

Publicidade e Ocupação do Espaço Público

Regulamento



agosto de 2013



Regulamento Municipal de Publicidade e de Ocupação do Espaço Público

Nota Justificativa

A Lei n.º 98/97, de 17 de agosto, definiu o enquadramento geral da publicidade exterior, conferindo às Câmaras Municipais, na sua redação inicial, não só competência para o seu licenciamento prévio, como igualmente lhes cometeu a tarefa de definir, à luz dos objetivos fixados na Lei, os critérios que devem nortear o licenciamento da publicidade na área dos respetivos Municípios, tendo sido nesse pressuposto que foi elaborado, em 2007, o Regulamento Municipal de Publicidade do Município de Almodôvar.

Contudo, a evolução normativa e jurisprudencial verificada desde a elaboração do Regulamento em 2007, e que culminou na entrada em vigor do Decreto-lei n.º 48/2011, de 01 de abril e respetivos diplomas regulamentares, implicou a reponderação de diversas matérias e a necessária adequação normativa.

Tal diploma surge no âmbito da iniciativa “Licenciamento Zero”, e visou essencialmente reduzir encargos administrativos sobre cidadãos e empresas, por via da eliminação de licenças autorizações, vistorias e condicionamentos prévios para atividades específicas, substituindo-os por ações sistemáticas de fiscalização *a posteriori* e mecanismos de responsabilização efetiva dos promotores, bem como, simplificar e desmaterializar procedimentos administrativos e modernizar a forma de relacionamento da administração com os cidadãos e empresas.

Nestes termos, procedeu-se à simplificação do regime da ocupação do espaço público, substituindo-se o licenciamento por uma comunicação prévia, designadamente para determinados fins habitualmente conexos com estabelecimentos de restauração ou de bebidas, de comércio de bens, de prestação de serviços ou de armazenagem. Procedeu-se ainda à simplificação do regime de afixação e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, designadamente mediante a eliminação do licenciamento da afixação e inscrição de mensagens publicitárias em determinadas situações.

Contudo, a lei atribuiu aos Municípios a competência para a definição dos critérios a que deverá obedecer a ocupação do espaço público, seja com mobiliário urbano, seja com a instalação de suportes publicitários, critérios esses que serão fundamentais para determinar qual o procedimento de controlo prévio aplicável ao caso concreto.

Neste sentido, e dada corelação passível de existir entre a ocupação do espaço público para determinados fins habitualmente conexos com estabelecimentos de restauração ou de bebidas, de comércio de bens, de prestação de serviços ou de armazenagem, e a instalação de suportes publicitários, optou-se por agrupar num único regulamento o regime a que tais atividades devem obedecer.

Assim, no âmbito do poder regulamentar conferido às autarquias locais pelo Artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, e nos termos do disposto no Artigo 64.º n.º 6 alínea a), em conjugação com o Artigo 53.º n.º 2 alínea a), ambos da Lei n.º 169/99, de 18 de setembro e, bem assim, na Lei n.º 2110 de 19 de agosto de 1961, do Decreto-Lei n.º 105/98 de 24 de abril, da Lei n.º 2/2007, de



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

15 de janeiro, da Lei n.º 53-E/2006 de 29 de dezembro, do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90 de 23 de outubro, nos Artigos 1.º e 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, e do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 01 de abril, todos na redação em vigor à data da sua publicação, foi o Projeto de Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público submetido a discussão pública, nos termos do disposto nos artigos 117.º e 118.º do Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de novembro, todos na sua redação atual.

No decurso do período de Discussão Pública, não foram efetuadas quaisquer sugestões de alteração, e por conseguinte, não foram efetuadas quaisquer alterações à redação apresentada a Discussão Pública, pelo que se apresenta agora o Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público na sua versão final, tendo em vista a sua aprovação pelos órgãos municipais.



Regulamento Municipal de Publicidade e de Ocupação do Espaço Público

CAPÍTULO I

Disposições Gerais

Artigo 1.º

Lei Habilitante

O presente regulamento é elaborado ao abrigo do disposto no Artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, no Artigo 64.º n.º 6 alínea a), em conjugação com o Artigo 53.º n.º 2 alínea a), ambos da Lei n.º 169/99, de 18 de setembro e, bem assim, na Lei n.º 2110 de 19 de agosto de 1961, do Decreto-Lei n.º 105/98 de 24 de abril, da Lei n.º 2/2007, de 15 de janeiro, da Lei n.º 53-E/2006 de 29 de dezembro, do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90 de 23 de outubro, nos Artigos 1.º e 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, e do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 01 de abril, todos na redação em vigor à data da sua publicação.

Artigo 2.º

Objeto e Âmbito de Aplicação

1. O presente regulamento define o regime a que fica sujeita a afixação ou inscrição das mensagens publicitárias destinadas e visíveis do espaço público, a utilização deste com suportes publicitários e ou outros meios, bem como a instalação de mobiliário urbano no Município de Almodôvar.
2. O presente regulamento aplica-se a qualquer forma de publicidade e outras utilizações do espaço público previstas no presente regulamento:
 - a) Quando afixada, inscrita ou instalada em edifícios, equipamento urbano ou suportes publicitários, ou quando ocupe ou utilize o espaço público ou que deste seja visível, ou audível;
 - b) Quando difundida, inscrita ou instalada em veículos e ou reboques, meios aéreos, designadamente aeronaves ou dispositivos publicitários cativos;
3. Não são consideradas atividades publicitárias, para efeitos de aplicação do presente regulamento:
 - a) As mensagens sem fins comerciais, nomeadamente políticas e sindicais;
 - b) Os editais, notificações e demais formas de informação que se relacionem direta ou indiretamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;
 - c) A difusão de comunicados, notas oficiosas ou outros esclarecimentos sobre a atividade de órgãos de soberania e da administração central, regional ou local;
 - d) A divulgação de causas, instituições sociais, entidades ou atividades sem fins comerciais, nomeadamente, culturais, desportivas, recreativas, políticas, sindicais e religiosas.



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

4. Não obstante não serem consideradas atividades publicitárias, as atividades mencionadas no número anterior só poderão ser realizadas nos locais destinados especificamente para esse efeito, e precedidas da necessária autorização, quando aplicável.

