendidas como elementos perpendiculares al plano de fachada, salvo en el interior de los soportales y columnas de los mismos. El vuelo autorizado será el establecido en las normas del Plan General con un límite máximo total de 60 cm., En cualquier caso, deberán quedar ancladas por debajo del forjado de techo de la planta baja.

El espesor máximo será de 8 cm. y su altura respecto a la rasante de la calle igual o superior a 2,20 metros.

Se realizarán en colores acordes a los del edificio, pudiendo ser únicamente luminosos el texto (Nombre y uso del local) y logotipo, que ocuparán un máximo del 20% de la superficie del elemento publicitario siendo opaca el resto de dicha superficie.

Excepcionalmente, para locales de farmacia, hospitales o servicios públicos de primera necesidad se podrán autorizar características formales y localización diferente a las referidas, que se aplicarán con carácter general para todos los establecimientos del sector.

No se permitirá más de una banderola por cada fachada del local o establecimiento.

Podrán colocarse hasta un máximo de dos si se superan los 8 m. de frente de fachada o el local dispone de dos fachadas diferentes.

b) Muestras publicitarias, ancladas al paño ciego de fachada del local ocupando una superficie virtual máxima del 10% de aquella. Podrán realizarse en letra corpórea recortada luminosa, retroiluminada o iluminada mediante proyectores, con saliente máximo respecto del plano de fachada de 8 cm. También podrán autorizarse letras luminosas corpóreas sin soporte con un frente máximo de 5 cm. o realizadas en tubo de neón, siempre con ocultación del cableado.

c) Muestras publicitarias incorporadas a la carpintería del local. Se ejecutarán dentro del hueco de fachada, incorporadas al acristalamiento de la carpintería con un saliente máximo de 2 cm. sobre este, sin ocultar la perfilería ni las particiones, y ocupando un porcentaje del 20% de la superficie del hueco, con las mismas condiciones de color e iluminación que las banderolas. Se admiten en esta ubicación rotulaciones con letra luminosa o tubo de neón con las mismas condiciones establecidas en el párrafo anterior.

d) No se considerarán muestras publicitarias las placas de acreditación profesional o mercantil situadas colocadas en el exterior de los accesos a los edificios y cuyas dimensiones máximas sean de 0,30 x 0,30 metros y su espesor no exceda de 2 cm.



En el supuesto de colocarse en número mayor de cuatro, deberán agruparse en un soporte común de dimensiones máximas 0,60 x 0,80 m. realizado en material transparente en el supuesto de edificios catalogados.

e) En los toldos y otros elementos de protección solar, que se situarán a una altura mínima de 2,20 m. sobre la rasante de la calle, podrá figurar el nombre del local comercial y el uso, ocupando como máximo una superficie del 20% del mismo.



#### **Artículo 14.**

En plantas de piso se admiten únicamente rotulaciones incorporadas al acristalamiento de la carpintería sin saliente sobre este, sin ocultar la perfilería y sus particiones, ocupando un porcentaje del 20% de la superficie del hueco y en colores acordes a los del edificio.

#### **Artículo 15.**

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

#### **Artículo 16.**

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 10 por 100 de la superficie total de la medianería o cerramiento, debiendo quedar incorporado en el conjunto sin desequilibrar su composición.

#### **Artículo 17.**

Para casos singulares con características diferentes a las reseñadas en los artículos anteriores o por motivos de interés público, 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 18.**



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 19.**

En solares y terrenos sin uso, así como en la parte no ocupada de solares con uso -siempre que dicha parte no ocupada sea igual o superior al 50% de la superficie total de la parcela-, podrán instalarse soportes publicitarios no luminosos sobre el cerramiento opaco del solar o terreno sin aumentar la altura máxima autorizada por el Plan General de Ordenación Urbana o bien en paralelo y retranqueados sobre aquel, y luminosos fijos que se hallen a una distancia mínima de 8 m. medida perpendicularmente a cualquier edificación residencial.

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.

