

Sección I. Disposiciones generales

AYUNTAMIENTO DE EIVISSA

9253

Aprobació definitiva de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior

Aprobada definitivamente por el Excmo. Ayuntamiento Pleno en sesión ordinaria celebrada el día dos de agosto de dos mil dieciséis, la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, se publica el texto íntegro de la mencionada ordenanza, a los efectos previstos en los artículos 70.2 de la Ley 7/1985, 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 les Illes Balears:

“ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

TITULO PRELIMINAR: EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

TÍTULO I. DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL.

- Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.
- Artículo 2. Concepto y definiciones.
- Artículo 3. Marco legal, atribuciones y competencias municipales.
- Artículo 4. Principios generales.
- Artículo 5. Exclusiones.
- Artículo 6. Prohibiciones.
- Artículo 7. Instalaciones publicitarias luminosas.

TÍTULO II. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD.

- Artículo 8. Autorización Administrativa.
- Artículo 9. Procedimiento para la obtención de la autorización administrativa.
- Artículo 10. Promotores.
- Artículo 11. Seguro de responsabilidad civil.

TÍTULO III. DE LOS DIFERENTES TIPOS DE PUBLICIDAD.

Capítulo I. Publicidad estática.

Artículo 12. Tipo.

Sección Primera. Vallas publicitarias.

- Artículo 13. Concepto.
- Artículo 14. Requisitos.

Sección Segunda. Carteles y adhesivos.

- Artículo 15. Concepto.
- Artículo 16. Prohibición.

Sección Tercera.- Objetos y figuras.

- Artículo 17. Concepto.
- Artículo 18. Requisitos.

Sección Cuarta.- Banderas y pancartas.

- Artículo 19. Concepto.
- Artículo 20. Requisitos.
- Artículo 21. Ubicación.





Sección Quinta. Placas y escudos.

- Artículo 22. Concepto.
- Artículo 23. Requisitos.

Sección Sexta. Letreros.

- Artículo 24. Concepto.
- Artículo 25. Requisitos.
- Artículo 26. Prohibición.

Sección Séptima. Banderolas publicitarias.

- Artículo 27. Concepto.
- Artículo 28. Requisitos.

Sección Octava. Mobiliario urbano.

- Artículo 29. Concepto.
- Artículo 30. Requisitos.

Capítulo II. Publicidad aérea.

- Artículo 31. Concepto.
- Artículo 32. Prohibición.

Capítulo III. Sistemas audiovisuales.

- Artículo 33. Concepto.
- Artículo 34. Prohibición.

Capítulo IV. Publicidad dinámica.

- Artículo 35. Concepto.

Sección Primera. Publicidad manual.

- Artículo 36. Concepto.
- Artículo 37. Prohibición.

Sección Segunda. Publicidad oral.

- Artículo 38. Concepto.
- Artículo 39. Prohibición.

Sección Tercera. Pasacalles publicitarios.

- Artículo 40. Concepto.
- Artículo 41. Requisitos.
- Artículo 42. Prohibición.

Sección Cuarta. Publicidad mediante el uso de vehículos.

- Artículo 43. Concepto.
- Artículo 44. Prohibición.

Capítulo V. Publicidad exterior que interactúa con el usuario.

- Artículo 45. Concepto.
- Artículo 46. Prohibición.

TÍTULO IV. INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA.

<http://www.caib.es/eboibfront/pdf/es/2016/102/958070>





Capítulo I. Medidas cautelares.

Artículo 47. Alcance y contenido.

Capítulo II. Régimen sancionador.

Artículo 48. Responsabilidad.

Artículo 49. Circunstancias modificativas de la responsabilidad.

Artículo 50. Prescripción.

Artículo 51. Clasificación.

Artículo 52. Tipos de faltas.

Artículo 53. Sanciones.

Artículo 54. Órgano competente para imponer las sanciones.

Artículo 55. Procedimiento de apremio.

Artículo 56. Régimen jurídico aplicable al procedimiento sancionador.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA PRIMERA.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA SEGUNDA.

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA.

TITULO PRELIMINAR: EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

I La redacción de la presente Ordenanza responde a la necesidad de establecer unos criterios mínimos de control y fiscalización de la actividad publicitaria que se desarrolle en el ámbito del municipio de Eivissa.

Las exigencias, requisitos, condiciones y limitaciones, que imperan en el articulado de la presente ordenanza se constituyen con absoluto respeto a lo previsto en la Directiva 2006/123/CE, de 12 de Diciembre, sobre libre prestación de servicios, y en el ámbito interno, en concreto, a lo señalado en la Ley Estatal 17/2009, de 23 de noviembre, sobre libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, y en términos generales, a la restante legislación estatal y autonómica aplicable, así como a los principios inspiradores del derecho administrativo, como son el de buena fe, el de seguridad jurídica, el de proporcionalidad que ha de presidir en toda la actuación administrativa, así como el de eficacia, no discriminación y objetividad, sin olvidar el cumplimiento de los criterios a los que se debe ajustar la actuación de las Administraciones Públicas como son la eficiencia, transparencia y el servicio a la ciudadanía.

II La publicidad exterior constituye una importante actividad económica que además incide considerablemente en el paisaje urbano de nuestro municipio y por tanto ha de ser regulada.

Siendo esto así, es por lo que surge el presente texto normativo con el objetivo de regular y facilitar el ejercicio de la actividad de publicidad exterior dentro del término municipal de Eivissa, compatibilizándola 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, estableciendo aquellas limitaciones que no contravengan el espíritu y la voluntad plasmada en los cuerpos normativos citados con anterioridad, ajustando la normativa de aplicación a la realidad que concurre en el municipio.

TÍTULO I: DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL.

Artículo 1.- Objeto y ámbito de aplicación.

Esta ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a que se tendrá que sujetar la publicidad exterior instalada o efectuada en el dominio público municipal o perceptible desde éste con cualquier sistema, así como sus aspectos sustantivos y procedimentales, con la finalidad primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen del municipio, tomando en consideración los objetivos de prevención y corrección de la contaminación lumínica y visual, de fomento de la utilización de fuentes de energía renovable y la reducción de la intrusión lumínica en el entorno doméstico.

A efectos tributarios, la publicidad regulada en la presente Ordenanza se ajustará a lo que dispongan las Ordenanzas fiscales

correspondientes.

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

Artículo 2. Concepto y definiciones.