Artigo 3.º

Conceitos

Para efeitos do presente regulamento, são aplicáveis, para além das definições constantes do Código da Publicidade, designadamente, os seguintes conceitos:

- a) **Anúncio eletrónico** – o sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo e similares;
- b) **Anúncio iluminado** – o suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- c) **Anúncio luminoso** – o suporte publicitário que emita luz própria;
- d) **Atividade publicitária** – o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que efetuem as referidas operações, tais como operações de conceção, criação, produção, planificação e distribuição publicitárias;
- e) **Balão, insuflável e suportes análogos** – todos os suportes que, para a sua exposição no ar, careçam de gás, podendo estabelecer-se a ligação ao solo por elementos de fixação;
- f) **Bandeira** – suporte publicitário flexível, que permanece oscilante e afixada num poste próprio ou estrutura idêntica, com dois pontos de fixação
- g) **Bandeirola** – o suporte rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;
- h) **Campanhas Publicitárias de Rua** – todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémera, que impliquem ações de rua e de contacto direto com o público, nomeadamente as que consistam em:
 - i. Distribuição de panfletos;
 - ii. Distribuição de produtos;
 - iii. Provas de degustação;
 - iv. Ocupações de via/espço público com objetos ou equipamentos de natureza publicitária ou de apoio relacionadas com aquela finalidade.
- i) **Cavalete** – dispositivo não fixo, apoiado diretamente sobre o solo com estrutura de madeira ou outro material de duas faces, com forma retangular ou quadrada;
- j) **Cartaz** – suporte publicitário constituído por papel, tela ou outro material biodegradável, colado ou por outro meio afixado diretamente em local adequado para o efeito, tal como paramentos ou estruturas amovíveis;



- k) **Chapa** – o suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não excede 0,60 m e a máxima saliência não excede 0,05 m;
- l) **Coluna** – dispositivo dotado de iluminação interior, fixo ao pavimento, com estrutura dinâmica que permite a sua rotação.
- m) **Comunicação Prévia com Prazo** – consiste numa declaração que permite ao interessado proceder à ocupação do espaço público, quando o Presidente da Câmara Municipal territorialmente competente emita despacho de deferimento ou quando este não se pronuncie no prazo de 20 dias, contado a partir do momento do pagamento das taxas devidas, nos casos em que as características e localização do mobiliário urbano não respeitem os limites previstos para a mera comunicação prévia;
- n) **Equipamento urbano** – conjunto de elementos instalados no espaço público com função específica de assegurar a gestão das estruturas e sistemas urbanos, designadamente sinalização viária, semafórica, vertical, horizontal e informativa (direcional e de pré-aviso), candeeiros de iluminação pública, armários técnicos, guardas metálicas, pilaretes e frades;
- o) **Esplanada aberta** – a instalação no espaço público de mesas, cadeiras, guarda-ventos, guarda-sóis, estrados, floreiras, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano, sem qualquer tipo de proteção fixa ao solo, destinada a apoiar estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares ou empreendimentos turísticos;
- p) **Expositor** – a estrutura própria para apresentação de produtos comercializados no interior do estabelecimento comercial, instalada no espaço público;
- q) **Faixa/Fita** – dispositivo inscrito em tela e destacado da fachada do edifício;
- r) **Floreira** – o vaso ou recetáculo para plantas, destinado ao embelezamento, marcação ou proteção do espaço público;
- s) **Guarda-vento** – a armação que protege do vento o espaço ocupado por uma esplanada;
- t) **Letras soltas ou símbolos** – a mensagem publicitária não luminosa, em material autocolante, diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;
- u) **Mera Comunicação Prévia** – consiste numa declaração que permite ao interessado proceder imediatamente à ocupação do espaço público, após o pagamento das taxas devidas, quando estejam verificados os pressupostos previstos para a sua aceitação, nomeadamente ao nível dos critérios estabelecidos no presente Regulamento;
- v) **Moldura** – dispositivo estático ou rotativo constituído por uma superfície delimitada em todos os seus lados, por uma moldura afixada nas fachadas ou empenas dos edifícios;
- w) **MUPI** – Suporte publicitário de duas faces, estático e dotado de iluminação interior, com portas de vidro ou acrílico e fixo ao pavimento por um prumo central ou lateral, podendo, em alguns casos, conter também informação útil para os munícipes;
- x) **Ocupação do espaço público** – qualquer implantação, ocupação, difusão, instalação, afixação ou inscrição, promovida por equipamento urbano, mobiliário urbano, suportes publicitários ou outros



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

meios de utilização do espaço público, no solo, espaço aéreo, fachadas, empenas e coberturas de edifícios;

- y) Painel/Outdoor** - dispositivo constituído por uma superfície para afixação de mensagens publicitárias estáticas ou rotativas, envolvido por uma moldura, e estrutura de suporte fixada diretamente ao solo, com ou sem iluminação;
- z) Pendão** – o suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;
- aa) Placa** – o suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não excede 1,50 m;
- bb) Projeto de ocupação de espaço público** – documento que dispõe sobre a configuração e o tratamento pretendido para o espaço público, integrando e compatibilizando funcional e esteticamente as suas diversas componentes, nomeadamente áreas pedonais, de circulação automóvel, estacionamento, áreas e elementos verdes, equipamento, sinalização e mobiliário urbano, património, infraestruturas técnicas, bem como das ações de reconversão ou modificação desse espaço;
- cc) Propaganda política** – atividade de natureza ideológica ou partidária de cariz não eleitoral que visa diretamente promover os objetivos desenvolvidos pelos seus subscritores;
- dd) Propaganda eleitoral** – toda a atividade que vise diretamente promover candidaturas, seja atividade dos candidatos, dos subscritores das candidaturas ou de partidos políticos que apoiem as diversas candidaturas, bem como a publicação de textos ou imagens que expressem ou reproduzam o conteúdo dessa atividade;
- ee) Propaganda Sindical** – toda a atividade que vise diretamente, de forma organizada, defender os interesses profissionais de determinados grupos profissionais;
- ff) Publicidade** – qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma atividade económica, com o objetivo, direto ou indireto, de promover a comercialização ou alienação de quaisquer bens ou serviços, bem como qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, que não tenham natureza política ou sindical, qualquer que seja o meio difusor ou suporte utilizado, à exceção da imprensa, da rádio e da televisão, incluindo qualquer forma de comunicação da administração pública que tenha por objetivo promover o fornecimento de bens ou serviços;
- gg) Publicidade aérea** – a afixação, inscrição ou difusão temporária de mensagens publicitárias em:
- i. Veículos aéreos, nomeadamente, aviões, helicópteros, zepelins, balões, parapentes e paraquedas;
 - ii. Suportes publicitários aéreos cativos, nomeadamente, insufláveis, balões e equipamentos similares sem contacto com o solo, mas a ele ligados por cabos, e que para a sua exposição no ar careçam de gás.
- hh) Publicidade móvel** – a afixação, inscrição ou difusão temporária de mensagens publicitárias em:



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

- i. Veículos e ou atrelados utilizados para o exercício exclusivo da atividade publicitária, como tal designados por unidades móveis publicitárias;
 - ii. Veículos e ou atrelados e outros meios de locomoção que ostentem mensagens publicitárias relacionadas, ou não, com a atividade que desempenham.
- ii) Publicidade sonora** – a atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária;
- jj) Quiosque** – elemento de mobiliário urbano de construção aligeirada, composto, de um modo geral, por uma base, um balcão, o corpo e a proteção
- kk) Sanefa** – o elemento vertical de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;
- ll) Suporte publicitário** – o meio utilizado para a transmissão de uma mensagem publicitária;
- mm) Tabuleta** – o suporte não luminoso, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, que permite a afixação de mensagens publicitárias em ambas as faces;
- nn) Tela/Lona** – dispositivo de suporte de mensagem publicitária inscrita em tela, afixada nas empenas dos edifícios ou outros elementos de afixação;
- oo) Toldo** – o elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas ou portas de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;
- pp) Vitrina** – o mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, colocado na fachada dos estabelecimentos comerciais, onde se expõem objetos e produtos ou se afixam informações.