Se entenderá, en todo caso, que el suelo urbanizable correspondiente a esta zona 2 es aquél que ha adquirido la condición de solar según lo establecido en el artículo 22 de la Ley 5/1999, de 8 de abril, de Urbanismo de Castilla y León, es decir, una vez se hayan ejecutado en el mismo, conforme al planeamiento urbanístico, las obras de urbanización exigibles para adquirir tal condición. De no ser así, se aplicarán por defecto las disposiciones determinadas para este tipo de suelo (urbanizable) correspondientes a la Zona 3.

### **Artículo 20.**

Por cada 100 m de línea de fachada del solar o terreno se permiten 240 m<sup>2</sup> de superficie publicitaria, con una separación entre carteleras de 1,00 m, debiéndose cubrir mediante lamas o celosías los espacios no ocupados por publicidad, de modo que se cree una superficie continua.

Las alturas mínima y máxima de los soportes serán de 2,20 y 6 metros, respectivamente, sobre la rasante de la vía pública y su vuelo máximo sobre la misma de 0,30 metros.

### **Artículo 21.**

En obras de edificación podrán colocarse soportes publicitarios siempre que se ajusten a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno. Se dispondrán sobre estructuras de sustentación que se conformarán a modo de cerramiento con una superficie máxima de 240 m<sup>2</sup> de superficie publicitaria por cada 100 metros lineales de fachada del solar o terreno.

### **Artículo 22.**

En edificios en rehabilitación podrá rotularse publicidad en los cerramientos de protección de fachadas, colocados a manera de trampantojos y teniendo como límite de altura máximo el de la propia fachada, pudiendo ocuparse hasta un 50 por 100 de la superficie del trampantojo en cada fachada con motivos publicitarios y el resto con motivos singulares de la composición y configuración del propio edificio o 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 misma, con una superficie máxima del 50 por 100 de la superficie total de huecos y adaptándose a los mismos.

### **Artículo 23.**

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 24.**

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 de la cara superior del forjado de separación con la planta inmediata superior.

b) Las muestras o elementos publicitarios paralelos al plano de fachada se colocarán incorporadas en los huecos de esta, ocupando un 25% como máximo de la superficie del mismo, debiendo quedar incorporadas en el plano de carpintería respetando las particiones de esta sin ocultarla, con un saliente máximo de 10 cm.

Fuera de esta ubicación solamente podrán colocarse letras corpóreas o paneles de superficie no superior a 1 m<sup>2</sup> con un saliente máximo de 10 cm.

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. En el supuesto de colocarse en número mayor de cuatro, deberán agruparse en un soporte común transparente de dimensiones máximas 0,70 x 1,10 metros.

#### **Artículo 25.**

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 y sin ocultar su perfilería 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 o enfrentados, no superando en ningún caso los 500 lux/m<sup>2</sup> medidos a 1 metro de la superficie del rótulo. Deberán contar las luminosas e iluminadas con la previa autorización, 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 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 26.**

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 27.**

En las medianerías y cerramientos laterales provisionales se autorizará la colocación de soportes publicitarios capaces de admitir papel pegado, vinilo, lona u otro material similar, dejando una altura mínima de 2,20 metros sobre la rasante de 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 0,30 metros.

En las medianerías y cerramientos laterales definitivos, entendiéndose como tales, aquellos que se mantienen con la ordenación propuesta por el Plan General de Ordenación Urbana, 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 50 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 28.**

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 240 m<sup>2</sup> 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., con una separación entre carteleras de 1 m, medido entre sus puntos más próximos, y en todo caso a distancia no inferior a 10 metros de los predios colindantes, debiéndose cubrir mediante lamas o celosías los espacios no ocupados por publicidad, de modo que se cree una superficie continua.

**Artículo 29.**

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 30.**

No se permitirán instalaciones publicitarias en curvas, cambios de rasante, confluencias de vías rápidas 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 23 de esta Ordenanza.

**Artículo 31.**

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 3.