A efectos de esta Ordenanza se entiende por:

- Publicidad: de conformidad con el artículo 2.1 de la ley General de Publicidad, es toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con la finalidad de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.
- Publicidad exterior: la que es visible desde las vías y espacios públicos siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común.
- Publicidad estática: tiene esta consideración la que se lleva a cabo mediante instalaciones fijas, ya sea mediante mensajes fijos o por medio de pantallas que emitan proyecciones fijas o animadas.
- Publicidad dinámica: tiene esta consideración la que se basa en el contacto directo entre los agentes publicitarios con los posibles usuarios, ya sea a través de publicidad manual, reparto domiciliario, publicidad mediante el uso de vehículos, pasacalles, telemática, oral, etc.

Artículo 3. Marco legal, atribuciones y competencias municipales.

El régimen jurídico aplicable se regirá por las condiciones que establecen la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local; la Ley 20/2006, de 15 de diciembre, municipal y de régimen local de las Islas Baleares; Ley 34/1988 de 11 de noviembre general de publicidad; Ley 7/2013, de 26 de noviembre, de régimen jurídico de instalación, acceso y ejercicio de actividades de las Islas Baleares; Ley 5/1997, de 8 de julio, por la cual se regula la publicidad dinámica en las Islas Baleares; y resto de normativa que resulte de aplicación.

Artículo 4. Principios generales.

En el ejercicio de la actividad de publicidad se han de respetar los principios que en materia de publicidad general limiten el libre ejercicio y, en particular, los siguientes:

1. El respeto a la dignidad de la persona, impidiendo la vulneración de los valores y derechos reconocidos en la Constitución; y, especialmente, los relativos a la infancia, la juventud y la mujer, debiendo de abstenerse de realizar cualquier actividad publicitaria que se ejerza con utilización del cuerpo humano como objeto sexual.
2. Se deberá evitar la promoción del consumo de determinadas sustancias adictivas, y prestar especial atención a la protección del menor en lo referente a la publicidad de bebidas alcohólicas.

Se ha de cumplir lo que disponga la normativa específica que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades y servicios.

Artículo 5. Exclusiones.

Se encuentran excluidos del ámbito de aplicación de la presente Ordenanza:

1. Placas de pequeñas dimensiones, anuncios, letreros o rótulos para difundir la información de la existencia de una actividad o su denominación comercial en el mismo edificio donde ésta se lleva a cabo, que se regularán en su Ordenanza correspondiente.
2. Los anuncios colocados en el interior de puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales que se limiten a indicar los horarios de atención al público, precios, motivos de cierre temporal, traslado, liquidaciones, rebajas, etc. Así mismo, se exceptúa el nombre de los establecimientos colocado en los vidrios de éstos.
3. Los que se limiten a indicar las situaciones de venta o alquiler de un inmueble, colocados en estos o en solar propio.
4. Publicidad electoral, en aquellos aspectos regulados en la legislación electoral.
5. Los paneles informativos que se instalen en las obras en curso de ejecución.
6. La publicidad insertada en elementos ubicados en dominio público de uso y/o servicio público, que ha de estar sujeta a la correspondiente contratación administrativa.
7. Las instalaciones de carácter efímero (pancartas, colgantes...), que se promuevan por entidades públicas, culturales, deportivas o vecinales siempre que no tengan una finalidad lucrativa, sin perjuicio de observar las medidas de seguridad pertinentes, las cuales se





regularán por la autorización administrativa correspondiente.

8. Placas o escudos indicativos de dependencias públicas, tales como: sedes de representaciones oficiales extranjeras, hospitales, clínicas, dispensarios.

9. Las banderas representativas de países, estados, instituciones oficiales, organismos públicos internacionales, nacionales, autonómicos y municipales, partidos políticos, asociaciones, colegios profesionales, centros culturales y religiosos, clubes recreativos y similares, sin mensaje publicitario.

10. Mensajes y comunicados de las Administraciones Públicas en materia de interés general, en materia de seguridad pública o emergencias, incluso cuando su distribución o comunicación a los ciudadanos en general, o a las personas interesadas en particular, se realice a través de agentes publicitarios independientes de éstas.

11. Aquellas comunicaciones que vayan dirigidas única y exclusivamente a la materialización del ejercicio de algunos derechos fundamentales y libertades públicas incluidas en la Constitución que, en su caso, se regirán por su normativa específica.

12. Reparto de prensa gratuita, la cual se regirá por su normativa específica.

Artículo 6. Prohibiciones.

1. Se prohíbe, expresamente, cualquier actividad publicitaria que:

- a) Se realice sobre terrenos no calificados como urbanos.
- b) Incurra en engaño, deslealtad o la consistente en la emisión de mensajes subliminales.
- c) Promueva el consumo de sustancias adictivas, especialmente las referentes a bebidas alcohólicas.
- d) Cualquier publicidad que haga uso de mensajes que vulneren los valores y derechos reconocidos en la Constitución y, especialmente, los relativos a la infancia, la juventud y la mujer, y en general a los que vulneren los principios contenidos en el artículo 4 de esta Ordenanza.
- e) Toda actividad publicitaria que se ejerza con utilización del cuerpo humano como objeto sexual, incluidas instalaciones publicitarias con apoyo o vuelo sobre el espacio público de los circuitos existentes o que se diseñen en la vía pública y objeto de concesión administrativa, las instalaciones sobre elementos de mobiliario urbano utilizadas tradicionalmente para soportar mensajes.
- f) Se efectúe sobre o desde los monumentos históricos así como en el entorno de los bienes objeto de la declaración como Patrimonio Mundial.
- g) Se realice sobre o desde los templos, cementerios, estatuas, monumentos, fuentes, edificios, arbolado, plantas, jardines públicos, farolas, semáforos, bancos y el resto de mobiliario urbano y ornamental situado en dominio público y análogos, salvo lo que establezca esta ordenanza para los casos de concesiones; exceptuando la publicidad referida a la actividad religiosa o al propio culto en los templos.
- h) Se realice en los lugares donde pueda perjudicarse o comprometer el tránsito rodado o la seguridad del peatón como curvas, cruces, rotondas, cambios de rasante, cualquier tramo de carretera, calles, plazas, calzadas, pasos para peatones y en sus accesos, entre otros.
- i) Se lleve a cabo en aquellas áreas o sectores que puedan impedir, dificultar o perturbar la contemplación de los edificios o conjuntos enumerados en los apartados i) y d) anteriores.
- j) Se desarrolle en las playas y en bienes de dominio público marítimo terrestre así como en las realizadas en puertos o puertos deportivos mediante el sistema de publicidad dinámica.
- k) Se efectúe en las medianeras de los edificios.
- l) Por su forma, color, diseño o inscripciones pueda ser confundido con las señales reglamentarias de tráfico, impida la visibilidad o produzca deslumbramiento a los conductores de vehículos y a los peatones, o en los lugares donde pueda perjudicar u obstaculizar el tráfico rodado o la seguridad del peatón.
- m) Se realice en forma de pintadas o pictogramas en cualquier elemento de la vía pública.
- n) Se constituya por materias combustibles a menos de treinta (30) metros de zonas forestales o de abundante vegetación.
- o) Se efectúe sobre inmuebles donde se incoe expediente de declaración de ruina o se declare la misma.
- p) Se lleve a cabo en edificios y entornos de protección incluidos en los catálogos de protección del patrimonio, salvo la cubrición de las obras en curso de ejecución en las condiciones que se determinan en esta Ordenanza.
- q) En aquellas zonas o espacios en los cuales las disposiciones especiales vigentes lo prohíban expresamente.
- r) No se corresponda con el ornato del lugar donde se ubique, afecte a la tranquilidad y seguridad de los vecinos o dificulte o impida la contemplación de espacios públicos, edificios, elementos o conjuntos monumentales, zonas ajardinadas, perspectivas urbanas o paisajísticas, típicas o tradicionales.