Artigo 4.º

Locais e Requisitos para o exercício da atividade publicitária

1. A Câmara Municipal poderá conceder, mediante concessão, o exclusivo para afixação de mensagens publicitárias em locais determinados, tais como tapumes, muros, paredes, vedações, postes e outros suportes.
2. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nos lugares ou espaços de propriedade particular depende do consentimento do respetivo proprietário ou possuidor e deve respeitar as normas em vigor sobre proteção do património arquitetónico e do meio urbanístico, ambiental e paisagístico.
3. Os proprietários ou possuidores de locais onde for afixada ou inscrita publicidade sem o seu consentimento, ou em violação do disposto no presente Regulamento, podem destruí-la, rasgá-la, apagá-la ou inutilizá-la de qualquer forma.
4. Todos os anúncios e reclamos permitidos pelo presente Regulamento deverão ser escritos em português, salvo no caso de designação de firmas e marcas. No caso de se utilizar outra língua, o português terá de figurar em destaque.



Artigo 5.º

Propaganda Eleitoral

1. A afixação de propaganda política não carece de licença prévia da Câmara Municipal, devendo porém respeitar os limites e proibições constantes do Artigo 4.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto.
2. A propaganda referida no número anterior está sujeita a licenciamento quando a referida afixação exija obras de construção civil.
3. Nos períodos de campanha eleitoral, a Câmara Municipal colocará à disposição das forças concorrentes espaços especialmente destinados à sua propaganda, os quais constituirão meios e locais adicionais para a mesma.
4. A distribuição dos referidos espaços será feita de forma equitativa.
5. Até 30 dias do início de cada campanha, a Câmara Municipal publicará editais onde constem os locais em que poderá ser afixada a dita propaganda política.

Artigo 6.º

Princípios Gerais de Ocupação do Espaço Público

1. Sem prejuízo da fixação de critérios adicionais por outras entidades com jurisdição sobre a área do espaço público a ocupar, a ocupação do espaço público deverá obedecer, designadamente, às seguintes regras:
 - a) Não provocar obstrução de perspetivas panorâmicas ou afetar a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem;
 - b) Não prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de ser classificados pelas entidades públicas;
 - c) Não causar prejuízos a terceiros;
 - d) Não apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os da sinalização de tráfego;
 - e) Não prejudicar a circulação dos peões, designadamente dos cidadãos portadores de deficiência.
2. Além disso, não poderá ainda prejudicar:
 - a) A saúde e o bem-estar de pessoas, designadamente por ultrapassar níveis de ruído acima dos admissíveis por lei;
 - b) O acesso a edifícios, jardins e praças;
 - c) A circulação rodoviária e pedonal, designadamente de pessoas com mobilidade reduzida;
 - d) A qualidade das áreas verdes, designadamente por contribuir para a sua degradação ou por dificultar a sua conservação;
 - e) A eficácia da iluminação pública;
 - f) A eficácia da sinalização de trânsito;
 - g) A utilização de outro mobiliário urbano;



- h) A ação dos concessionários que operam à superfície ou no subsolo;
 - i) O acesso ou a visibilidade de imóveis classificados ou em vias de classificação ou onde funcionem hospitais, estabelecimentos de saúde, de ensino ou outros serviços públicos, locais de culto, cemitérios, elementos de estatúria e arte pública, fontes, fontanários e chafarizes;
 - j) Os direitos de terceiros.
3. É interdita a ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outro mobiliário urbano de qualquer tipo, quando se situem em túneis, cruzamentos, entroncamentos, curvas, rotundas e outras situações semelhantes, que correspondam ao prolongamento visual das faixas de circulação automóvel, passíveis de se depararem frontalmente aos automobilistas.

Artigo 7.º

Princípios Gerais de Inscrição e Afixação de Publicidade

1. A afixação e inscrição de Publicidade rege-se pelos princípios consagrados no Código da Publicidade e demais legislação aplicável.
2. Salvo se a mensagem publicitária se circunscrever à identificação da atividade exercida no imóvel ou daquele que a exerce, não é permitida afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, designadamente:
 - a) Os imóveis classificados ou em vias de classificação, nomeadamente os de interesse público, nacional ou municipal;
 - b) Os imóveis contemplados com prémios de arquitetura;
 - c) Os imóveis onde funcionem exclusivamente serviços públicos.
3. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não é permitida sempre que possa causar danos irreparáveis nos materiais de revestimento exterior dos edifícios e que os suportes utilizados prejudiquem o ambiente, afetem a estética ou a salubridade dos lugares ou causem danos a terceiros, nomeadamente quando se trate de:
 - a) Faixas de pano, plástico, papel ou outro material semelhante;
 - b) Pintura e colagem ou afixação de cartazes nas fachadas dos edifícios ou em qualquer outro mobiliário urbano;
 - c) Suportes que excedam a frente do estabelecimento.
4. A afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias não pode prejudicar a segurança de pessoas e bens, designadamente:
 - a) Afetar a iluminação pública;
 - b) Prejudicar a visibilidade de placas toponímicas, semáforos e sinais de trânsito;
 - c) Afetar a circulação de peões, especialmente dos cidadãos com mobilidade reduzida.
5. A afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias nas imediações das vias municipais, fora das áreas urbanas, deve obedecer aos seguintes condicionalismos:



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

- a) Nas estradas municipais, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 15 metros do limite exterior de faixa de rodagem;
 - b) Nos caminhos municipais, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 10 metros do limite exterior da faixa de rodagem;
 - c) Em caso de proximidade de cruzamento ou entroncamento com outras vias de comunicação a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 30 metros do limite exterior da faixa de rodagem.
6. É interdita a instalação, afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nos seguintes locais:
- a) Em placas toponímicas, números de polícia, sinais de trânsito, semáforos, placas informativas sobre edifícios com interesse público;
 - b) Em equipamento móvel urbano, nomeadamente em floreiras, papeleiras ou outros recipientes utilizados para a higiene e limpeza pública, que sejam propriedade do Município de Almodôvar;
 - c) Em templos ou cemitérios;
 - d) Em árvores e espaços verdes.
7. A publicidade sonora deve respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas.