**ZONA 4.-SUELO RÚSTICO.**

**Artículo 32.**

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 33.**

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

**Artículo 34.**

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 16 x 6 metros, excepto los monopostes, cuya altura máxima será de 20 metros, no pudiendo ser su superficie superior a 12 x 5 metros.

**CAPÍTULO CUARTO: RÉGIMEN JURÍDICO. OBJETO Y CLASES DE LICENCIAS Y AUTORIZACIONES**

**Artículo 35. Objeto.**

1.-La realización de cualquier clase de instalación, actividad o actuación de publicidad exterior, aunque no esté contemplada expresamente en esta Ordenanza, queda sometida a la previa obtención de licencia urbanística o de cualquier otro título habilitante necesario, así como a la presentación de comunicación previa relativa al cumplimiento de las previsiones legales establecidas en la normativa vigente cuando sea procedente; sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean pertinentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable.

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

**Artículo 36. Licencias urbanísticas.**

1.-La actividad publicitaria queda sujeta a la obtención de licencia urbanística cuando se desarrolle mediante la instalación de cualquier tipo de soporte, ya sea con carácter temporal o con carácter permanente, así como cuando requiera por sus características constructivas o de seguridad la redacción de un proyecto técnico, con excepción de lo previsto en el artículo siguiente.

2.-Su tramitación se realizará de acuerdo con lo dispuesto en esta Ordenanza, en la Ley 5/1999, de 8 de abril, de Urbanismo de Castilla y León y en el Decreto 22/2004 de 29 de enero, Reglamento de Urbanismo de Castilla y León, y en la normativa municipal reguladora de la tramitación de las licencias urbanísticas.

**Artículo 37.-Comunicaciones previas.**

1.-Quedan excluidas de obtener licencia urbanística las instalaciones publicitarias vinculadas al ejercicio de actividades económicas recogidas en el anexo del Decreto-Ley19/2012, de 25 de mayo, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios, desarrolladas en establecimientos permanentes cuya superficie útil de exposición y venta al



público sea igual o inferior a 300 m<sup>2</sup>, siempre que no tengan impacto en el patrimonio histórico-artístico ni en el uso privativo y ocupación de bienes de dominio público y supongan la realización de obras de acondicionamiento de local que no requieran de la redacción de proyecto de obra de conformidad con la Ley 38/1999, de Ordenación de la Edificación.

2.-En el supuesto previsto en el apartado anterior deberá presentarse comunicación previa relativas al cumplimiento de las previsiones legales establecidas en la normativa vigente.

#### **Artículo 38.-Autorizaciones y concesiones demaniales.**

1.-Las instalaciones publicitarias en dominio público estarán sujetas al otorgamiento de concesión o autorización demanial. Igualmente necesitarán autorización administrativa las instalaciones publicitarias que utilicen espacios privados de uso público. En todo caso estos supuestos se regirán, sin perjuicio de lo dispuesto en la presente Ordenanza, por las condiciones establecidas en aquellas, de conformidad 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 y el Decreto de 17 de junio de 1955 por el que se aprueba el Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.

2.-Para su realización las instalaciones publicitarias deberán cumplir las condiciones técnicas exigidas en esta Ordenanza o en cualquier otra norma sectorial que sea de aplicación.

#### **Artículo 39. Autorizaciones especiales.**

1.-Podrán autorizarse instalaciones publicitarias puntuales en báculos, banderolas, columnas de alumbrado público u otros soportes de titularidad municipal, en el caso de patrocinios de actividades culturales, deportivas u otras de singular importancia, acordados por el Ayuntamiento de Valladolid, sus Organismos Autónomos, Entes y Empresas Municipales con otras Administraciones Públicas o con entidades o empresas privadas. En ese supuesto será preciso informe previo justificativo del servicio o unidad que haya tramitado el patrocinio, en el que se establezcan las condiciones de la explotación publicitaria en dominio público municipal con carácter temporal.

