

## *Altres anuncis – Convenis*

### **CONVENI de col·laboració i autorització paisatgística núm. 2782 de 4 de setembre de 2019 de l'Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida.**

A la ciutat de Barcelona, el dia 4 de setembre de 2019,

#### REUNITS

D'una part, el Sr. Jordi Campillo Gàmez, gerent de l'Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida, des d'ara l'Institut del Paisatge Urbà, amb NIF P-5890051E, càrrec per al qual va ser nomenat per Decret d'Alcaldia el dia 15 de juny de 2019, en ús de les facultats delegades per decret del regidora presidenta, Ima. Sra. Janet Sanz Cid en data 19 de juny de 2019, assistit en aquest acte pel Sr. Alejandro Mateos Alonso, secretari delegat de l'Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida.

De l'altra, la Sra. Silvia Ramón i Pujol, amb DNI núm. 43.440.885-A, degudament autoritzada per aquest acte pel senyor José Manuel Mora Rodriguez, amb DNI núm. 39882444-F, director general de l'empresa BlowUP Media España, SA, amb NIF A-82879412 i amb domicili social al carrer del Arte núm. 21 5è D de 28033 Madrid.

#### DIUEN

1. L'empresa BlowUP Media España, SA, que el senyor José Manuel Mora Rodriguez representa, està autoritzada per PVH STORES SPAIN MODA SL, empresa encarregada de la publicitat exterior de TOMMY HILFIGER, per gestionar els seus interessos davant d'aquesta Corporació Municipal segons declaració responsable presentada (annex 1).

2. BlowUP Media España, SA, que actua en nom i representació de PVH STORES SPAIN MODA SL, empresa encarregada de la publicitat exterior de TOMMY HILFIGER, a 12 de juliol de 2019, ha formulat sol·licitud d'autorització d'ús excepcional del paisatge urbà mitjançant activitat publicitària des d'una propietat privada (annex 1). BlowUP Media España, SA ha subscrit un contracte privat amb l'esmentada propietat amb la finalitat d'utilitzar la bastida d'obra com a suport publicitari.

3. L'Ajuntament de Barcelona, des de sempre, ha tingut la inquietud de solucionar els problemes sorgits en el paisatge urbà de la ciutat arran dels diferents canvis urbanístics que ha sofert la mateixa. Una de les distorsions més habituals és l'aparició de mitgeres, algunes de les quals estan destinades a perpetuar-se indefinidament.

Això ha provocat que l'Ajuntament de Barcelona hagi buscat solucions en el marc d'una estratègia global de recuperació de la qualitat de la imatge urbana, fomentant l'agençament i adequació de les mateixes per a integrar-les en el paisatge al qual pertanyen.

4. L'Institut del Paisatge Urbà ha tingut des de sempre la sensibilitat per reconduir aquestes discontinuïtats i ha impulsat diverses operacions amb aquesta finalitat, gestionades bé amb subvenció econòmica i assessorament professional; bé finançades des del patrocini d'espònsors privats. Així, l'Institut del Paisatge Urbà, dins dels programes de recuperació de la qualitat de la imatge urbana i donant continuïtat a l'esperit d'integrar les mitgeres de la ciutat de Barcelona, vol encetar ara de nou un projecte per a l'adequació i agençament d'un seguit de mitgeres a diferents indrets de Barcelona.

5. L'Ajuntament de Barcelona, per acord del Consell Plenari de data 27 de juny de 1997 va aprovar definitivament la creació de l'Institut del Paisatge Urbà i, entre altres finalitats, li va assenyalar competències per a col·laborar amb empreses i entitats en recerca d'espònsors i patrocinadors i formalitzar convenis i protocols, per al finançament d'obres, programes o serveis en benefici del paisatge urbà, de la imatge de la ciutat o de la qualitat de la vida urbana.

L'Institut del Paisatge Urbà dins de les actuacions de millora del paisatge urbà vol promoure un Pla de remodelació de mitgeres de la ciutat, declarat mesura de govern el 19 d'abril de 2012 per la Comissió d'Hàbitat Urbà i Medi Ambient.

