

MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LA OCUPACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS DE USO PÚBLICO CON QUIOSCOS

1. Fundamentación. Preceptos propuestos a modificar.

La Ordenanza Municipal Reguladora de la ocupación de espacios públicos y privados de uso público con quioscos fue aprobada por el Pleno del Ayuntamiento de Córdoba en sesión ordinaria celebrada el día 26 de julio de 2013, y publicada en el BOP de Córdoba nº180 de 20 de septiembre de 2013.

Estando próximo a finalizar el plazo de concesión demanial de los quioscos de prensa se ha solicitado la modificación de la Ordenanza por parte de distintos colectivos representativos de este sector, en especial por la Asociación Profesional Provincial de Vendedores de Prensa de Córdoba.

Informadas las modificaciones propuestas, a petición de la Alcaldía Presidencia, por el Titular del Órgano de Apoyo a la Junta de Gobierno Local, con fecha 8 de marzo de 2024, algunas de dichas modificaciones no se consideraron ajustadas a Derecho por contravenir la libre competencia y el libre acceso a las actividades y servicios establecidos en la Directiva de Servicios, en la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (en adelante Ley Paraguas), en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (LORCOMIN) y la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado (LGUM). Y, otras, si se consideraron pertinentes con arreglo a dicha normativa en los términos en que ha sido interpretada por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea y la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia.

La Ordenanza actual, en los apartados dos y tres del art. 2, señala lo siguiente:

2.2. En los quioscos de prensa, de manera accesoria a la finalidad principal, podrá ser objeto de comercio los siguientes productos:

- *Títulos de transporte.*
- *Tarjetas de telefonía.*
- *Productos de promoción turística: planos, guías, audio guías, postales y souvenirs.*
- *Pequeños consumibles de material telefónico, fotográfico, informático y electrónico.*
- *Venta de tabaco mediante máquinas expendedoras ubicadas en su interior; de conformidad con el artículo 4 del R.D.L. 2/2006 de 10 de febrero por el que se modifica la Ley 28/2005 de 26 de diciembre de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, suministro, consumo y publicidad de los productos del tabaco. Las máquinas expendedoras se inscribirán en el registro gestionado por el Comisionado para el mercado de Tabacos.*
- *Snacks, aperitivos, frutos secos y dulces, caramelos...envasados por establecimientos autorizados y de imposible manipulación del producto.*
- *Venta de entradas de actividades culturales y espectáculos.*
- *Venta de lotería a través de terminales.*
- *Agua y refrescos embotellados almacenados en el interior del quiosco y expedidos por el propio titular.*

2.3. La venta de productos a los que se refiere el apartado 2 en ningún caso podrá modificar la función esencial del quiosco ni suponer un incremento de la superficie ocupada.

Se puede observar como la Administración determina la oferta de productos que ofrece el quiosco, lo que supone un régimen de intervención del Ayuntamiento excesivamente intenso y, por tanto, no ajustado al principio de proporcionalidad que debe presidir la actividad de limitación de las

Administraciones Públicas con arreglo al art. 4 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público.

Tal situación habilita a efectuar una nueva redacción de los apartados expuestos que garantice el principio de libre circulación y la libertad empresarial, establecidos tanto en la normativa estatal como comunitaria.

Los apartados dos y tres del art. 2 de la Ordenanza tendrán la siguiente redacción:

2.2. En los quioscos de prensa, además de la venta de dichos productos, podrá ejercerse cualquier actividad económica que sea compatible con la instalación y como señala el apartado 4 de este precepto la actividad se realice con arreglo a la legislación sectorial que resulte aplicable.

A título meramente enunciativo se mencionan los siguientes:

- *Títulos de transporte.*
- *Tarjetas de telefonía.*
- *Productos de promoción turística: planos, guías, audio guías, postales y souvenirs.*
- *Pequeños consumibles de material telefónico, fotográfico, informático y electrónico.*
- *Venta de tabaco mediante máquinas expendedoras ubicadas en su interior, de conformidad con la Ley 28/2005 de 26 de diciembre de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, suministro, consumo y publicidad de los productos del tabaco y demás normativa sectorial aplicable. Las máquinas expendedoras se inscribirán en el registro gestionado por el Comisionado para el mercado de Tabacos.*
- *Snacks, aperitivos, frutos secos y dulces, caramelos... envasados por establecimientos autorizados y de imposible manipulación del producto.*
- *Venta de entradas de actividades culturales y espectáculos.*
- *Venta de lotería a través de terminales.*
- *Agua y refrescos embotellados almacenados en el interior del quiosco y expedidos por el propio titular.*

2.3. La venta de productos a los que se refiere el apartado 2 en ningún caso podrá suponer un incremento de la superficie ocupada.