2.-Con ocasión de acontecimientos relevantes de carácter cultural, deportivo, social y otros de singular importancia se podrán realizar proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios de titularidad pública. Las proyecciones deberán contar con autorización municipal previa y en ella se establecerá el plazo máximo de duración y demás condiciones.

### **CAPÍTULO QUINTO: PROCEDIMIENTO**

#### **Artículo 40.**

La solicitud de licencia o autorización para la instalación de publicidad exterior, así como la comunicación previa deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente y se tramitará conforme al régimen general, sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que por razón de su contenido específico se establezcan en la presente Ordenanza o en cualquier otra normativa sectorial aplicable.

#### **Artículo 41.**

Con carácter general se acompañarán a la solicitud 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) Plano parcelario oficial a escala 1/2.000 marcando claramente los límites del lugar donde se pretenda realizar la instalación.



c) 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.

d) 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) En el supuesto previsto en el artículo 24, relativo a la instalación de soportes publicitarios sobre el cerramiento de solares o terrenos y en caso de no estar ejecutado o presentar deficiencias dicho cerramiento, proyecto técnico correspondiente al mismo.

e) Estudio de Seguridad, cuando sea necesario por las características de la instalación.

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 Urbana, la solicitud 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 d) anterior.

#### **Artículo 42.-Seguro de Responsabilidad Civil.**

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

Cuando la actuación publicitaria requiera la obtención de otras autorizaciones distintas también deberá aportarse justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra los posibles daños a personas o cosas durante el plazo de realización de la acción publicitaria de que se trate.

#### **Artículo 43. Exacciones.**

Las actividades reguladas en la presente Ordenanza estarán sujetas al pago de las exacciones previstas en las ordenanzas reguladoras de los tributos municipales.

#### **Artículo 44. Vigencia.**

1.-Las licencias de instalaciones publicitarias referidas o vinculadas a una actividad autorizada y ubicada en el inmueble donde se ejerza tendrán vigencia mientras se desarrolle dicha actividad y quedarán sometidas al cumplimiento continuo de los requisitos establecidos en las mismas. En caso de modificaciones en la actividad que supongan la alteración del nombre, marca comercial, logotipo o cualquier otro elemento de identificación de la actividad o establecimiento deberá solicitarse nuevamente la licencia, o en su caso, presentarse la correspondiente comunicación previa.

2.-Las condiciones y pliegos de contratación de autorizaciones y concesiones demaniales determinarán la vigencia de las mismas.

3.-La vigencia de la licencia para la instalación de soportes publicitarios en obras queda condicionada a la duración de éstas.

4.-El plazo de duración de las instalaciones publicitarias temporales, incluidas las proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios públicos, estará en función de la actividad o acontecimiento autorizado que promocionen.

#### **Artículo 45. Modificación y extinción.**

1.-Cualquier modificación de las condiciones de las instalaciones de publicidad exterior precisará de la oportuna licencia, o de nueva comunicación previa para el caso de las instalaciones publicitarias referidas o vinculadas a una actividad económica de las referidas en el artículo 38.1, aportando la documentación mencionada en el Capítulo Quinto del Título II.



2.-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 finalización de la vigencia de la licencia o 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.

**Artículo 46. Transmisión de licencias y autorizaciones.**

1.-Si se pretendiera modificar la titularidad de la instalación publicitaria será necesario presentar ante el Ayuntamiento comunicación previa del cambio de titularidad pretendido.

2.-Serán transmisibles las concesiones y autorizaciones otorgadas para la ocupación o utilización del dominio público local en los términos de la legislación patrimonial de aplicación.

**CAPÍTULO VI. DEBER DE CONSERVACIÓN**

**Artículo 47.-Identificación de la instalación.**

1.-Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias que utilicen soportes o estructuras fijas tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, nombre y razón social de la empresa de publicidad titular de la licencia, su número de registro general y municipal y el número y fecha de otorgamiento de la licencia o autorización.

