



EXP. : 43/2025/GENINF

ANUNCIO

Vista la resolución de Alcaldía número 2025002056 de 14 de julio de 2025, mediante la cual se resuelve la exposición pública por plazo de 20 días hábiles, a través del portal web de este Ayuntamiento y del Portal de Transparencia, del texto de la Memoria justificativa para la modificación de la Ordenanza Municipal reguladora para la instalación de carteles y vallas publicitarias, con el objeto de recabar cuantas aportaciones adicionales puedan hacerse por otras personas o entidades, además de poder también recabar directamente la opinión de las organizaciones o asociaciones reconocidas por ley que agrupen o representen a las personas cuyos derechos o intereses legítimos se vieran afectados por la norma y cuyos fines guarden relación directa con su objeto.

El texto íntegro de la Memoria justificativa para la modificación de la ordenanza municipal reguladora para la instalación de carteles y vallas publicitarias, es el siguiente:

“MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA PARA LA INSTALACIÓN DE CARTELES Y VALLAS PUBLICITARIAS

INDICE.

- 1 ANTECEDENTES
- 2 OBJETO DE LA MEMORIA
- 3 SITUACIÓN ACTUAL
- 4 DESCRIPCIÓN ACTUACIONES A REALIZAR
- 5 CONCLUSIÓN

1.- ANTECEDENTES.

I.- El Ayuntamiento en Pleno, en sesión celebrada el 27 de marzo de 1996, aprobó la ORDENANZA REGULADORA PARA LA INSTALACIÓN DE CARTELES PUBLICITARIOS, siendo el objeto de la Ordenanza regular las condiciones a las que han de ajustarse las instalaciones de carteles publicitarios, emplazados o ejecutados en dominio público municipal o perceptibles desde este dominio, ajustándose los aspectos tributarios a lo que se disponga en las ordenanzas fiscales correspondientes.





II.- El Ayuntamiento en Pleno, en sesión celebrada el día 21 de abril de 2012, aprobó la ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DEL PROCEDIMIENTO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE PARA LA EJECUCIÓN DE ACTUACIONES URBANÍSTICAS Y PARA LA SEGUNDA O POSTERIORES OCUPACIONES DE LAS EDIFICACIONES O INSTALACIONES, cuyo objeto es la regulación del procedimiento, requisitos y condiciones necesarias para la ejecución de actuaciones urbanísticas de varios supuestos contenidos en la Ley 16/2005, entre otros, la colocación de carteles y vallas de propaganda visibles desde la vía pública.

III.- Posteriormente, el Ayuntamiento en Pleno, en sesión celebrada el día 23 de diciembre de 2014, aprobó la modificación de la ORDENANZA MUNICIPAL SOBRE CONDICIONES Y POLICÍA DE LA EDIFICACIÓN, en relación con las instalación de “Vallas publicitarias”.

IV.- Por Providencia de Alcaldía, de 8 de julio de 2025, se solicita al Área de Infraestructuras Municipal, la Propuesta – Memoria para la modificación de las Ordenanzas Municipales reguladoras para la instalación de carteles y vallas publicitarias, y que sirva de base para el inicio del correspondiente expediente.

2.- OBJETO DE LA MEMORIA.

La presente Memoria justificativa para la modificación de la Ordenanza municipal reguladora para la instalación de carteles y vallas publicitarias, se redacta para que sirva de base para el inicio del correspondiente expediente.

Con carácter previo a la elaboración del proyecto de modificación o nueva Ordenanza, se sustanciará una consulta pública - Memoria Justificativa, a través del portal web de la Administración competente en la que se recabará la opinión de los sujetos y de las organizaciones más representativas potencialmente afectados por la futura norma acerca de:

- a) Los problemas que se pretenden solucionar con la iniciativa.
- b) La necesidad y oportunidad de su aprobación.
- c) Los objetivos de la norma.
- d) Las posibles soluciones alternativas regulatorias y no regulatorias.

Sin perjuicio de la consulta previa a la elaboración del Proyecto de Ordenanza, y entendiendo que este puede afectar a los derechos e intereses legítimos de las personas, el Ayuntamiento, posteriormente y de acuerdo con los tramites reglamentario, publicará el





texto en el portal web correspondiente, con el objeto de dar audiencia a los ciudadanos afectados y recabar cuantas aportaciones adicionales puedan hacerse por otras personas o entidades.

3.- SITUACIÓN ACTUAL.

En la actualidad, se está observando una creciente instalación publicidad basada en nuevas tecnologías no previstas en las normativas municipales vigentes, así como, la instalaciones de vallas / postes publicitarios de grandes dimensiones, sin los correspondientes controles administrativos. La evolución de la actividad publicitaria exige, por un lado, una actitud receptiva con las tendencias actuales, y por otro, la adopción de mayores medidas protectoras del paisaje urbano para determinados ámbitos, como son el casco urbano, los accesos al municipio y núcleos urbanos, la red viaria, los dominios públicos y el paisaje rural del municipio, así como, la adopción nuevas medidas de seguridad a la vista de la envergadura de las vallas o soporte utilizados en dichas instalaciones.