Artigo 8.º

Deveres dos Titulares dos Suportes Publicitários

Constituem deveres do titular do suporte publicitário:

- a) Cumprir as condições gerais e específicas a que a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias estão sujeitas;
- b) Conservar o suporte, bem como a mensagem, em boas condições de conservação e segurança;
- c) Eliminar/Reparar quaisquer danos em bens públicos resultantes da afixação ou inscrição da mensagem publicitária.



CAPÍTULO II

Procedimentos de Controlo Prévio

SECÇÃO I

Ocupação do Espaço Público

Artigo 9.º

Mera Comunicação Prévia

1. A ocupação do espaço público é objeto de mera comunicação prévia ao Município, através do “Balcão do Empreendedor”, gerido pela AMA, IP, nos seguintes casos:
 - a) No caso dos toldos e das respetivas sanefas, das floreiras, das vitrinas, dos expositores, das arcas e máquinas de gelados, dos brinquedos mecânicos e dos contentores para resíduos provenientes da atividade normal do estabelecimento, quando a sua instalação for efetuada junto à fachada do estabelecimento;
 - b) No caso das esplanadas abertas, quando a sua instalação for efetuada em área contígua à fachada do estabelecimento e a ocupação transversal da esplanada não exceder a largura da fachada do respetivo estabelecimento;
 - c) No caso dos guarda-ventos, quando a sua instalação for efetuada junto das esplanadas, perpendicularmente ao plano marginal da fachada e o seu avanço não ultrapassar o da esplanada;
 - d) No caso dos estrados, quando a sua instalação for efetuada como apoio a uma esplanada e não exceder a sua dimensão;
 - e) No caso dos suportes publicitários:
 - i. Quando a sua instalação for efetuada na área contígua à fachada do estabelecimento e não exceder a largura da mesma, considerando-se como tal o suporte de publicidade que tenha contacto, suporte ou apoio permanente na sobredita fachada; ou
 - ii. Quando a mensagem publicitária for afixada ou inscrita na fachada ou em mobiliário urbano referido nas alíneas anteriores.
2. A comunicação referida no número anterior deve conter os seguintes dados:
 - a) A identificação do titular da exploração do estabelecimento, com menção do nome ou firma e do número de identificação fiscal;
 - b) O endereço da sede da pessoa coletiva ou do empresário em nome individual;
 - c) O endereço do estabelecimento ou armazém e o respetivo nome ou insígnia;
 - d) O código de acesso à certidão permanente do registo comercial, caso se trate de pessoa coletiva sujeita a registo comercial;



- e) Consentimento de consulta da declaração de início ou de alteração de atividade, caso se trate de pessoa singular.
 - f) A indicação do fim pretendido com a ocupação do espaço público;
 - g) A identificação das características do mobiliário urbano a colocar, com menção dos materiais, formas, cores;
 - h) A indicação do local onde irá ser implantado esse mobiliário urbano, nomeadamente através de fotomontagem esclarecedora da pretensão, ou outro meio idóneo;
 - i) Declaração do titular da exploração de que respeita integralmente as obrigações legais e regulamentares sobre a ocupação do espaço público, nomeadamente, no que concerne às condições de instalação do mobiliário urbano, previstas no Capítulo III do presente Regulamento.
3. A apresentação da comunicação prévia pressupõe o cumprimento das condições de instalação do mobiliário urbano, previstas no Capítulo III do presente Regulamento, e a prévia liquidação junto do Município das taxas especialmente previstas no Regulamento de Liquidação e Cobrança de Taxas e Outras Receitas Municipais do Município de Almodôvar, as quais são devidas pelo ano civil à qual a utilização se reporta ou sua fração.
4. A falta de um elemento essencial numa mera comunicação prévia, que não seja suprida no prazo fixado para o efeito através de notificação eletrónica, configura uma contraordenação, prevista e punida nos termos legais.
5. Constitui obrigação do titular da exploração do estabelecimento manter todos os dados comunicados atualizados, devendo proceder a essa atualização no prazo de 60 dias após a ocorrência de qualquer alteração, salvo nos casos em que tal ocupação tenha já sido comunicada aquando da instalação do estabelecimento.

Artigo 10.º

Comunicação Prévia com Prazo

- 1. Nos casos em que os equipamentos referidos no n.º 1 do artigo anterior não respeitem as características e limites constantes do mesmo, a utilização do espaço público encontra-se sujeita ao procedimento de Comunicação Prévia com Prazo, estando sujeita a despacho do Presidente da Câmara num prazo de 20 dias, contado a partir do momento do pagamento das taxas devidas.
- 2. A comunicação prévia com prazo apenas se considera entregue quando instruída com os elementos referidos no artigo anterior, bem como demais elementos específicos e complementares exigidos nos termos do presente Regulamento, e se mostrarem pagas as taxas devidas.
- 3. Constitui obrigação do titular da exploração do estabelecimento manter todos os dados comunicados atualizados, devendo proceder a essa atualização no prazo de 60 dias após a ocorrência de qualquer alteração, salvo nos casos em que tal ocupação tenha já sido comunicada aquando da instalação do estabelecimento



Artigo 11.º

Elementos Específicos e Complementares

1. No âmbito da ocupação do espaço público, sem prejuízo do referido no artigo anterior, devem ser juntos ao processo, no caso de:
 - a) **Expositores, arcas ou máquinas de gelados** – fotografia, catálogo ou desenho do equipamento, com menção da eficiência energética, quando aplicável;
 - b) **Floreiras** – indicação das espécies a instalar; fotografia, catálogo ou desenho do equipamento a utilizar indicando, com precisão as respetivas dimensões e o local da colocação;
 - c) **Quiosques com publicidade** – desenho da banca a colocar com a indicação das dimensões, do material, cor e produto a divulgar;
 - d) **Guarda-ventos e semelhantes** – desenho de equipamento à escala de 1:10 ou 1:20;
 - e) **Esplanadas com ou sem publicidade** – fotografia, catálogo ou desenho do equipamento amovível a utilizar (mesas, cadeiras e chapéus de sol); planta de implantação da esplanada à escala de 1/50;
 - f) **Estrados** – desenho à escala de 1/20 e os elementos referidos na alínea b), quando aplicáveis;
 - g) **Outras ocupações temporárias ou semelhantes com publicidade inscrita** – indicação do conteúdo da mensagem publicitária.
2. Quando a ocupação pretendida seja espacialmente relevante e interfira em áreas pedonais, deverá ser entregue ainda, complementarmente, um Projeto de ocupação do espaço público, o qual se traduz num documento que dispõe sobre a configuração e o tratamento pretendido para o espaço público, integrando a compatibilizando funcional e esteticamente as suas diversas componentes, nomeadamente áreas pedonais, de circulação automóvel, estacionamento, áreas e elementos verdes, equipamento, sinalização e mobiliário urbano, património, infraestruturas técnicas, bem como das ações de reconversão ou modificação desse espaço.
3. Quando a complexidade da estrutura ou a área abrangida assim o exija, deverão ainda ser apresentados os seguintes elementos:
 - a) Memória Descritiva da utilização pretendida para o espaço público a ocupar;
 - b) Projeto e termo de responsabilidade do técnico autor do mesmo, designadamente no âmbito da engenharia, caso se trate de estruturas cujas características o exijam, ou técnicos ou outras entidades qualificadas nas áreas da arquitetura e ou arquitetura paisagista;
 - c) Termo de responsabilidade subscrito pelo titular do direito ou contrato de seguro de responsabilidade civil celebrado para período compatível com a ocupação, caso esta possa, eventualmente, representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas;
 - d) Estudo de iluminação, quando necessário;
 - e) Esquema de ligação às redes de água, saneamento e eletricidade ou outros, quando aplicável, de acordo com as normas adequadas à atividade a desenvolver.