2.-A tal efecto no se podrán colocar elementos corpóreos sobre los soportes ni utilizar otras superficies para identificar los soportes.

3.-Se excluyen de esta obligación los propietarios, titulares de las licencias y de las instalaciones publicitarias así como los de las comunicaciones previas vinculadas al ejercicio de una actividad autorizada o comunicada ubicada en el inmueble donde se ejerza.

**Artículo 48. Deber de conservación.**

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

**Artículo 49. Orden de ejecución.**

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

A estos efectos, se concederá al propietario o titular de las instalaciones publicitarias un plazo en función de la complejidad de las obras o actuaciones a llevar a cabo.

2.-El incumplimiento de las órdenes de ejecución habilitará al órgano municipal competente para adoptar los procedimientos de ejecución forzosa previstos en los artículos 95, 96 y 99 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, reformada por la Ley 4/1999, de 13 de enero.

a) Las multas coercitivas pueden imponerse hasta lograr la ejecución de lo dispuesto en las órdenes hasta un máximo de diez sucesivas, con periodicidad mínima mensual, por un importe máximo equivalente, para cada multa, al diez por ciento del valor de las obras ordenadas, sin que el importe acumulado de las multas rebase el límite del deber legal de conservación de conformidad con el artículo 104. de la Ley 5/1999, de 8 de abril, de Urbanismo de Castilla y León. La cuantía y periodicidad de las multas que específicamente puedan imponerse por el incumplimiento del deber de conservación de las instalaciones publicitarias ubicadas en espacios de dominio público que hayan sido objeto de licitación se determinarán de conformidad con lo que establezcan los correspondientes pliegos de condiciones.



b) La ejecución subsidiaria de las actuaciones ordenadas, se realizará a costa del obligado, conforme el artículo 98.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre y encuentra su límite en el deber legal de conservación.

3.-Las multas coercitivas impuestas son independientes de las sanciones que se impongan por la comisión de infracciones derivadas del incumplimiento de las órdenes de ejecución, y compatibles con las mismas.

**Artículo 50.-Régimen de actuaciones inmediatas.**

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

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

Todas las actuaciones que se acuerden serán a cargo del titular de la licencia o autorización, de la empresa publicitaria, de la entidad o persona cuyo servicio o producto se anuncie.

**CAPÍTULO SÉPTIMO: BASE DE DATOS PUBLICITARIOS**

**Artículo 51.-**Con carácter informativo y a los efectos de control previstos en la presente Ordenanza, se constituirá en el servicio municipal competente un registro informatizado que será público en el que constarán las instalaciones de publicidad exterior visibles desde la vía pública existentes en el Término Municipal de Valladolid.

No serán inscribibles las instalaciones publicitarias temporales, ni las que se sitúen en obras en curso de ejecución para indicar la clase de obra, sus promotores, constructores, directores de obra, características de la misma, ni tampoco las instalaciones de publicidad vinculadas al ejercicio de una actividad autorizada ubicada en el inmueble donde se ejerza.

**Artículo 52.-**En el registro municipal de instalaciones publicitarias constarán los siguientes datos:

- a) Número de orden otorgado, determinado por la fecha de inscripción en el registro de publicidad.
- b) Razón social o nombre y apellidos del titular y C.I.F. del mismo, acreditado mediante escritura de constitución o certificado del Registro Mercantil o cualquier otro medio válido en derecho.
- c) Nombre del representante legal o apoderado y N.I.F. de éste, debidamente acreditado.
- d) Domicilio de la empresa publicitaria, su dirección y teléfono.
- e) Beneficiario de la publicidad: nombre y apellidos o razón social y su domicilio.
- f) Fecha de otorgamiento y plazo de vigencia de cada licencia o autorización de instalación publicitaria, o en su caso, fecha de la comunicación previa de la instalación publicitaria vinculada al ejercicio de actividad económica o comercial.
- d) Emplazamiento de la publicidad.
- e) Un apartado de Observaciones, en el que se consignarán las incidencias e infracciones contra la Ordenanza de Publicidad si se produjeran.