4.- DESCRIPCIÓN ACTUACIONES A REALIZAR.

Se debería redactar un Proyecto de “nueva” ORDENANZA REGULADORA DE PUBLICIDAD EXTERIOR, a la vista de que la normativa municipal vigente se ha quedado desfasada, y con el fin de responder a las expectativas que tiene actualmente el municipio en relación con la PUBLICIDAD. Esta ordenanza, debe responder a las expectativas que tiene actualmente el municipio, desde donde se pretende proporcionar un marco jurídico estable que permita la coexistencia de la actividad económica con el disfrute de la realidad cultural, histórica y turística del mismo.

De igual modo, se debería lograr una mayor consideración ambiental y paisajística, donde la publicidad instalada debe ser respetuosa con los valores patrimoniales y acorde con los nuevos diseños que ofrece el mercado, así como, con la preservación del paisaje urbano, del entorno rural y natural, de los núcleos de población, del viario y dominio público y del medio ambiente en general. Asimismo, dentro del marco competencial que corresponde y de forma transversal, se deberá buscar alcanzar los siguientes objetivos:

- a) Velar por el principio de igualdad, mediante el fomento de la educación social en esta materia, evitando publicidad sexista.
- b) Proteger al consumidor y usuario frente a soportes con publicidad de actividades o productos que inciten a un consumo que pueda suponer un riesgo para su salud, con especial atención a los menores de edad.
- c) E impulsar el principio de bienestar animal, soslayando, en este tipo de instalaciones, publicidad que incite a lo contrario.





La nueva Ordenanza debería nacer con la necesidad de contar con una normativa que regule la instalación y adecuación de la publicidad ante la creciente instalación de vallas publicitarias, así como nuevas modalidades publicitarias, evitando el vacío formal que se está produciendo en el municipio, pues los preceptos actuales son insuficientes o no recogen las nuevas modalidades de diseño, tecnología y materiales o soportes que se dan en el ámbito de la comunicación. La evolución de la actividad publicitaria exige, por un lado, una actitud receptiva con las tendencias actuales, y, por otro, la adopción de mayores medidas protectoras del paisaje urbano para determinados ámbitos, como son el casco urbano, los accesos al municipio y pedanías, y el viario y dominios públicos y el paisaje rural del municipio. La nueva regulación surge igualmente de la necesidad de la adopción de medidas protectoras en materia de igualdad de género, de salubridad pública, de defensa del consumidor y usuario, con especial atención a los menores de edad, y de protección del bienestar animal.

El texto deberá cumplir con los principios de buena regulación que contempla el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de procedimiento administrativo común de las administraciones públicas, principalmente los de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia, incluyendo nuevas modalidades publicitarias como consecuencia de la evolución tecnológica, considerándose la aprobación de una nueva ordenanza como el instrumento más eficaz para su regulación, así como para, de forma transversal, evitar publicidad sexista, que atente contra la salubridad pública, la protección del consumidor y usuario, con especial atención a los menores de edad, y del bienestar animal. La inclusión de estos medios de actuación determina que se evalúe la aplicación de los principios de intervención de las administraciones públicas para el desarrollo de una actividad, contenidos en el artículo 4 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público, por cuanto que se realizan controles sobre la actividad publicitaria de particulares y empresas.

La citada ley 39/2015, de 1 de octubre, también exige el ajuste de las iniciativas reglamentarias al principio de seguridad jurídica y, a estos efectos, la futura ordenanza encuentra su justificación, además de en la legislación específica sobre publicidad (Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, y otras disposiciones complementarias o de desarrollo), en el artículo 25.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, que establece las competencias propias del municipio.

5.- CONCLUSIÓN.

Por todo anteriormente expuesto, con carácter previo a la elaboración del Proyecto de nueva Ordenanza, se sustanciará una consulta pública, donde conste la presente Memoria Justificativa, a través del portal web de la Administración competente en la que se recabará la opinión de los sujetos y de las organizaciones más representativas potencialmente afectados por la futura norma.





Posteriormente se debería proceder a la redacción del Proyecto de ORDENANZA REGULADORA DE PUBLICIDAD EXTERIOR, con el fin de establecer la normativa sustantiva y procedimental por la que ha de regirse la ordenación de la publicidad exterior y de las instalaciones publicitarias e identificativas visibles desde el espacio público en el término municipal de Pilar de la Horadada. Mediante la regulación de las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones referidas y la actividad de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema o soporte utilizado para la transmisión del mensaje, se pretende alcanzar el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección del paisaje urbano, del paisaje rural y natural, del medio ambiente, del medio natural, del patrimonio histórico, y la imagen del municipio de Pilar de la Horadada, respetando los términos establecidos en la legislación del Estado y de la Comunidad Autónoma.

Asimismo, la Ordenanza regulará los mecanismos de intervención administrativa local adecuados, dentro del marco de competencias que le atribuye la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local y normativa de desarrollo.

En Pilar de la Horadada, a 10 de julio de 2025. Fdo. EL JEFE ÁREA INFRAESTRUCTURAS MUNICIPAL. “

Lo que se hace público para general conocimiento de los afectados.

En Pilar de la Horadada, a fecha de firma del documento.