L'ús excepcional del paisatge urbà requereix autorització municipal expressa a fi de controlar l'impacte paisatgístic.

Així mateix, hauran d'adequar-se a la Llei 1/1998 de política lingüística en relació a l'ús normal del català en la publicitat a la via pública. El present conveni de col·laboració es realitza a l'empara del que es preveu per als usos excepcionals els articles 98 i següents de l'Ordenança dels usos del paisatge urbà de la ciutat de Barcelona, aprovada el 26 de març de 1999. Així les parts,

## CONVENEN

### Primer. Autorització paisatgística

La signatura del present conveni de col·laboració porta implícita l'autorització paisatgística prevista a l'article 98 de l'Ordenança dels usos del paisatge urbà, en relació a l'ús excepcional sol·licitat per BlowUP Media España, SA, que actua en nom i representació de PVH STORES SPAIN MODA SL, empresa encarregada de la publicitat exterior de TOMMY HILFIGER.

### Segon. Contingut

L'Ajuntament autoritza a BlowUP Media España, SA, que actua en nom i representació de PVH STORES SPAIN MODA SL, empresa encarregada de la publicitat exterior de TOMMY HILFIGER, la col·locació d'una lona publicitària segons el disseny, els colors, les mides, les característiques, els continguts i l'idioma o idiomes tal com figuren a la proposta, que s'adjunta com a annex 2. Cal remarcar que tal i com s'indica en aquest annex 2, la creativitat canviarà cada setmana en un terç de la mateixa, havent en total quatre exposicions diferents.

Aquesta lona es col·locarà a les bastides de les obres de restauració de les façanes de l'edifici ubicat a rambla de Catalunya núm. 61, de Barcelona, obres que eliminaran qualsevol

element, patologia o situació de risc, d'acord amb el que disposa l'article 42 de l'Ordenança Municipal dels Usos del Paisatge Urbà de la ciutat de Barcelona. S'adjunta com a annex 3, l'informe de la inspecció tècnica visat a data 27 de març de 2013, on es reflecteixen alguns d'aquests elements de risc.

S'adjunta com a annex 4 l'autorització i acreditació de la propietat.

Els missatges publicitaris hauran d'adequar-se en tot moment a la normativa aplicable en matèria de publicitat i per tant, restarà prohibida la publicitat que ofengui les institucions públiques, lesioni els drets de la persona o sigui contrària a les disposicions normatives. No s'admetrà en cap cas publicitat relacionada amb productes com l'alcohol o el tabac en els termes de la legislació vigent.

Pel que fa a la il·luminació nocturna de la lona publicitària, s'haurà d'ajustar a allò que disposa la Llei 6/2001, de 31 de maig, d'ordenació ambiental de l'enllumenament per a la protecció del medi nocturn (DOGC 3407, de 12 de juny de 2001) i l'Ordre del Ministeri de la Presidència PRA/157/2017, de 28 de febrer, per la qual es publica el calendari del període de l'hora d'estiu corresponent als anys 2017 a 2021 i, per tant, l'horari de la il·luminació nocturna durant l'any 2019 serà el següent:

horari d'hivern: de l'1 de gener fins el 30 de març, ambdós inclosos, i del 28 d'octubre al 31 de desembre, ambdós inclosos, s'haurà d'apagar a les 23 hores.

horari d'estiu: del 31 de març al 27 d'octubre, ambdós inclosos, s'haurà d'apagar a les 24 hores.

En cas d'incompliment, i un cop fetes 3 advertències de forma fefaent, es donarà per caducada i sense efecte la present autorització, venint, l'empresa obligada al desmuntatge immediat de la instal·lació.

En cap cas s'acceptaran il·luminacions disposades a la part inferior i laterals tant de la lona com de la bastida d'obra, per tal d'evitar la dispersió de llum i l'augment de contaminació lumínica zenital. I en aquest sentit, BlowUP Media España, SA es compromet a complir la normativa esmentada.

Tercer. Termini

El termini màxim de la present autorització paisatgística és de quinze (15) dies a partir de la data de la seva col·locació. La lona publicitària romandrà exposada del 9 al 22 de setembre de 2019.