El nuevo contenido es respetuoso con la legislación vigente en materia de bienes y servicios, con los criterios establecidos sobre la oferta de productos por parte de la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia y con las demandas del sector afectado.

Igualmente, las Asociaciones representativas de Vendedores de Prensa, Medios de Información, Distribuidores de Publicaciones y Ediciones consideran necesario para la viabilidad económica de estos establecimientos, necesarios para el ejercicio de la libertad de prensa e información, un nuevo modelo económico de dichos establecimientos que permita su convivencia con las plataformas y la información digital.

Tal modificación obliga a realizar una nueva redacción de los siguientes preceptos de la Ordenanza:

- **Art 17.2 f)** que dice actualmente: *Obligaciones del concesionario: f) Desarrollar la actividad específicamente autorizada* y **pasaría a decir:** *Obligaciones del concesionario: f) Desarrollar la actividad específicamente autorizada así como cualquier actividad que resulte procedente con arreglo a lo establecido en el art. 2.2 de la presente Ordenanza.*
- **Art 18.d)** que dice actualmente: *Artículo 18. Prohibiciones Los concesionarios tienen*

prohibidas las siguientes actuaciones: d) Destinar la instalación a fin distinto al autorizado, así como vender o exponer artículos o productos no permitidos o prohibidos. **Pasaría a decir:** Artículo 18. Prohibiciones Los concesionarios tienen prohibidas las siguientes actuaciones: d) Destinar la instalación a fin distinto al autorizado o permitido con arreglo al art. 2.2 de la presente Ordenanza , así como vender o exponer artículos o productos no permitidos o prohibidos cuando dichas actividades no se puedan realizar con arreglo al art. 2.2 de la presente Ordenanza.

- **Art 20.2.b)** que dice actualmente: Constituyen infracciones graves las siguientes conductas: b) El incumplimiento de alguna de las condiciones exigidas en la normativa reguladora de los productos objeto de venta, así como como la venta de los no autorizados **Pasaría a decir:** Art 20.2.b) Constituyen infracciones graves las siguientes conductas: b) El incumplimiento de alguna de las condiciones exigidas en la normativa reguladora de los productos objeto de venta, así como como la realización de actividades que no resulten procedentes con arreglo a lo establecido en el art. 2.2 de la presente Ordenanza.

Finalmente, se solicitó por parte de la Asociación Profesional Provincial de Vendedores de Prensa de Córdoba una nueva redacción del precepto relativo a la publicidad de los quioscos que comprenda los nuevos soportes y formatos tecnológicos, art. 5 de la Ordenanza. Tras examinar la redacción propuesta los Técnicos de la Gerencia Municipal de Urbanismo se efectúa una nueva redacción del precepto más acorde con los principios de libertad de empresa y con los nuevos soportes y formatos tecnológicos, sin perjuicio de su necesaria adecuación a la legislación sectorial aplicable y en función de la superficie, ubicación y el entorno de los quioscos.

Actual redacción:

“Artículo 5. Publicidad

5.1. Podrá existir publicidad en los quioscos inherente a los productos en venta, en los espacios reservados para ello, según el modelo de diseño homologado, la superficie total dedicada a publicidad, se determinará en función del modelo. Cualquier otra forma o soporte de publicidad deberá ser previamente autorizada, sometiéndose la misma a las condiciones que al efecto se determinen.

5.2. Se permitirá la publicidad cuando esté referida a diarios revistas, publicaciones o demás productos autorizados en la venta. Cualquier otra publicidad requerirá expresa autorización, en su caso, por parte del órgano municipal competente.

5.3. El Ayuntamiento de Córdoba, no obstante, podrá reservarse 1/3 parte del espacio para la gestión de publicidad genérica que se ajustará en todo caso a la normativa reguladora de la contratación administrativa y demás normativa aplicable, o para gestión directa de información municipal”.

Nueva redacción:

“Artículo 5. Publicidad en quioscos.

5.1. De acuerdo con lo previsto en el art. 2.3 de esta Ordenanza, así como en la Ordenanza municipal de publicidad exterior; y de conformidad con la legislación sectorial aplicable, se permitirá la publicidad, pudiendo efectuarse en los espacios reservados para ello en cada quiosco. La superficie total dedicada a publicidad no podrá exceder de las dimensiones fijadas para la instalación, y se determinará en función del modelo de quiosco homologado y de los criterios técnicos definidos por el

Ayuntamiento.

5.2. En la superficie reservada para publicidad, podrá implantarse cualquier elemento de los definidos en la Ordenanza Municipal de publicidad exterior en los términos establecidos en la misma, que por sus características puedan adecuarse al diseño del quiosco, y reúna y acredite las debidas condiciones de seguridad, ornato e imagen urbana.

