

Capítol I

Definició. Classificació

Article 1. Significat dels conceptes utilitzats.

Sempre que s'usin en aquestes Ordenances els conceptes que s'indiquen tot seguit, tindran el següent significat:

1. **Publicitat o activitat publicitària:** S'entén per publicitat o activitat publicitària tot el conjunt d'accions encaminades a fer arribar el contingut d'un missatge publicitari al públic en general.
2. **Missatge publicitari:** S'entén per missatge publicitari tot tipus d'informació dirigida a donar coneixement de l'existència de qualsevol activitat o de productes i de serveis que s'ofereixin al públic.
3. **Llenguatge publicitari:** S'entén com a llenguatge publicitari al medi sensorial utilitzat per a trametre el missatge.
4. **Subjecte actiu:** S'entén com a subjecte actiu de l'activitat publicitària tot el conjunt d'elements o accions transmissores del missatge publicitari.
5. **Subjecte passiu:** S'entén com a subjecte passiu de l'activitat publicitària tot el conjunt de la societat o part de la mateixa a la qual es destina el missatge publicitari essent-ne receptors.
6. **Mobiliari urbà:** S'entén per mobiliari urbà tota construcció o instal·lació d'ús públic, col·lectiu o comunitari que es troba a la via pública, tals com papereres, bústies, semàfors, fanals, tobogans, gronxadors, baranes, marquesines de transports públics, pirulís, etc; s'inclouen en aquest concepte, per les seves característiques, els vehicles públics de transports de viatgers.
7. **Construccions a la via pública:** S'entén per construccions a la via pública aquelles instal·lacions subjectes generalment a llicències temporals a règim especial, tal com quioscs, xurreries, barraques de fira, terrasses de bars i restaurants, etc.
8. **Elements sortints no permanents:** S'inclouen en aquest apartat aquells elements accessoris a una construcció o instal·lació que no romanen fixos o estàtics, tals com les veles, persianes, tendals, para-sols, etc.
9. **Objecte publicitari:** L'objecte publicitari ve determinat pel conjunt d'elements físics dissenyats, construïts, fabricats o utilitzats expressament per contenir el medi transmissor del missatge publicitari.

S'inclouen dins d'aquest apartat, sense ànims exclusivistes, les cartelleres, el mobiliari urbà específic (pirulís), pantalles de cinema, etc.

10. **Medi transmissor:** S'entén per medi transmissor del missatge publicitari a aquell elements físic que conté o materialitza per si mateix el missatge publicitari.

S'inclouen dins d'aquest apartat, sense ànims exclusivistes, els cartells, fotografies, banderes i banderoles, fullets, pancartes, adhesius, pintades, grafitis, plaques, escuts, gravats, escultures, objectes, figures, rètols, holografies, etc.

11. **Suport publicitari:** S'entén per suport publicitari aquell elements, constructiu o no, que sosté o conté el medi transmissor del missatge publicitari, directament o mitjançant l'objecte publicitari.

Els suports publicitaris poden ésser fixos o movibles.

S'inclouen com a suports fixos, sense ànims exclusivistes, els solars i edificis en general i qualsevol dels seus paraments, les tanques provisionals o definitives de solars, el mobiliari urbà i les edificacions situades a l'espai públic, els elements arquitectònics, pantalles de cinema, plafons lluminosos, etc.

Es consideren suports movibles, sense ànims exclusivistes, els automòbils, camions, autobusos, ferrocarrils i similars, avions, helicòpters, globus, etc.

Article 2. **Classificació de les activitats publicitàries.**

L'activitat publicitària definida a l'article anterior es classificarà:

1. Pel que fa el seu contingut, en propaganda i informació.

Als efectes d'aplicació d'aquesta ordenança, s'entén com a propaganda aquella activitat publicitària el contingut de la qual tingui una finalitat lucrativa, i com a informació aquella que estigui exempta d'aquesta finalitat.

2. Pel que fa la titularitat, es considera com a titular de l'activitat a l'ens personal o jurídic beneficiat pel desenvolupament de l'activitat, i a aquests efectes, es distingiran les activitats privades, públiques o institucionals i comunitàries o col·lectives.
3. Pel que fa a la relació entre el subjecte actiu i el subjecte passiu, l'activitat publicitària podrà ésser estàtica o mòbil.

S'entén per publicitat estàtica quan el subjecte actiu esta localitzat en un lloc determinat i el subjecte passiu s'hi ha de desplaçar per a rebre el missatge publicitari.

S'entén per publicitat mòbil quan el missatge publicitari arriba o pot arribar al subjecte passiu encara que aquest modifiqui el seu emplaçament, essent el subjecte actiu qui és susceptible d'aquest desplaçaments.

4. Pel que fa al llenguatge, l'activitat publicitària es classificarà en sonora, visual, o mixta (sonora i visual).