Aquest termini, que és improrrogable, no excedirà en cap cas la durada de les obres de restauració de les façanes de l'edifici ubicat a la rambla de Catalunya núm. 61, de Barcelona, i està supeditat al compliment estricte dels assabentats núms. 3 i 4 de la compareixença de data 11 d'abril de 2019 que consta com a annex 5.

En el cas d'incompliment d'aquesta condició, BlowUP Media España, SA, que actua en nom i representació de PVH STORES SPAIN MODA SL, empresa encarregada de la publicitat exterior de TOMMY HILFIGER, es compromet a retirar al seu càrrec la lona publicitària en 24 hores a

requeriment d'aquest Institut del Paisatge Urbà i a no reclamar per aquest fet cap mena de devolució de la compensació paisatgística que figura al CONVENEN quart, ni indemnització, ni qualsevol altra despesa que d'aquest fet se'n derivi.

Les obres de rehabilitació d'aquesta façana hauran d'estar iniciades en el moment d'aquesta col·locació.

El cost de fabricació (sens perjudici de poder repercutir, totalment o parcialment, el seu cost a la propietat o a tercers), instal·lació, manteniment i desmuntatge de la lona mimètica, així com la responsabilitat civil, aniran a càrrec de BlowUP Media España, SA, tal i com s'han compromès les parts a la compareixença de data 02 de maig de 2019 (annex 5). Mentre duri l'exposició d'aquesta lona, haurà de ser present el faldó identificatiu on s'hauran d'incloure els logos i els eslògans institucionals amb el text i les mides tal com s'especifica al punt "Desè. Identificació i informació".

L'incompliment de col·locar la lona mimètica en els terminis i situacions especificats impossibilitarà la continuïtat de la presència publicitària en el període de les obres en curs.

#### Quart. Reparació de l'impacte paisatgístic: Objecte

L'Institut del Paisatge Urbà ha proposat BlowUP Media España, SA, que actua en nom i representació de PVH STORES SPAIN MODA SL, empresa encarregada de la publicitat exterior de TOMMY HILFIGER, la col·laboració amb el Pla de remodelació de parets mitgeres de la Ciutat, en concepte de reparació de l'impacte paisatgístic de l'ús excepcional del paisatge autoritzat

BlowUP Media España, SA, ha acceptat aquesta proposta, i participarà en l'actuació esmentada aportant la quantitat de CINC MIL SIS-CENTS TRENTA-SIS EUROS AMB ONZE CÈNTIMS (5.636,11€).

#### Cinquè. Modificacions sobrevingudes en l'objecte

Si per circumstàncies sobrevingudes que ho justifiquin, aquesta participació s'hagués de canviar de destinació, sense sobrepassar la xifra acordada i per a qualsevol altra actuació que reuneixi els requisits exigits per l'Ordenança dels usos del paisatge urbà, l'Institut del Paisatge Urbà ho comunicarà fefaentment a l'empresa col·laboradora a través de la persona que la representa en aquest conveni.

Aquesta podrà optar per acceptar o rebutjar el canvi de destinació en el termini de vuit dies naturals des de la comunicació.

#### Sisè. Abonament de les quantitats en què consisteix la reparació

BlowUP Media España, SA, rebrà, a la signatura d'aquest conveni, la factura corresponent a la reparació de l'impacte paisatgístic, per l'import exacte de l'aportació.

Aquest import s'ingressarà el mateix dia de la signatura d'aquest conveni, en el compte corrent número ES08 2100 3000 1922 0163 3296 de La Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona, de la qual és titular l'Institut del Paisatge Urbà, i en què es recullen les col·laboracions econòmiques i les aportacions dels patrocinadors; o s'aportarà una garantia

del seu pagament, que podrà ser en metàl·lic o amb pagarés amb venciment no superior a 60 dies.

Setè. Altres obligacions de l'empresa col·laboradora

Aquesta restauració haurà de contemplar les condicions particulars de la llicència d'obres núm. 02-2019CD02019 emesa pel districte de l'Eixample, amb data 05 de febrer de 2019 (annex 6), així com les condicions d'actuació de l'informe tècnic d'autorització paisatgística de data 26 d'abril de 2019 (annex 7) emès des de la Direcció Tècnica d'aquest Institut del Paisatge Urbà, tal i com s'han compromès les parts a la compareixença de data 02 de maig de 2019 (annex 5).