**CAPÍTULO VII: RÉGIMEN DISCIPLINARIO Y SANCIONADOR**

**Artículo 53. Servicios de inspección.**

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

**Artículo 54.-Protección de la legalidad.**



1.-Cuando la instalación de soportes, sujetos a intervención municipal, se realizase sin licencia urbanística, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, se adoptarán las medidas contempladas en el Capítulo III del Título IV de la Ley 5/1999, de 8 de abril, de Urbanismo de Castilla y León y del Decreto 22/2004 de 29 de enero, Reglamento de Urbanismo de Castilla y León, sin perjuicio de las acciones que pueda ejercer el municipio en defensa de sus bienes.

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

3.-La instalación publicitaria vinculada al ejercicio de actividad económica realizada sin haber presentado comunicación previa relativa al cumplimiento de las previsiones legales establecidas en la normativa vigente o incumpliendo las mismas supondrá la adopción de las medidas que esta disponga.

#### **Artículo 55. Restablecimiento de la legalidad.**

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

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

Cuando el desmontaje de las instalaciones publicitarias venga impuesta por la aplicación de la normativa vigente, la orden de retirada deberá ser cumplida por su titular en el plazo de diez días, sin perjuicio de que pueda solicitarse otro mayor cuando se aprecie considerable dificultad técnica en su ejecución y no se perjudiquen derechos de terceros.

Tanto la petición de su titular como la decisión sobre la ampliación deberán producirse, en todo caso, antes del vencimiento del plazo de que se trate. En ningún caso podrá ser objeto de ampliación un plazo ya vencido.

Transcurrido el plazo concedido al efecto sin que el responsable lleve a cabo la actuación requerida, el órgano municipal competente procederá a la ejecución subsidiaria del desmontaje de la instalación publicitaria, siendo a cargo del interesado los gastos de retirada, transporte, depósito y de cuantas medidas sean adoptadas para reponer los bienes a su estado originario.

#### **Artículo 56.- Régimen jurídico aplicable a las infracciones.**

1.-Se consideran infracciones, las acciones u omisiones que contravengan lo dispuesto en la presente Ordenanza, así como las que estén tipificadas y sancionadas en la Normativa Urbanística, en la del Patrimonio de las Administraciones Públicas y en la legislación sectorial correspondiente.

2.-Los actos u omisiones relacionados con la actividad publicitaria que tengan la consideración de infracciones urbanísticas quedarán sometidos a las determinaciones del Capítulo III del Título IV de la Ley 5/1999, de 8 de abril, de Urbanismo de Castilla y León y del Decreto 22/2004 de 29 de enero, Reglamento de Urbanismo de Castilla y León.

3.-Cuando la actividad publicitaria utilice el dominio público municipal sin la previa adjudicación o autorización administrativa, sin ajustarse a su contenido o para fines distintos de los que las motivaron, se aplicará el régimen sancionador previsto en el Título IX de la ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas.



Cuando la actividad realizada afecte al dominio público especial será de aplicación el régimen sancionador contemplado en la normativa sectorial, atendiendo al principio de coordinación en el ejercicio de las competencias sancionadoras concurrentes de las distintas Administraciones Públicas.

#### **Artículo 57.**

A los efectos de lo establecido en el artículo anterior tendrá la consideración de acto independiente sancionable cada acción u omisión separada en el tiempo o en el espacio que resulte contraria a lo dispuesto en la Ordenanza o en la normativa de aplicación, siendo imputables las infracciones a las personas físicas o jurídicas que resulten responsables de las mismas.

#### **Artículo 58.-Clasificación de las infracciones.**

1.-Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa reguladora del Patrimonio de las Administraciones Públicas se clasifican de conformidad con lo previsto en la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas, y en cuantas leyes sectoriales especiales sean de aplicación.