2. Asimismo se prohíbe:

- a) El lanzamiento de cualquier forma de comunicación gráfica en la vía pública así como amontonarla o depositarla en diferentes puntos de la vía pública y la colocación de material publicitario en los parabrisas o en otros elementos de los vehículos, con excepción de lo que preceptúa el artículo 5.10 de la presente ordenanza.
- b) Las proyecciones publicitarias fijas o animadas cuando afecten a la seguridad vial o cuando la previsión o comprobación de aglomeraciones de público para su observación dificulte la adecuada circulación viaria o peatonal.





- c) Publicidad aérea. La utilización del espacio aéreo para la colocación o suspensión de aparatos o artilugios, fijos o móviles, con o sin soporte, e incluso, rayos luminosos que contengan mensajes de identificación o de publicidad.
- d) El ejercicio de publicidad que venga acompañado de efectos sonoros en los términos que se expresan en esta Ordenanza.
- e) El ejercicio de publicidad dinámica, manual y oral, en los términos establecidos en la presente Ordenanza.
- f) La publicidad mediante el estacionamiento de vehículos o remolques de cualquier clase y tamaño en las condiciones establecidas en la presente Ordenanza.
- g) La publicidad a base de carteles, octavillas, pegatinas, etiquetas, etc., fijada sobre paramentos de edificios, monumentos, obras públicas, viario público, vehículos, elementos de mobiliario urbano, etc.
- h) Los carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos o denominación comercial de establecimientos.
- i) En aquellos casos que comporte la utilización de animales como instrumento de reclamo o complemento de la actividad publicitaria excepto en los casos determinados a la Ley 1/92, de 8 de abril, de protección de los animales que viven en el entorno humano.
- j) Cuando en su desarrollo pueda producir la formación de grupos de personas que obstaculicen la circulación de peatones o vehículos.
- k) La difusión de mensajes publicitarios a través de cualquier de las formas de publicidad que sólo tengan como objetivo y finalidad incentivar el consumo de bebidas alcohólicas en establecimientos públicos mediante varias fórmulas del tipo 'barra libre', 'free-bar', 'happy hour', '2x1', '3x1' u otros mensajes análogos.

Artículo 7. Instalaciones publicitarias luminosas.

1. Requisitos.

Todas las instalaciones publicitarias perceptibles desde el dominio público se han de adaptar al Reglamento Electrotécnico de Baja Tensión, aprobado por Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto y a las prescripciones recogidas en el Reglamento Eficiencia Energética en Instalaciones de Alumbrado Exterior y sus Instrucciones Técnicas Complementarias EA-01 a EA-07 recogidas en el R.D. 1890/ 2008, y en concreto respecto de este último deberán adecuarse a:

- a) Fuentes de luz utilizadas. Han de utilizarse fuentes de luz con una eficacia luminosa = 40 lum/W.- Se han de utilizar equipos auxiliares de pérdidas mínimas, cumpliendo los valores máximos de equipo -lámpara definidos en la ITC-EA-04.
- b) Niveles de Luminancia máximos.- Los niveles de luminancia máxima de señales y anuncios luminosos cumplirán con la tabla 13 de punto 6 de la ITC-EA-02, teniendo siempre presentes las limitaciones impuestas en función de la zona de instalación, tal y como se recoge en la tabla 3 de la ITC-EA-03.- En cualquier caso el factor de potencia de la instalación luminosa será mayor o igual 0,95.
- c) La iluminación proyectada, sobre cualquier tipo de soporte, deberá tener siempre una orientación descendente con una sola línea de proyectores en la parte superior. La proyección de luz no podrá sobrepasar los límites de la superficie publicitaria y tendrá un efecto de desvanecimiento, sin que pueda proyectarse directamente sobre la superficie a iluminar. Se entiende por luz oblicua cualquier proyección inclinada del haz de luz que pueda incidir en los huecos de ventanas. Se entiende por luz recta aquella cuyo ángulo de incidencia sobre el plano de fachada enfrentado es mayor o igual a 75°.
- d) Se utilizarán preferentemente luminarias no contaminantes y lámparas eficientes de bajo consumo.

2. Régimen de funcionamiento.

- a) Los rótulos o pantallas que cuenten con iluminación y los grandes rótulos luminosos, podrán encenderse desde las 08.00 horas hasta las 22.00 horas, durante los meses de noviembre a abril y durante los meses mayo a octubre, desde las 08.00 horas hasta las 00.00 horas mientras que el establecimiento permanezca abierto al público en función de su actividad y de conformidad con los horarios legalmente establecidos, excepto las cruces de las oficinas de farmacia que podrán permanecer encendidas las 24 horas del día, pero no podrán parpadear desde las 00.00 horas hasta las 8 horas. No obstante, el órgano municipal competente podrá establecer un horario diferente para zonas o emplazamientos concretos.
- b) Cuando se coloquen pantallas en el interior de los escaparates, no podrá existir imagen en movimiento pasadas las 22.00 horas de enero a abril y octubre a diciembre ni pasadas las 00.00 horas entre mayo y septiembre. Se permitirá la imagen en rotación siempre que transcurran un mínimo de 5 segundos entre imagen e imagen.
- c) El resto de soportes publicitarios instalados en edificios, así como en obras, solares, suelo urbanizable y dominio público, que cuenten con iluminación, excepto los soportes rígidos con iluminación digital a que se hace referencia en el epígrafe 7.3, podrán mantenerse encendidos en los siguientes horarios: Desde las 08,00 h hasta las 24 h durante los meses de mayo a octubre y desde las 08,00 h hasta las 22 h durante los meses de noviembre a abril.