Artigo 12.º

Licenciamento

As restantes formas de ocupação do espaço público, aéreo ou terrestre, para fins distintos dos mencionados no artigo 9.º n.º 1 do presente Regulamento, encontram-se sujeitas a licenciamento, sendo aplicáveis, com as necessárias adaptações, o disposto nos Artigos 14.º e seguintes do presente Regulamento.

SECÇÃO II

Afixação, Inscrição ou Difusão de Mensagens Publicitárias

Artigo 13.º

Disposição Geral

1. A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias está isenta de qualquer tipo de controlo prévio, ato permissivo ou comunicação, nos seguintes casos:
 - a) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial sejam afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e não sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
 - b) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial sejam afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e a mensagem publicite os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou esteja relacionada com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
 - c) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial ocupam o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração, considerando-se como tal a mensagem de publicidade que tenha contacto, suporte ou apoio permanente na sobredita fachada, ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento, desde que cumpram o disposto no presente Regulamento.
2. Será ainda isenta de licença a afixação de cartazes ou meios publicitários similares por parte de associações, clubes ou outras entidades sem fins lucrativos, públicas ou privadas, quando se encontrem cumulativamente verificados os seguintes pressupostos:
 - a) Os cartazes ou meios publicitários similares se encontrem no interior dos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, ainda que sejam visíveis a partir do espaço público;
 - b) Estes se destinem a promover as respetivas atividades ou eventos.



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

3. Fora dos casos referidos nos números anteriores, a instalação, afixação ou inscrição de mensagens publicitárias encontra-se sujeita a licenciamento, nos termos dos artigos seguintes.
4. Quando esteja em causa a difusão de mensagens publicitárias, o respetivo projeto deve ser elaborado, preferencialmente, por técnicos ou outras entidades qualificadas nas áreas da comunicação e ou *design*.
5. A isenção prevista na alínea c) do n.º 1 não exime o interessado de efetuar a comunicação prévia, ou comunicação prévia com prazo, consoante os casos, para instalação do respetivo suporte publicitário.

Artigo 14.º

Licenciamento

1. O pedido de licenciamento deve ser efetuado por meio de requerimento dirigido ao Presidente da Câmara Municipal, apresentado em duplicado, e do qual deve constar os seguintes elementos:
 - a) A identificação e residência ou sede do requerente, incluindo o número de Bilhete de Identidade ou Cartão do Cidadão, no caso de pessoas singulares nacionais ou número e demais dados do respetivo passaporte, no caso de pessoas singulares estrangeiras;
 - b) O número de identificação fiscal da pessoa individual ou coletiva e fotocópia do registo comercial, no caso destas últimas;
 - c) A menção à legitimidade do requerente, designadamente proprietário, possuidor, locatário, mandatário, ou titular de outro direito que permita a apresentação do pedido, a qual deve ser devidamente comprovada;
 - d) A indicação exata do local a ocupar ou para o qual se pretende efetuar o licenciamento;
 - e) O período de ocupação, utilização, difusão ou visualização pretendido;
 - f) A data e a assinatura do requerente ou de outrem, a seu rogo, se o mesmo não souber ou não puder assinar.
2. Sem prejuízo dos demais elementos a aditar em função dos meios de publicitação ou ocupação do espaço públicos específicos, o requerimento deve ser acompanhado de:
 - a) Documento comprovativo de que o requerente é proprietário, possuidor, locatário mandatário ou titular de outro direito sobre o bem no qual se pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária ou que baseie a sua pretensão de ocupação do espaço público;
 - b) Autorização do respetivo proprietário, bem como documento que prove essa qualidade, caso o requerente não possua qualquer direito sobre os bens a que se refere o pedido de licenciamento;
 - c) Alvará de licença ou de autorização de utilização, quando for caso disso;
 - d) Cópia não certificada de certidão da conservatória de registo predial, quando o pedido incida sobre bens imóveis;



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

- e) No caso de edifícios submetidos ao regime de propriedade horizontal nos termos da lei em vigor, o requerente deve juntar ata de reunião do condomínio ou documento equivalente na qual seja autorizada a instalação de publicidade e ocupação do espaço aéreo;
 - f) Memória descritiva do meio de suporte publicitário, com indicação de textura e cor dos materiais a utilizar;
 - g) Planta de localização à escala 1/2000 ou 1/1000 com indicação do local pretendido para utilização e outro meio mais adequado para a sua exata localização, quando necessário;
 - h) Descrição gráfica do meio ou suporte publicitário, através de plantas, cortes e alçados a escala não inferior a 1/50, com indicação do elemento a licenciar, bem como da forma, dimensão e balanço de afixação, quando aplicável;
 - i) Fotomontagem ou fotografias a cores, formato mínimo 100 X 150 mm, não inferior a duas, apostas em folha A4, indicando o local previsto para a colocação do suporte publicitário;
 - j) Projeto e termo de responsabilidade do técnico autor do mesmo, designadamente no âmbito da engenharia, caso se trate de estruturas cujas características o exijam;
 - k) Para além do projeto referido na alínea anterior, quando o suporte publicitário implique a ocupação de espaço público, o respetivo projeto deve ser elaborado, preferencialmente por técnicos ou outras entidades qualificadas nas áreas da arquitetura e ou arquitetura paisagista;
 - l) Termo de responsabilidade subscrito pelo titular do direito ou contrato de seguro de responsabilidade civil celebrado para período compatível com o licenciamento pretendido para meio ou suporte publicitário ou para uma ocupação que possa, eventualmente, representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas.
 - m) Estudo de iluminação, quando necessário;
 - n) Esquema de ligação às redes de eletricidade ou outros, quando aplicável, de acordo com as normas adequadas à atividade a desenvolver.
3. Caso a publicidade incida sobre imóveis de habitação ou utilização coletiva contíguos a outros, a fotomontagem referida na alínea i) do número anterior deve abranger os alçados de conjunto numa extensão mínima de 10 m para cada um dos lados do imóvel em causa, tendo em vista uma melhor integração do suporte publicitário na sua forma final.
4. Salvo casos devidamente fundamentados pela natureza do evento, o pedido de licenciamento deve ser requerido com a antecedência mínima de 22 dias úteis em relação à data pretendida para o início da ocupação ou utilização.