2.-La clasificación de las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa urbanística se encuentra regulada en la Ley 5/1999, de 8 de abril, de Urbanismo de Castilla y León, y el Decreto 22/2004 de 29 de enero, Reglamento de Urbanismo de Castilla y León.

3.-Será de aplicación cualquier otra clasificación de las infracciones que pueda venir impuesta por el incumplimiento de la legislación sectorial vigente.

#### **Artículo 59.-Sujetos responsables.**

Serán sujetos responsables de las infracciones, las personas físicas o jurídicas promotoras de las actuaciones publicitadas que realicen las acciones u omisiones tipificadas en la presente Ordenanza y cuantos aparezcan como tales en la normativa de aplicación.

#### **Artículo 60.-Sanciones.**

1.-Las infracciones derivadas del incumplimiento de la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas, se sancionarán de conformidad con las siguientes multas:

- a) Las infracciones muy graves serán sancionadas con multa de **hasta 10 millones de euros**.
- b) Las infracciones graves con multa de **hasta un millón de euros**.
- c) Las infracciones leves con multa de **hasta cien mil euros**.

2.-Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa urbanística se sancionarán, en aplicación del artículo 117 de la Ley 5/1999, de 8 de abril, de Urbanismo de Castilla y León, con las siguientes multas:

- a) Las muy graves: **de 300.001 euros a 3.000.000 euros**.
- b) Las graves: **de 10.001 euros a 300.000 euros**.
- c) Las leves, con multa **de 1.000 euros a 10.000 euros**.

3.-Si fuese de aplicación legislación sectorial más específica se estará a lo dispuesto en esta respecto al régimen de sanciones imponibles.

#### **Artículo 61.-Graduación de las sanciones.**

Para la graduación de la cuantía de las sanciones se atenderá a las siguientes circunstancias agravantes o atenuantes, sin perjuicio de las que se establezcan en la legislación aplicable :

- a) La reiteración de infracciones, entendida como la comisión en el término de un año de al menos otra infracción de la misma naturaleza declarada por resolución firme.
- b) El incumplimiento de los requerimientos municipales.
- c) La intencionalidad del infractor.
- d) La intensidad de la perturbación ocasionada en la utilización de los servicios y espacios públicos y sus elementos.





- e) La localización según la zonificación establecida en el artículo 8.
- f) El posible beneficio económico del infractor.
- g) La reparación del daño causado antes del inicio del procedimiento sancionador o la dificultad para reponer los bienes afectados al estado anterior a la comisión de la infracción.

**Artículo 62.-Prescripción de las infracciones y sanciones.**

Las infracciones y sanciones prescribirán en aplicación de la normativa aplicable de acuerdo con su naturaleza jurídica según lo establecido en el artículo 62 de esta Ordenanza.

**Artículo 63.-Procedimiento sancionador.**

Los procedimientos administrativos sancionadores se tramitarán de conformidad con lo establecido en la legislación general sobre el ejercicio de la potestad sancionadora.

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA: RÉGIMEN Y ADECUACIÓN DE LAS LICENCIAS.**

1.-Las instalaciones publicitarias que, a la entrada en vigor de esta Ordenanza, cuenten con licencia municipal podrán mantenerse, si se ajustan a las condiciones conforme a las cuales les fue concedida, hasta la finalización de su plazo de vigencia.

En caso contrario, dispondrán de un plazo de veinticuatro meses para adaptarse a los preceptos de la misma, si antes no se extingue la licencia que posean.

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

2.-En todo caso, si se solicitase durante dicho periodo cualquier modificación en la licencia o autorización, incluido el cambio de titularidad, será preceptiva la adaptación de la instalación a las determinaciones de esta Ordenanza.

**DISPOSICIÓN DEROGATORIA.**

Queda derogada la Ordenanza de Publicidad Exterior, aprobada definitivamente por acuerdo del Pleno del Ayuntamiento de Valladolid de fecha 10 de diciembre de 1997, y cuantas normas de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en la presente Ordenanza.

**DISPOSICIÓN FINAL.**

Esta Ordenanza entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Provincia.