3. Soportes con tecnología de iluminación digital. Sistema de diodos emisores de luz u otros similares.

Se les aplicará el siguiente régimen.





- a) Pueden mantener la conexión a su fuente de energía durante las horas diurnas.
- b) La orientación de los diodos de luz siempre será descendente para evitar la contaminación lumínica.
- c) Los mensajes publicitarios transmitidos mediante imágenes no pueden afectar al tráfico rodado en ningún caso, sin excepción.

TÍTULO II. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD.

Artículo 8. Autorización administrativa.

1. El ejercicio de la actividad publicitaria, acción o actuación de publicidad exterior, aunque no esté contemplada expresamente en esta Ordenanza, está sujeta a autorización previa, la cual se otorga de acuerdo con las previsiones y determinaciones de esta Ordenanza y al pago de las tasas fijadas en la ordenanza fiscal que, en su caso, correspondan, con excepción de las situadas en el dominio público municipal sometidas al régimen de concesión que están sujetas a lo que dispongan sus correspondientes pliegos. Las autorizaciones se otorgan sin perjuicio de los demás títulos jurídicos habilitantes que sean procedentes solicitar a otras Administraciones, con arreglo a la legislación sectorial aplicable, los cuáles se han de acreditar ante esta Administración Municipal.

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

3. Las autorizaciones se otorgarán por tiempo determinado, nunca superior a un año y finalizarán el 31 de diciembre del año en curso.

Artículo 9. Procedimiento para la obtención de la autorización administrativa.

1. La autorización se ha de solicitar mediante documento normalizado establecido por esta Administración, a la que deberá adjuntarse la siguiente documentación:

- Copia del DNI del solicitante y nombre, si es persona física o, en caso de persona jurídica, copia del NIF y razón social.
- Título habilitante de la actividad principal que desea promocionar.
- Alta en el IAE.
- Liquidación de la tasa correspondiente.
- Memoria explicativa, en la que se expongan todos los extremos relativos al desarrollo de la actuación que se pretenda, tales como el medio de transmisión del mensaje publicitario, condiciones técnicas y de iluminación, especialmente, las relativas al cumplimiento de los valores máximos de luminancia, dimensiones, determinación de las características del emplazamiento, horarios, determinación de la ocupación de dominio público, y demás características de la actividad publicitaria y de identificación de las actividades y establecimientos, y aportar los permisos o autorizaciones que sean necesarios de acuerdo con la normativa sectorial de aplicación.
- Seguro de responsabilidad civil.

Así como otros documentos necesarios según el tipo de modalidad publicitaria.

2. Una vez presentada la solicitud, y revisados todos los documentos presentados, el personal técnico municipal emitirá un informe relativo a la suficiencia de la documentación presentada y la conformidad del mensaje publicitario con las determinaciones establecidas en la presente Ordenanza, el cual determinará la conveniencia o no de la concesión de la autorización, en cuyo caso, se dictará la resolución que corresponda, que se notificará a la persona interesada.

En caso de informe favorable, se remitirá a los Servicios Económicos para que emitan la liquidación de la tasa correspondiente.

En caso de informe desfavorable se remitirá a la Policía Local o servicios técnicos municipales para verificar que no se realiza ninguna actividad sin la autorización oportuna. En dicho caso, el interesado podrá alegar lo que estime conveniente o recurrir dentro de los plazos expresamente establecidos según la ley de procedimiento en vigor, sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que por razón de su contenido específico se establezcan en la presente Ordenanza o en cualquier otra normativa sectorial que pudiera ser de aplicación.

3. La Alcaldía u órgano en quien delegue es la competente para la concesión de las autorizaciones.

4. Los actos publicitarios promovidos por otras Administraciones o Entidades de Derecho Público estarán sometidos a autorización.

5. Las autorizaciones se otorgarán dejando a salvo el derecho de propiedad y sin perjuicio de terceros.

6. En el supuesto de las autorizaciones contempladas en esta Ordenanza, transcurrido el plazo de tres meses sin haberse dictado resolución expresa, se considerará autorizada. En ningún caso podrán adquirirse por silencio administrativo facultades contrarias a las determinaciones establecidas en esta Ordenanza, en la normativa urbanística, técnica o ambiental que sean de aplicación.

7. En todo lo no previsto en la presente Ordenanza se tendrá que estar a lo establecido en la Ley de procedimiento administrativo de



aplicación.

8. La titularidad de la autorización comportará:

- a) La imputación de las responsabilidades de todo orden que se deriven de los mensajes publicitarios correspondientes.
- b) La obligación de pago de los impuestos, precios públicos y cualquier otra carga fiscal que grabe las instalaciones.
- c) El deber que tiene su titular de conservar y mantener el material publicitario y su sostén en perfectas condiciones de ornato y seguridad.
- d) En la ejecución y montaje del anuncio publicitario se han de adoptar las medidas de precaución necesarias para evitar riesgos a personas y cosas.

Artículo 10. Promotores.

1. Podrán solicitar las autorizaciones las personas físicas o jurídicas que pretendan promover la contratación o difusión de mensajes en los términos previstos en esta Ordenanza.
2. Aquellas personas físicas o jurídicas que de forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria y se encuentren incluidas en la matrícula correspondiente del Impuesto sobre Actividades Económicas.
3. El/la propietario/a del suelo o inmueble dónde está ubicado el mensaje publicitario.
4. También podrán solicitar autorizaciones las agrupaciones, asociaciones sin ánimo de lucro con interés general o colectivos sin personalidad jurídica en los términos previstos en esta Ordenanza.
5. Se faculta a la Alcaldía para determinar las condiciones y gratuidad de la autorización cuando tengan por objeto promover actividades de iniciativa privada que redunden en interés municipal.

Artículo 11. Seguro de responsabilidad civil.

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

TÍTULO III. DE LOS DIFERENTES TIPOS DE PUBLICIDAD.

Capítulo I. Publicidad estática.

Artículo 12. Tipo.