Artigo 15.º

Elementos Específicos

1. No âmbito da publicidade, sem prejuízo do referido no artigo anterior, devem ser juntos ao processo:



- a) **Para a publicidade com cartazes temporários relativos a eventos** – Declaração da entidade promotora pela qual a mesma se compromete, no prazo de 5 dias úteis após o acontecimento, a retirar a publicidade;
- b) **Para a publicidade exibida em unidades móveis publicitárias** – Desenho do meio ou suporte, com indicação da forma e dimensões da inscrição ou afixação; fotografia a cores do(s) veículo(s) com montagem do grafismo a colocar e com a matrícula legível, aposta em folha A4; Fotocópia do registo de propriedade e do livrete do veículo; declaração do proprietário do veículo, quando não seja o apresentante, autorizando a colocação de publicidade; Comprovativo do pagamento do Imposto Único de Circulação; Fotocópia da ficha de inspeção técnica emitida pelo IMTT, ou declaração do proprietário de que o veículo tem a inspeção técnica válida;
- c) **Para a publicidade exibida em reboques** – Desenho do meio ou suporte aplicado no reboque, com indicação da forma e dimensões da inscrição ou afixação; fotografia a cores do(s) mesmo(s) com montagem do grafismo a colocar e com a matrícula do veículo que reboca legível, aposta em folha A4; esquema com o percurso do reboque publicitário; quando for acompanhado de publicidade sonora, pedido da licença especial de ruído;
- d) **Para publicidade exibida em transportes aéreos** – Plano de voo da aeronave e declaração, sob compromisso de honra, de que ação publicitária não contende com zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas;
- e) **Para a publicidade exibida em dispositivos aéreos cativos** – Declaração, sob compromisso de honra, de que a ação publicitária não contende com zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas; autorização prévia e expressa dos titulares de direitos ou jurisdição sobre os espaços onde se pretende a sua instalação; parecer dos Bombeiros da área onde se efetua a instalação;
- f) **Para a publicidade sonora direta na via pública ou para a via pública** – licença especial de ruído;
- g) **Para a publicidade em mupis** – planta de localização;
- h) **Para a publicidade em mastros e bandeiras** – descrição ou esquema da bandeira;
- i) **Campanha publicitária de rua** – Maqueta do panfleto ou produto a divulgar e desenho do equipamento de apoio; descrição sucinta da campanha com indicação da forma, dimensões e balanço de afixação, quando for o caso; número de participantes; modo de identificação dos mesmos.

Artigo 16.º

Elementos Complementares

1. Até à decisão final, pode solicitar-se ao requerente a indicação ou a apresentação de quaisquer outros elementos ou esclarecimentos necessários à apreciação do pedido, estabelecendo-se um prazo de 15 dias para o efeito, designadamente:



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

- a) Autorização de outros proprietários, possuidores, locatários ou outros detentores legítimos que possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição da publicidade ou ocupação do espaço pretendidas;
 - b) Estudos de integração visual ou paisagística quando a publicidade se revele de grande impacto;
2. A falta da indicação ou apresentação dos elementos ou esclarecimentos solicitados nos termos do número anterior implica o arquivamento do processo.

Artigo 17.º

Pareceres

1. Para instrução do processo de licenciamento, o interessado deve colher previamente os pareceres legal e regulamentarmente exigidos, em função do caso concreto, designadamente do IGESPAR, IP, das Estradas de Portugal, IP, do IMTT, IP, do Turismo de Portugal, IP, do ICNF, IP, da ANSR, ou outra entidade com jurisdição sobre o local onde pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária.
2. Sem prejuízo do número anterior, a Câmara Municipal, pode, sempre que entenda necessário, solicitar pareceres a outras entidades, com vista à salvaguarda dos interesses e valores que pretenda acautelar no licenciamento.
3. Os pareceres solicitados nos termos do número anterior devem ser emitidos no prazo de 30 dias, contados da data do envio do ofício à entidade a consultar, findo o qual serão considerados pareceres favoráveis.
4. Caso os pareceres não sejam emitidos no prazo previsto no número anterior, o procedimento pode prosseguir e vir a ser decidido sem aqueles.

Artigo 18.º

Suprimento de Deficiências do Requerimento Inicial

Se o pedido de licenciamento não satisfizer o disposto nos artigos anteriores, ou caso seja necessária a prestação de informações ou a apresentação de provas, deve o requerente ser notificado para suprir as deficiências existentes, no prazo de 15 dias contados a partir da data da notificação.

Artigo 19.º

Isenções e Reduções

As reduções e isenções específicas aplicáveis ao presente regulamento são as previstas no Regulamento de Liquidação e Cobrança de Taxas e Outras Receitas Municipais do Município de Almodôvar.

Artigo 20.º

Indeferimento do Pedido de Licenciamento

O pedido de licenciamento é indeferido com base em qualquer dos seguintes fundamentos:



- a) Violação de disposições legais e regulamentares e ou de normas técnicas gerais e específicas aplicáveis, designadamente as previstas no presente Regulamento;
- b) Quando por motivos imprevistos de ordem objetiva, jurídica ou física, não concretizáveis nem ponderáveis no momento de apresentação do pedido, seja manifestamente inviável deferir a pretensão.

Artigo 21.º

Audiência dos Interessados

Antes da decisão final sobre o pedido de licenciamento, deve proceder-se à audiência dos interessados, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 22.º

Decisão

- 1. A decisão sobre o pedido de licenciamento deve ser proferida no prazo de 20 dias contados da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à decisão, e deve ser precedida de parecer dos serviços técnicos.
- 2. Sem prejuízo de outras menções especialmente exigidas, devem constar da decisão proferida pelo órgão instrutor os seguintes elementos:
 - a) A identificação do requerente (nome ou denominação social do requerente consoante se trate de pessoa singular ou pessoa coletiva);
 - b) A enunciação do pedido formulado;
 - c) A descrição da situação existente;
 - d) A discriminação dos pareceres existentes e sua natureza, obrigatória ou não e sua vinculatividade;
 - e) A exposição dos fundamentos de facto e de direito da decisão tomada, quando se decida em contrário à pretensão do requerente;
 - f) A data em que é proferida a decisão;
 - g) A identificação do órgão que proferiu a decisão e a menção da delegação ou subdelegação de competências, quando exista;
 - h) Prazo de duração da licença.
- 3. Em caso de deferimento, a notificação da decisão deve ser enviada ao requerente no prazo de 8 dias e incluir a indicação do local e do prazo para o levantamento do alvará de licença e para o pagamento da taxa respetiva.
- 4. A decisão que tenha deferido o pedido de licenciamento, caduca se, no prazo de 20 dias a contar da respetiva notificação, não for levantado o alvará de licença de publicidade.