A més, s'haurà de complir el Pla de Treball de les esmentades obres proposat per l'empresa rehabilitadora, amb el corresponent vistiplau de la direcció facultativa de les obres (annex 8).

S'adjunta com annex 9 el certificat d'ús de la bastida signat pel facultatiu.

Vuitè. Facultats municipals d'inspecció i control

L'Institut del Paisatge Urbà farà les inspeccions necessàries per comprovar i valorar l'adequació a les condicions establertes en aquest conveni i en els seus annexos.

L'ús excepcional del paisatge urbà no autoritzat o que no s'ajusti a les condicions imposades en l'autorització es considera falta molt greu i donarà lloc a una ordre de cessament i de desmuntatge a realitzar dins de les 24 hores següents al requeriment, en cas contrari, l'Institut del Paisatge Urbà, procedirà a l'execució subsidiària.

L'Institut del Paisatge Urbà, en cas d'haver de procedir a la execució subsidiària de la retirada de la lona, repercutirà les despeses originades, així com de qualsevol altra despesa que d'aquest fet se'n derivi a BlowUP Media España, SA, que actua en nom i representació de PVH STORES SPAIN MODA SL, empresa encarregada de la publicitat exterior de TOMMY HILFINGER i sens perjudici de la incoació del corresponent expedient sancionador.

Novè. Normes d'Instal·lació i Despeses

El cost de fabricació, instal·lació, manteniment i desmuntatge de la lona, així com la responsabilitat civil, aniran a càrrec de l'empresa col·laboradora.

En les operacions de muntatge i desmuntatge s'assegurarà en tot moment l'acompliment de les mesures de prevenció de riscos laborals.

El venciment del termini previst comportarà la finalització del dret a l'ús excepcional, i el seu titular restaurarà al seu càrrec i sense necessitat de ser requerit a l'efecte, la realitat física alterada, restituint el paisatge a la seva anterior condició, i comunicant-ho a l'Institut del Paisatge Urbà en el termini de set dies hàbils. L'empresa, d'altra banda, establirà les pòlisses d'assegurances corresponents que cobreixen els riscos d'accident i de responsabilitat civil enfront de terceres persones, per tot el temps de vigència de l'autorització.

L'Ajuntament no assumeix cap responsabilitat a aquests efectes.

## Desè. Identificació i informació

L'empresa col·laboradora es compromet a incorporar en la lona publicitària un faldó informatiu/identificatiu d'aquesta col·laboració a la millora del paisatge urbà, on s'hauran d'incloure els logos i els eslògans institucionals amb el text i les mides que s'adjunten com a annex 9.

Així mateix, en aquest faldó, s'inclourà la referència a la participació segons text facilitat per part d'aquest Institut del Paisatge Urbà, de forma que, el conjunt total ocupi tota l'amplada de la lona publicitària col·locada sobre bastida i amb una alçada de, com a mínim, un metro.

## Onzè. Comunicació

L'Institut del Paisatge Urbà contribuirà també a la divulgació adequada d'aquesta col·laboració de TOMMY HILFIGER, i ho farà en la Memòria d'Activitats. Amb aquesta finalitat, TOMMY HILFIGER, facilitarà els seus logos i/o eslògans a aquest Institut del Paisatge Urbà per tal de poder-ne fer la difusió adequada de tot allò que estigui relacionat amb la signatura d'aquest conveni i/o altres possibles campanyes/presentacions de l'Institut del Paisatge Urbà.

El present conveni de col·laboració es publicarà a la Gasetta Municipal i es comunicarà al Districte territorialment competent.

En senyal d'acceptació i conformitat, els compareixents, en la qualitat amb què actuen, firmen aquest conveni en exemplar duplicat i a un sol efecte, en el lloc i data indicats en l'encapçalament.

Per l'Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida. El gerent, Jordi Campillo Gàmez.

Per BlowUP Media España, SA. L'autoritzada, Silvia Ramón i Pujol.

El secretari delegat, Alejandro Mateos Alonso.