Dentro de la publicidad estática se establecen las siguientes modalidades: vallas publicitarias; pantallas; carteles y pegatinas; objetos y figuras; banderas, pancartas y otros soportes no rígidos; placas y escudos; letreros; y, banderines.

Sección Primera.- Vallas publicitarias.

Artículo 13. Concepto.

Se denomina valla publicitaria o soporte fijo al elemento formado por materiales consistentes y duraderos, de figura regular dotada de marco y destinado a la sucesiva colocación del mencionado material impreso o pegatinas. Tienen un contenido variable en el transcurso del tiempo y se regularán según lo que prevean la normas urbanísticas.

La concesión de la preceptiva autorización administrativa para realizar actividades publicitarias adheridos a las vallas está sujeta a la obtención previa de la preceptiva licencia urbanística.

Artículo 14. Requisitos.

En este sentido se estará a aquello que disponga el PGOU y demás normas urbanísticas vigentes.

Sección Segunda. Carteles y adhesivos.

Artículo 15. Concepto.

1. Se denomina 'cartel' a la actuación publicitaria en la cual el mensaje se materializa mediante cualquier sistema de reproducción gráfica



sobre papel, cartulina, cartón u otras materias de poca consistencia y de corta duración.

2. Se denomina 'pegatina' a la actuación publicitaria definida en el apartado anterior cuando se trate de dimensiones reducidas y sea adherente.

Artículo 16.- Prohibición.

Se prohíbe la fijación de este tipo de publicidad sobre edificios, muros, vallas de cierre o cualquier otro elemento del mobiliario urbano con excepción del mobiliario urbano que, contando con autorización municipal, admita alguna superficie destinada a la instalación de esta modalidad publicitaria y en aquellos lugares indicados y diseñados especialmente para esta finalidad por el Ayuntamiento.

Sección Tercera. Objetos y figuras.

Artículo 17.- Concepto.

Es aquella en la cual el mensaje publicitario se materializa mediante objetos y figuras, con o sin inscripciones.

Artículo 18. Requisitos.

En la documentación que se presente para la obtención de la preceptiva autorización se ha de hacer constar una descripción detallada de los medios a utilizar, así como el tipo de sujeción, y se ha de justificar la solidez. Será responsable de todo daño que se pueda causar como consecuencia de este objeto o figura la persona solicitante de dicha autorización. En su caso, se tendrá en cuenta el establecido en la Ordenanza de Ocupación de Vía Pública y de zonas de Propiedad Privada del Ayuntamiento de Eivissa.

Sección Cuarta. Banderas y pancartas.

Artículo 19. Concepto.

Son aquellos medios publicitarios en que el mensaje se materializa sobre tela, lona, plástico o material de escasa consistencia y duración y se presente de forma habitual, unido por alguno de sus extremos a un pilar o de alguna manera a la fachada.

Artículo 20. Requisitos.

La colocación de banderas y pancartas o similares, sólo podrán instalarse en fachadas de edificios, en caso de que vuele sobre la vía pública hace falta autorización del Ayuntamiento y de la persona titular del bien afectado, teniendo que ajustarse a las siguientes condiciones con objeto de obtener la oportuna autorización:

1. El mensaje publicitario corresponderá a la difusión de actividades que con carácter circunstancial se realicen en el Municipio. Estas autorizaciones se concederán por un periodo no superior a 3 meses.
2. Los elementos tendrán la solidez necesaria y no ocultarán ningún elemento arquitectónico de interés.
3. No podrán perjudicar ningún acceso, ventana o apertura del edificio.

Artículo 21. Ubicación.

Cuando la colocación de banderas, pancartas o similares sobresalga a la vía pública, se pueden colocar únicamente en las plantas piso, ajustándose a las condiciones previstas en el artículo anterior. En todo caso, se ha de garantizar que no pueda perjudicar el arbolado u otro elemento de mobiliario urbano.

Sección Quinta. Placas y escudos.

Artículo 22. Concepto.

Se denomina placa o escudo al letrero de dimensiones reducidas, indicativos de instituciones públicas o privadas, denominación de edificios, así como los que anuncian el carácter histórico o artístico de un edificio o de las actividades culturales o sociales que se realicen.

Artículo 23. Requisitos.

1. La publicidad citada no está sujeta a autorización municipal.
2. Se permitirá la colocación en las plantas bajas y pisos de edificaciones cuando no obstaculicen ningún acceso, alumbrado o ventilación.



Sección Sexta. Letreros.

Artículo 24. Concepto.

Se denomina letrero al mensaje publicitario, con independencia de la forma de expresión, compuesta por materiales duraderos, los cuales pueden ir o no dotados de luz y pueden producir algún relevo. El contenido de este medio publicitario tendrá que indicar la denominación del establecimiento o la razón social del titular y de la actividad que se ejerza.

Artículo 25. Requisitos.

1. En planta baja: Se ha de acudir/se ha de estar a lo establecido en las normas específicas de cada zona así como al PGOU. Así mismo:
 - 1.1. No podrán impedir la visibilidad de ningún elemento arquitectónico del edificio.
 - 1.2. No se limita la medida, en forma horizontal, puesto que cada local puede tener una anchura diferente.
 - 1.3. En ningún caso puede sobresalir de la altura máxima de la planta baja.
2. Plantas piso. Sólo se admitirán letreros en los locales situados en éstas, interpretándose en todas sus condiciones como si fuera planta baja.
3. Los letreros luminosos han que cumplir lo que se establezca en la normativa sobre contaminación lumínica, según lo previsto en el artículo 7 de la presente Ordenanza.
4. En la solicitud de la autorización se tendrá que expresar forma, dimensiones, materiales y contenido de los letreros, la altura mínima sobre la vía y, el tipo de sujeción teniendo que justificar la solidez. A la solicitud se acompañará también, una simulación gráfica del letrero. Será responsable de todo daño que se pueda causar como consecuencia de este letrero la persona solicitante de la autorización.

Artículo 26. Prohibición.

Queda prohibida la colocación de letreros, pantallas y cualquier elemento publicitario sobre las cubiertas de los edificios.

Sección Séptima.- Banderolas publicitarias.

Artículo 27. Concepto.

Son elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre teles, lonas, plásticos o paneles, en ocupación de vuelo.

Artículo 28. Requisitos.

El Ayuntamiento puede conceder en régimen de concesión la colocación de banderolas.

Sección Octava. Mobiliario Urbano.

Artículo 29. Concepto.