Artigo 23.º

Licença de Publicidade

1. A licença será concedida pelo prazo de um ano ou fração, contado da data de emissão do respetivo alvará ou averbamento da renovação, podendo ser renovada por período igual ou inferior àquele por que foi concedida.
2. Caso a licença tenha sido emitida para a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias relativas a evento a ocorrer em período determinado caducará no termo desse período.
3. A licença atribuída nos termos do n.º 1 do presente artigo renova-se automaticamente pelo período de um ano e, findo este, automática e sucessivamente por iguais períodos, desde que o titular pague a respetiva taxa e entregue os seguintes elementos na Câmara Municipal:
 - a) Termo de responsabilidade subscrito pelo titular do direito ou contrato de seguro de responsabilidade civil celebrado para período compatível com o licenciamento pretendido para meio ou suporte publicitário ou para uma ocupação que possa, eventualmente, representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas, quando o mesmo tenha sido entregue aquando do pedido de licenciamento;
 - b) Termo de responsabilidade no qual o interessado declare por sua honra e sob pena de responsabilidade penal, a manutenção dos demais requisitos que fundamentaram a atribuição da licença.
4. O disposto no número anterior não será aplicável quando:
 - a) A Câmara Municipal notificar, por escrito, o titular, com a antecedência mínima de 30 dias, de decisão em sentido contrário;
 - b) O titular comunicar, por escrito, à Câmara Municipal, com a antecedência mínima de 30 dias, intenção em sentido contrário.
5. O titular só pode exercer os direitos que lhe são conferidos pelo licenciamento depois do pagamento da taxa respetiva.
6. O Alvará de Licença de Publicidade especifica as condições a observar pelo titular, nomeadamente:
 - a) A identificação do requente (nome ou denominação social do requerente consoante se trate de pessoa singular ou pessoa coletiva);
 - b) O objeto do licenciamento, designadamente o local e a área;
 - c) A descrição dos elementos a utilizar;
 - d) O prazo de duração;
 - e) O prazo para renovação da licença, caso exista essa suscetibilidade legal ou regulamentar;
 - f) Os deveres do titular da licença referindo a respetiva base legal ou regulamentar.



Artigo 24.º

Alteração da Mensagem Publicitária

Qualquer alteração da mensagem publicitária cujo pedido de licenciamento tenha sido deferido pela Câmara Municipal, implica novo pedido de licenciamento.

Artigo 25.º

Taxas

1. Pelas licenças de publicidade ou sua renovação são devidas taxas estabelecidas na tabela anexa ao Regulamento de Liquidação e Cobrança de Taxas e Outras Receitas Municipais do Município de Almodôvar em vigor.
2. As taxas são liquidadas com o deferimento do pedido de licenciamento e pagas antes do levantamento do alvará de licença.
3. No caso da renovação automática da licença, o pagamento da respetiva taxa será precedido da emissão de aviso e terá lugar no 1º trimestre do ano a que respeita, implicando o não pagamento neste prazo a sua cobrança coerciva ou a remoção do suporte e mensagem publicitária.
4. O não pagamento da taxa determina a caducidade da licença.



CAPÍTULO III

Condições de Instalação do Mobiliário Urbano

Artigo 26.º

Condições de instalação e manutenção de um toldo e da respetiva sanefa

1. A instalação de um toldo e da respetiva sanefa deve respeitar as seguintes condições:
 - a) Em passeio de largura superior a 2 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio;
 - b) Em passeio de largura inferior a 2 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,40 m em relação ao limite externo do passeio;
 - c) Observar uma distância do solo igual ou superior a 2,50 m, mas nunca acima do nível do teto do estabelecimento comercial a que pertença;
 - d) Não exceder um avanço superior a 3 m;
 - e) Não exceder os limites laterais das instalações pertencentes ao respetivo estabelecimento;
 - f) O limite inferior de uma sanefa deve observar uma distância do solo igual ou superior a 2,50 m;
 - g) Não se sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo.
2. O toldo e a respetiva sanefa não podem ser utilizados para pendurar ou afixar qualquer tipo de objetos.
3. Nos casos em que os estabelecimentos estejam inseridos em imóveis classificados, em vias de classificação, ou em zona de proteção dos mesmos, as únicas referências publicitárias permitidas são as respeitantes ao nome do estabelecimento e à atividade do mesmo, e apenas quando inscritas nas abas dos toldos.
4. O titular do estabelecimento é responsável pelo bom estado de conservação e limpeza do toldo e da respetiva sanefa.

Artigo 27.º

Condições de instalação e manutenção de uma esplanada aberta

1. Na instalação de uma esplanada aberta devem respeitar-se as seguintes condições:
 - a) Ser contígua à fachada do respetivo estabelecimento;
 - b) A ocupação transversal não pode exceder a largura da fachada do respetivo estabelecimento;
 - c) Deixar um espaço igual ou superior a 0,90 m em toda a largura do vão de porta, para garantir o acesso livre e direto à entrada do estabelecimento;
 - d) Não alterar a superfície do passeio onde é instalada, sem prejuízo do disposto no artigo 29.º;
 - e) Não ocupar mais de 50 % da largura do passeio onde é instalada;
 - f) Garantir um corredor para peões de largura igual ou superior a 2 m contados:



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

- i. A partir do limite externo do passeio, em passeio sem caldeiras;
 - ii. A partir do limite interior ou balanço do respetivo elemento mais próximo da fachada do estabelecimento, em passeios com caldeiras ou outros elementos ou tipos de equipamento urbano.
- g)** Quando a fachada for comum a vários estabelecimentos, é indispensável a autorização escrita dos respetivos proprietários.
2. Quando se trate de esplanadas integradas em imóveis classificados, em vias de classificação ou abrangidas por zonas de proteção das mesmas, só será autorizada a utilização de mobiliário urbano em metal ou em madeira.
 3. Os proprietários, os concessionários ou os exploradores de estabelecimentos são responsáveis pelo estado de limpeza dos passeios e das esplanadas abertas na parte ocupada e na faixa contígua de 3 m.