Para el caso de publicidad digital, la superficie se limitará a dos unidades por quiosco que podrán ocupar las dos terceras partes de la superficie total. El tercio restante podrá ocuparse con publicidad fija. Si en el transcurso del plazo establecido en la concesión, variaran las tecnologías o el formato necesario para seguir ofreciendo publicidad, o conviniera incrementar el número de soportes, se podrá proponer la sustitución o el cambio por otros que tuvieran los perfiles y contenidos necesarios, siempre que no supongan incremento de la superficie ni del vuelo.

5.3. El Ayuntamiento de Córdoba, no obstante, podrá reservarse 1/3 parte del espacio para la gestión de publicidad genérica que se ajustará en todo caso a la normativa reguladora de la contratación administrativa y demás normativa aplicable, o para gestión directa de información municipal.

5.4 Todos los supuestos contemplados en el presente artículo, tanto referentes a la publicidad en si mismo considerada, como a los soportes, su instalación, formatos, sustitución y cualquier otra vicisitud que les afecte, deberán observar lo dispuesto en la Ordenanza municipal de publicidad exterior, y en todo caso las condiciones técnicas, urbanísticas, de seguridad, instalación, ornato, imagen urbana, accesibilidad, y cualesquiera otras que al efecto resulten de aplicación conforme a la normativa urbanística y sectorial de aplicación”.

Las anteriores modificaciones de la Ordenanza se entienden sin perjuicio de que pueda realizarse posteriormente una modificación más profunda de la Ordenanza en base a las aportaciones que puedan realizar todos los sectores afectados, modificación que exigirá unos plazos de tiempo mayores de los que permite la puesta en marcha de los procesos de licitación de quioscos de prensa por ser inminente la finalización de los plazos de duración de las actuales concesiones demaniales.

2. Nueva redacción.

Artículo 2.2.

2.2. En los quioscos de prensa, además de la venta de dichos productos, podrá ejercerse cualquier actividad económica que sea compatible con la instalación y como señala el apartado 4 de este precepto la actividad se realice con arreglo a la legislación sectorial que resulte aplicable.

A título meramente enunciativo se mencionan los siguientes:

- Títulos de transporte.
- Tarjetas de telefonía.
- Productos de promoción turística: planos, guías, audio guías, postales y souvenirs.
- Pequeños consumibles de material telefónico, fotográfico, informático y electrónico.
- Venta de tabaco mediante maquinas expendedoras ubicadas en su interior, de conformidad con la Ley 28/2005 de 26 de diciembre de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, suministro, consumo y publicidad de los productos del tabaco y demás normativa sectorial aplicable. Las maquinas expendedoras se inscribirán en el registro gestionado por el Comisionado para el mercado de Tabacos.
- Snacks, aperitivos, frutos secos y dulces, caramelos...envasados por establecimientos autorizados y de imposible manipulación del producto.
- Venta de entradas de actividades culturales y espectáculos.
- Venta de lotería a través de terminales.

- Agua y refrescos embotellados almacenados en el interior del quiosco y expedidos por el propio titular.

Artículo 2.3.

2.3. La venta de productos a los que se refiere el apartado 2 en ningún caso podrá suponer un incremento de la superficie ocupada.

Artículo 5. Publicidad.

5.1. De acuerdo con lo previsto en el art. 2.3 de esta Ordenanza, así como en la Ordenanza municipal de publicidad exterior, y de conformidad con la legislación sectorial aplicable, se permitirá la publicidad, pudiendo efectuarse en los espacios reservados para ello en cada quiosco. La superficie total dedicada a publicidad no podrá exceder de las dimensiones fijadas para la instalación, y se determinará en función del modelo de quiosco homologado y de los criterios técnicos definidos por el Ayuntamiento.

5.2. En la superficie reservada para publicidad, podrá implantarse cualquier elemento de los definidos en la Ordenanza Municipal de publicidad exterior en los términos establecidos en la misma, que por sus características puedan adecuarse al diseño del quiosco, y reúna y acredite las debidas condiciones de seguridad, ornato e imagen urbana.

Para el caso de publicidad digital, la superficie se limitará a dos unidades por quiosco que podrán ocupar las dos terceras partes de la superficie total. El tercio restante podrá ocuparse con publicidad fija. Si en el transcurso del plazo establecido en la concesión, variaran las tecnologías o el formato necesario para seguir ofreciendo publicidad, o conviniera incrementar el número de soportes, se podrá proponer la sustitución o el cambio por otros que tuvieran los perfiles y contenidos necesarios, siempre que no supongan incremento de la superficie ni del vuelo.