Se entiende como tal aquella actividad realizada con o sobre objetos situados en la vía pública, los cuales al mismo tiempo, pueden ofrecer alguna utilidad al ciudadano. Se considera mobiliario urbano los planos-guía, las marquesinas, los relojes o termómetros, bancos, indicadores de calle, vallas de protección para peatones, opis, mupis y cualquier que preste servicios análogos.

Artículo 30. Requisitos.

El Ayuntamiento puede conceder en régimen de concesión la explotación publicitaria de los mencionados elementos. El concesionario de la misma deberá ajustarse a lo establecido en la presente ordenanza sobre el tipo de publicidad que puede incluirse en las mismas, y está obligado a retirar de forma inmediata y a requerimiento del Ayuntamiento cualquier publicidad que contravenga la presente ordenanza, especialmente las prohibiciones contenidas en el artículo 6 de la presente ordenanza, sin derecho a indemnización de ningún tipo.

Capítulo II. Publicidad aérea.

Artículo 31. Concepto.

Se entienden incluidos en este concepto los mensajes publicitarios realizados mediante aparatos o artificios auto-sustentados en el aire, fijos o móviles. Se entienden por fijos cuando se lleve a efecto en globos estáticos o similares. Se entienden por móviles cuando se trate de globos dirigibles o aviones de cualquier tipo.

Artículo 32. Prohibición.

Queda totalmente prohibido cualquier actividad de publicidad aérea, en todo el término municipal.

Capítulo III. Sistemas audiovisuales

Artículo 33. Concepto

Se entiende como tal todo medio publicitario por el cual el mensaje se materializa mediante la proyección sobre una pantalla o por cualquier sistema de imágenes, gráficos, dibujos, películas, diapositivas o análogas, fijos o animados, que incluyan mensajes publicitarios, así como otros efectos de luz o láser diferentes de las proyecciones.

Artículo 34. Prohibición

1. Queda prohibida esta modalidad publicitaria que incluya imagen animada con el acompañamiento de efectos sonoros.
2. Las proyecciones en las murallas de Eivissa se autorizarán de manera excepcional y sólo en el marco de convenios de colaboración entre el Ayuntamiento de Eivissa y entidades patrocinadoras de grandes acontecimientos que tengan lugar en la ciudad.
3. Queda prohibida cualquier forma de publicidad mediante efectos de luz diferentes a las proyecciones y con la utilización de láser.

Capítulo IV. Publicidad dinámica.

Artículo 35. Concepto.

Dentro de la publicidad dinámica se establecen las siguientes modalidades: publicidad manual, publicidad oral, pasacalles publicitarios y, publicidad mediante el uso de vehículos.

Sección Primera. Publicidad manual.

Artículo 36. Concepto.

Se entiende por publicidad manual aquella que difunde sus mensajes mediante el reparto en mano de material impreso, mediante el contacto directo entre los agentes publicitarios y las posibles personas usuarias, con carácter gratuito y utilizando, con este objeto, las zonas, vías y espacios públicos y zonas privadas de concurrencia pública establecidas en esta ordenanza.

Artículo 37. Prohibición.

Queda prohibido en todo el municipio el reparto manual de publicidad. Sin embargo, la Alcaldía puede autorizar este tipo de publicidad en los siguientes supuestos:

1. Cuando tenga por objeto la promoción de actividades deportivas, recreativas, de espectáculos de naturaleza temporal o circunstancial.
2. Cuando se trate de actividades realizadas por grupos políticos, sindicales o representativos de diferentes sectores sociales, de forma temporal o circunstancial y sujetos, en todo caso, a lo que pueda disponer la legislación sectorial, que no afecte al ejercicio de los derechos fundamentales y libertades públicas incluidas en la Sección Primera del Capítulo II de la Constitución.

Sección Segunda. Publicidad oral.

Artículo 38. Concepto.

Se entiende por publicidad dinámica oral aquella que transmite sus mensajes de viva voz mediante el contacto directo entre los agentes publicitarios y los posibles usuarios y con la utilización, para su ejercicio, de las zonas de dominio público.

Artículo 39. Prohibición.

Queda prohibida la publicidad oral en el municipio de Eivissa.



Sección Tercera. Pasacalles publicitarios.

Artículo 40. Concepto.

Se entiende por pasacalle con finalidad publicitaria el conjunto de personas que mediante una representación teatral recorren las calles en un itinerario que sirve para dar a conocer un determinado acontecimiento organizado en un local de ocio.

Artículo 41. Requisitos.

1. A la solicitud de la autorización se ha de acompañar la siguiente documentación:

- Alta del Impuesto de Actividades Económicas.
- Título habilitante de la actividad principal que se desea promocionar.- Identificación de una persona responsable.
- Memoria explicativa técnica y artística de la actividad con expresa mención del horario en el cual se pretende desarrollar, indicando número de participantes, materiales a utilizar, elementos de atrezzo, etc.

Artículo 42. Prohibición.

Este tipo de pasacalles no podrán usar animales de ningún tipo y no podrán estar inspirados ni recrear ninguna situación denigrante, discriminatoria u ofensiva, debiendo abstenerse de realizar cualquier actividad publicitaria que se ejerza con utilización del cuerpo humano como objeto sexual.

Asimismo, se prohíbe la utilización de soporte acústico. No obstante, la Alcaldía por razones de interés social, cultural, deportivo, etc, podrá autorizar con carácter excepcional su uso.

El desarrollo de la actividad podrá realizarse desde las 21,00 horas hasta las 01.00 horas, de mayo a octubre y desde las 20,00 horas hasta las 00,00 horas de noviembre a abril.

Sección Cuarta.- Publicidad mediante el uso de vehículos.

Artículo 43. Concepto.

Se entiende por este tipo de publicidad la realizada mediante el uso de vehículos o conjunto de éstos o mediante el uso de elementos de promoción o publicidad situados en vehículos, tanto estacionados como en marcha y la difusión de mensajes publicitarios a través de los medios audiovisuales instalados en éstos. Queda incluida en este concepto la actividad publicitaria ejercida a través de caravanas, tanto si se trata de actividades principales como complementarias.

Artículo 44. Prohibición.

Queda prohibida la publicidad de este tipo con las siguientes exclusiones:

1. La actividad regulada en esta sección ejercida mediante gráficos, dibujos, emblemas, anagramas u otros similares sobre vehículos de la propia empresa y necesarios para el desarrollo de las actividades propias de ésta y que hagan referencia a la razón social, nombre o actividad de la empresa o marcas comerciales que la exploten y que estén ubicados en los vehículos.
2. La publicidad que aparezca en los vehículos del servicio público de transportes.

Capítulo V. Publicidad exterior que interactúa con el usuario.

Artículo 45. Concepto.

Se entiende este tipo de publicidad, el uso de nuevos soportes electrónicos por parte de la ciudadanía que permiten una interacción entre la empresa de publicidad y el usuario, como por ejemplo, beacons, bluetooth, pantallas interactivas multi-touch.

Artículo 46. Requisitos.

Cada caso se estudiará de manera particular y la autorización estará supeditada a la conclusión del informe técnico previo y en virtud del impacto y repercusión que puedan originar en el entorno.



TÍTULO IV. INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA.

Capítulo I. Medidas cautelares.

Artículo 47. Alcance y contenido.

1. Constituyen medidas cautelares que no tendrán carácter sancionador, las que a continuación se señalan:

1.1. El comiso del material de promoción o publicidad cuando se trate de actividad no amparada por la autorización administrativa o se considere que esta medida resulta necesaria para impedir la continuación en la comisión de la infracción que se hubiera detectado. Esta medida podrá ser adoptada de forma inmediata por efectivos de la Policía Local o personal municipal debidamente autorizado. El material decomisado se constituirá en depósito municipal por un periodo máximo de 3 días, transcurridos los cuales sin que el titular los haya reclamado se entenderá que renuncia al mencionado material. Los posibles gastos derivados por el depósito y las tasas correspondientes tendrán que ser abonadas por la persona interesada en el momento de la restitución.

1.2. Inmovilización y retirada del vehículo u otros elementos que sirvan de apoyo a la actividad publicitaria siempre que se trate de actividad no amparada por autorización administrativa o se considere que esta medida resulta necesaria para impedir la continuación en la comisión de la infracción que se hubiera detectado y, cuando se incumplan las condiciones de la autorización. Esta medida puede ser adoptada de forma inmediata por efectivos de la Policía Local o personal municipal debidamente autorizado.

Los vehículos decomisados serán depositados en las dependencias municipales habilitadas para este motivo, siguiéndose las normas específicas que regulan el destino y la forma de proceder para los vehículos abandonados. Los gastos originados por el depósito y las tasas correspondientes tendrán que abonarse por la persona interesada en el momento de la restitución.

1.3. Las instalaciones realizadas o que se realicen sin autorización sobre terrenos calificados en el planeamiento como zonas verdes o espacios públicos, tendrán que ser retiradas previa resolución de la Alcaldía en un plazo no superior a las 48 horas desde su notificación.

1.4. La ocultación del mensaje publicitario con los medios que se estimen oportunos.

2. Gastos y tasas: el comiso y, en los casos que proceda, la retirada de vehículos u otros elementos publicitarios darán lugar al abono de las correspondientes tasas en las condiciones que a continuación se señalan:

2.1. Se reclamará a quien resulte infractor el importe de los gastos de retirada y eliminación de los elementos publicitarios y aquellos que se deduzcan de las anomalías y daños causados como consecuencia de la actuación administrativa realizada como consecuencia de la falta de ejecución voluntaria por parte del infractor, siempre que con carácter previo exista la pertinente valoración justificada. Esta reclamación la llevará a cabo la Alcaldía.

3. Cuando se compruebe que de la realización de la actividad publicitaria se puede presumir racionalmente la comisión de una infracción grave o muy grave y que pueda ocasionar daños o perjuicios al interés público, efectivos de la Policía Local u otro personal municipal autorizado, adoptarán medidas conducentes a evitar o prolongar los mencionados daños.

Capítulo II. RÉGIMEN SANCIONADOR.

Artículo 48. Responsabilidad.

Responderán principalmente y solidariamente, en su caso, por la comisión de las infracciones previstas en esta Ordenanza:

- Las personas físicas o jurídicas titulares de la actividad para la cual se publicite;
- Las que se dediquen de forma profesional al ejercicio de la actividad publicitaria;
- Los propietarios del suelo o inmueble dónde se ubique el soporte publicitario.
- De forma subsidiaria, serán responsables de las infracciones aquellas personas que resulten autoras de las acciones u omisiones descritas que contravengan las disposiciones determinadas en esta Ordenanza.

Artículo 49. Circunstancias modificativas de la responsabilidad.

Se valorarán en el procedimiento y tendrán su incidencia en la determinación de la sanción a imponer las siguientes circunstancias:

1. 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.
2. La reparación espontánea de los daños y perjuicios causados.





3. Su incidencia en los derechos de consumidores y usuarios.
4. El beneficio ilícito así obtenido.
5. La reiteración de conductas que hayan sido objeto de sanción en la materia propia de esta Ordenanza.
6. La reincidencia. Se considerará reincidencia la comisión de la infracción de la cual se trate por resolución firme en el plazo de un año.

Artículo 50. Prescripción

Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves a los seis meses; las sanciones impuestas por faltas muy graves prescribirán a los tres años, las impuestas por faltas graves a los dos años y las impuestas por faltas leves al año.

Artículo 51. Clasificación.

Tendrán la consideración de infracciones las acciones u omisiones que contravengan lo dispuesto en la presente ordenanza.

Las infracciones que prevé esta ordenanza se clasificarán en leves, graves y muy graves.

Artículo 52. Tipos de faltas.

A los efectos establecidos en el artículo anterior, se considerarán infracciones de carácter:

I. LEVE.

- a) No comunicar los cambios de titularidad u otras variaciones que afecten a las circunstancias jurídicas de la actividad.
- b) La falta de mantenimiento y limpieza de los soportes publicitarios que no suponga un peligro o produzca un deterioro o menoscabo grave al entorno y paisaje urbano.
- c) El incumplimiento de los horarios de inicio o apagado de las instalaciones publicitarias y de identificación de establecimientos con iluminación.
- d) La falta de identificación de los soportes publicitarios.
- e) Contravenir la prohibición prevista en el artículo 6.2 j).
- f) Colocar placas y escudos en condiciones diferentes a las previstas al artículo 22.2 de esta Ordenanza.
- g) Contravenir los deberes expuestos en esta Ordenanza cuando por su escasa trascendencia no constituya falta grave o muy grave.