5.3. El Ayuntamiento de Córdoba, no obstante, podrá reservarse 1/3 parte del espacio para la gestión de publicidad genérica que se ajustará en todo caso a la normativa reguladora de la contratación administrativa y demás normativa aplicable, o para gestión directa de información municipal”.

5.4 Todos los supuestos contemplados en el presente artículo, tanto referentes a la publicidad en si mismo considerada, como a los soportes, su instalación, formatos, sustitución y cualquier otra vicisitud que les afecte, deberán observar lo dispuesto en la Ordenanza municipal de publicidad exterior, y en todo caso las condiciones técnicas, urbanísticas, de seguridad, instalación, ornato, imagen urbana, accesibilidad, y cualesquiera otras que al efecto resulten de aplicación conforme a la normativa urbanística y sectorial de aplicación”.

Artículo 17.2.f.

Obligaciones del concesionario “f) Desarrollar la actividad específicamente autorizada así como cualquier actividad que resulte procedente con arreglo a lo establecido en el art. 2.2 de la presente Ordenanza “

Artículo 18.d.

Artículo 18. Prohibiciones Los concesionarios tienen prohibidas las siguientes actuaciones: d) Destinar la instalación a fin distinto al autorizado o permitido con arreglo al art. 2.2 de la presente Ordenanza , así como vender o exponer artículos o productos no permitidos o prohibidos cuando dichas actividades

no se puedan realizar con arreglo al art. 2.2 de la presente Ordenanza

Artículo 20.2.b.

Art 20.2.b) Constituyen infracciones graves las siguientes conductas:b) El incumplimiento de alguna de las condiciones exigidas en la normativa reguladora de los productos objeto de venta, así como como la realización de actividades que no resulten procedentes con arreglo a lo establecido en el art. 2.2 de la presente Ordenanza.

LA DIRECTORA GENERAL DE COORDINACIÓN
(fecha y firma digital)

DOCUMENTO ELECTRÓNICO

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN DEL DOCUMENTO ELECTRÓNICO

9b09c8d28f9b59cc2e14676083c55c27ae9e0eb1

Dirección de verificación del documento: <https://sede.cordoba.es>

Hash del documento: 2e407cdbc914e9ad6b1e083a6c0bcfb7fabbcf6df8f9fb797cbf599b15f682f6357142de54f7c010479b4447076844f0ae6305e5ef1faec8c4a925b53ba7a143

METADATOS ENI DEL DOCUMENTO:

Version NTI: <http://administracionelectronica.gob.es/ENI/XSD/v1.0/documento-e>

Identificador: ES_LA0016682_2024_0000000000000000000020963086

Órgano: L01140214

Fecha de captura: 30/05/2024 14:30:44

Origen: Administración

Estado elaboración: Original

Formato: PDF

Tipo Documental: Otros

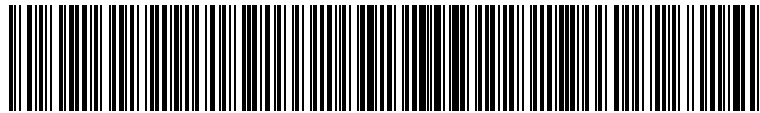
Tipo Firma: XAdES internally detached signature

Valor CSV: 9b09c8d28f9b59cc2e14676083c55c27ae9e0eb1

Regulación CSV: Decreto 3628/2017 de 20-12-2017



Código QR para validación en sede



Código EAN-128 para validación en sede

Ordenanza reguladora del uso de medios electrónicos en el ámbito de la Diputación Provincial de Málaga:
https://sede.malaga.es/normativa/ordenanza_reguladora_uso_medios_electronicos.pdf

Política de firma electrónica y de certificados de la Diputación Provincial de Málaga y del marco preferencial para el sector público provincial (texto consolidado):
https://sede.malaga.es/normativa/politica_de_firma_1.0.pdf

Procedimiento de creación y utilización del sello electrónico de órgano de la Hacienda Electrónica Provincial:
https://sede.malaga.es/normativa/procedimiento_creacion_utilizacion_sello_electronico.pdf

Acuerdo de adhesión de la Excm. Diputación Provincial de Málaga al convenio de colaboración entre la Administración General del Estado (MINHAP) y la Comunidad Autónoma de Andalucía para la prestación mutua de soluciones básicas de Administración Electrónica de fecha 11 de mayo de 2016:
https://sede.malaga.es/normativa/ae_convenio_j_andalucia_MINHAP_soluciones_basicas.pdf

Aplicación del sistema de Código Seguro de Verificación (CSV) en el ámbito de la Diputación Provincial de Málaga:
https://sede.malaga.es/normativa/decreto_CSV.pdf