II. GRAVE.

- a) La realización de cualquier actividad publicitaria, comprendida en esta Ordenanza, contraviniendo las condiciones por las que fue otorgada la autorización administrativa.
- b) Contravenir las prohibiciones previstas en los artículos 6.1 y 6.2 de esta Ordenanza a excepción del artículo 6.1 apartados c) y d) y artículo 6.2 apartados c) y j).
- c) La falta de mantenimiento y limpieza de los soportes publicitarios que suponga un peligro o produzca un deterioro o menoscabo grave al entorno y paisaje urbano.
- d) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando cause molestias a los ciudadanos que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos o impidan el normal funcionamiento de los servicios públicos.
- e) El incumplimiento de los horarios de inicio o apagado de las instalaciones publicitarias y de identificación de establecimientos con iluminación cuando generen molestias a los vecinos, conductores y transeúntes.
- f) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando cause daños en los espacios públicos, en sus instalaciones y elementos o en los equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.
- g) La falta del seguro obligatorio de responsabilidad civil cuando sea preceptivo según indique la presente Ordenanza.
- h) La comisión de una infracción leve cuando concurra la circunstancia de reincidencia.
- i) El incumplimiento reiterado de los requerimientos formulados por la Administración Municipal en relación con el ejercicio de la actividad publicitaria.
- j) La negativa a facilitar los datos a la Administración Municipal o a los agentes del Cuerpo de la Policía Municipal que sean requeridos por éstos, así como la obstaculización de la labor inspectora.
- k) La falta de adopción de medidas correctoras para garantizar la limpieza de la zona de actuación publicitaria.
- l) El incumplimiento de las condiciones de la autorización que por su especial trascendencia o gravedad no puedan ser consideradas faltas leves.
- m) Los letreros y pantallas que excedan de los niveles de luminancia máximos establecidos en el Artículo 7 de la presente Ordenanza.
- n) Cuando la actividad publicitaria realizada mediante pasacalles no se ajuste a la memoria descriptiva presentada.
- o) El ejercicio de la actividad publicitaria mediante la utilización de carteles, pegatinas, banderas, pancartas y letreros en los términos prohibidos por esta Ordenanza.



III. MUY GRAVE

- a) La realización de cualquier clase de acción publicitaria, sin la correspondiente autorización.
- b) La colocación de publicidad o de elementos de identificación directamente sobre los edificios sin utilización de soportes externos cuando produzca daños muy graves a los mismos por el deterioro causado o se trate de edificios catalogados.
- c) La realización de publicidad según los términos expresados en el artículo 6.1. apartados c) y d).
El ejercicio de la actividad publicitaria que produzca una alteración muy grave del paisaje urbano mediante: la tala de árboles sin autorización, la modificación irreversible o la alteración de elementos naturales o arquitectónicos.
- d) La realización de cualquier clase de acción publicitaria que impida o suponga una grave y relevante obstrucción del normal funcionamiento de los servicios públicos.
- e) El ejercicio de la actividad publicitaria, mediante el sistema de publicidad dinámica, en playas y bienes de dominio público marítimo-terrestre, así como la realizada en puertos o puertos deportivos.
- f) La realización de cualquier clase de acción publicitaria que impida o suponga una grave y relevante obstrucción del normal funcionamiento de los servicios públicos.
- g) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.
- h) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de los espacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos sean muebles o inmuebles.
- i) El lanzamiento de publicidad desde cualquier medio aéreo, según la prohibición establecida en el artículo 6.2 c) y artículo 32 de esta Ordenanza.
- j) La falsedad u ocultación de los documentos o los datos exigidos por la Administración para autorizar o controlar las actividades publicitarias.
- k) La colocación de letreros en las cubiertas de los edificios, según la prohibición del artículo 26 de esta Ordenanza.
- l) El ejercicio de actividad publicitaria mediante sistemas audiovisuales que contravenga lo establecido en esta Ordenanza.
- m) La comisión de una infracción grave cuando concurra la circunstancia de reincidencia.

Artículo 53.- Sanciones.

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

- a) Infracciones leves: Multa hasta 600,00 €.
- b) Infracciones graves: Multa desde 600,01 € hasta 6.000 €.
- c) Infracciones muy graves: Multa desde 6000,01 € hasta 30.000,00 €.

Artículo 54.- Órgano competente para imponer las sanciones.

Será competente para imponer las sanciones a la Alcaldía o en quién ésta delegue.

Artículo 55.- Procedimiento de apremio.

Para la exacción de las sanciones por las infracciones a esta Ordenanza, así como de los gastos ocasionados por su ejecución subsidiaria de las actividades a que pueda dar lugar, en defecto de pago voluntario, se seguirá procedimiento administrativo de apremio.

Artículo 56.- Régimen jurídico aplicable al procedimiento sancionador.

Los expedientes sancionadores se someterán a los principios de la potestad sancionadora establecidos por las leyes que regulen el régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común, estatales o autonómicas, vigentes. El procedimiento sancionador se rige por lo que establezca el Reglamento del procedimiento a seguir por la Administración de la CAIB en el ejercicio de la potestad sancionadora y, supletoriamente, por lo que prevea Reglamento del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA.

Los soportes publicitarios que se encuentren instalados sin licencia en el momento de entrar en vigor esta Ordenanza, contarán con el plazo de seis (6) meses para adaptarse a los preceptos de la misma, mediante la solicitud de la oportuna licencia o retirada de las que no fueran legalizables. Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen sancionador que esta Ordenanza establece para la instalación de soportes publicitarios sin la correspondiente licencia municipal.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA.

Los expedientes de licencias para la instalación de soportes para la difusión de publicidad que se encuentren en trámite en el momento de la entrada en vigor de esta Ordenanza, les serán aplicables los preceptos de la misma.





DISPOSICIÓN DEROGATORIA PRIMERA.

Queden derogadas todas las disposiciones contenidas en las ordenanzas municipales de Eivissa que contradigan esta Ordenanza. Así como la anterior Ordenanza de publicidad, publicada en el BOIB núm. 146, de 9/10/2010.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA SEGUNDA.

Queda derogada íntegramente, a la entrada de la presente Ordenanza, la Ordenanza de publicidad dinámica oral publicada en el BOIB núm. 115 del 9/08/2012.

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA.

Resulta de aplicación la normativa urbanística contenida en el PGOU del municipio de Eivissa, en todo lo que no esté previsto de manera expresa en la presente Ordenanza.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA.

De conformidad con lo establecido en el artículo 70 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, la presente Ordenanza entrará en vigor, una vez aprobada definitivamente, a los (quince) 15 días de la publicación completa de su texto en el Butlletí Oficial de les Illes Balears.

Eivissa, 9 de agosto de 2016

EL ALCALDE,
Rafael Ruiz González