Artigo 28.º

Restrições de instalação de uma esplanada aberta

1. O mobiliário urbano utilizado como componente de uma esplanada aberta deve cumprir os seguintes requisitos:
 - a) Ser instalado exclusivamente na área comunicada de ocupação da esplanada;
 - b) Ser próprio para uso no exterior e de uma cor adequada ao ambiente urbano em que a esplanada está inserida;
 - c) Os guarda-sóis serem instalados exclusivamente durante o período de funcionamento da esplanada e suportados por uma base que garanta a segurança dos utentes;
 - d) Os aquecedores verticais serem próprios para uso no exterior e respeitarem as condições de segurança.
2. Nos passeios com paragens de veículos de transportes coletivos de passageiros não é permitida a instalação de esplanada aberta numa zona de 5 m para cada lado da paragem.

Artigo 29.º

Condições de instalação de estrados

1. É permitida a instalação de estrados como apoio a uma esplanada, quando o desnível do pavimento ocupado pela esplanada for superior a 5 % de inclinação.
2. Os estrados devem ser amovíveis e construídos, preferencialmente, em módulos de madeira.
3. Sem prejuízo da observância critérios e princípios gerais de ocupação do espaço público, na instalação de estrados são salvaguardadas as condições de segurança da circulação pedonal, sobretudo a acessibilidade dos cidadãos com mobilidade reduzida, nos termos da legislação em vigor.



4. Os estrados não podem exceder a cota máxima da soleira da porta do estabelecimento respetivo ou 0,25 m de altura face ao pavimento.

Artigo 30.º

Condições de instalação de um guarda-vento

1. O guarda-vento deve ser amovível e instalado exclusivamente durante o horário de funcionamento do respetivo estabelecimento.
2. A instalação de um guarda-vento deve ser feita nas seguintes condições:
 - a) Junto de esplanadas, perpendicularmente ao plano marginal da fachada;
 - b) Não ocultar referências de interesse público, nem prejudicar a segurança, salubridade e boa visibilidade local ou as árvores porventura existentes;
 - c) Não exceder 2 m de altura contados a partir do solo;
 - d) Sem exceder 3,50 m de avanço, nunca podendo exceder o avanço da esplanada junto da qual está instalado;
 - e) Garantir no mínimo 0,05 m de distância do seu plano inferior ao pavimento, desde que não tenha ressaltos superiores a 0,02 m;
 - f) Utilizar vidros inquebráveis, lisos e transparentes, que não excedam as seguintes dimensões:
 - i. Altura: 1,35 m;
 - ii. Largura: 1 m;
 - g) A parte opaca do guarda-vento, quando exista, não pode exceder 0,60 m contados a partir do solo.
3. Na instalação de um guarda-vento deve ainda respeitar-se uma distância igual ou superior a:
 - a) 0,80 m entre o guarda-vento e outros estabelecimentos, montras e acessos;
 - b) 2 m entre o guarda-vento e outro mobiliário urbano.

Artigo 31.º

Condições de instalação de uma vitrina

Na instalação de uma vitrina devem respeitar-se as seguintes condições:

- a) Não se sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas ou a outros elementos com interesse arquitetónico e decorativo;
- b) A altura da vitrina em relação ao solo deve ser igual ou superior a 1,40 m;
- c) Não exceder 0,15 m de balanço em relação ao plano da fachada do edifício.



Artigo 32.º

Condições de instalação de um expositor

1. Por cada estabelecimento é permitido apenas um expositor, instalado exclusivamente durante o seu horário de funcionamento.
2. O expositor apenas pode ser instalado em passeios com largura igual ou superior a 2 m, devendo respeitar as seguintes condições de instalação:
 - a) Ser contíguo ao respetivo estabelecimento;
 - b) Reservar um corredor de circulação de peões igual ou superior a 1,50 m entre o limite exterior do passeio e o prédio;
 - c) Não prejudicar o acesso aos edifícios contíguos;
 - d) Não exceder 1,50 m de altura a partir do solo;
 - e) Reservar uma altura mínima de 0,20 m contados a partir do plano inferior do expositor ao solo ou 0,40 m quando se trate de um expositor de produtos alimentares.

Artigo 33.º

Condições de instalação de um cavalete

1. Por cada estabelecimento é permitido apenas a colocação de um cavalete, instalado exclusivamente durante o seu horário de funcionamento, o qual não poderá exceder a largura de 0,80 m e a altura de 1,20 m
2. Os cavaletes devem ser colocados em passeios com largura igual ou superior a 2 m, ou outras zonas pedonais, a uma distância nunca superior a 10 m dos locais ou estabelecimentos que publicitam.
3. Deverá ainda ser salvaguardada uma largura mínima de passeio de 1,50 m e uma distância mínima ao lancil de 0,60 m

Artigo 34.º

Condições de instalação de uma arca ou máquina de gelados

Na instalação de uma arca ou máquina de gelados devem respeitar-se as seguintes condições de instalação:

- a) Ser contígua à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
- b) Não exceder 1 m de avanço, contado a partir do plano da fachada do edifício;
- c) Deixar livre um corredor no passeio com uma largura não inferior a 1,50 m.

Artigo 35.º

Condições de instalação de um brinquedo mecânico ou similar

1. Por cada estabelecimento é permitido apenas um brinquedo mecânico e equipamento similar, servindo exclusivamente como apoio ao estabelecimento.



2. A instalação de um brinquedo mecânico ou de um equipamento similar deve ainda respeitar as seguintes condições:
 - a) Ser contígua à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
 - b) Não exceder 1 m de avanço, contado a partir do plano da fachada do edifício;
 - c) Deixar livre um corredor no passeio com uma largura não inferior a 1,50 m.

Artigo 36.º

Condições de instalação e manutenção de uma floreira

1. A floreira deve ser instalada junto à fachada do respetivo estabelecimento.
2. As plantas utilizadas nas floreiras não podem ter espinhos, bagas venenosas ou outros elementos tóxicos.
3. O titular do estabelecimento a que a floreira pertença deve proceder à sua limpeza, rega e substituição das plantas, sempre que necessário.

Artigo 37.º

Condições de instalação e manutenção de um contentor para resíduos

1. O contentor para resíduos deve ser instalado contiguamente ao respetivo estabelecimento, servindo exclusivamente para seu apoio.
2. Sempre que o contentor para resíduos se encontre cheio deve ser imediatamente limpo ou substituído.
3. A instalação de um contentor para resíduos no espaço público não pode causar qualquer perigo para a higiene e limpeza do espaço.
4. O contentor para resíduos deve estar sempre em bom estado de conservação, nomeadamente no que respeita a pintura, higiene e limpeza.



CAPÍTULO IV

Condições de Instalação de suportes publicitários e de afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias

SECÇÃO I

Regras Gerais

Artigo 38.º

Condições de instalação de um suporte publicitário

1. A instalação de um suporte publicitário deve respeitar as seguintes condições:
 - a) Em passeio de largura superior a 1,20 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio;
 - b) Em passeio de largura inferior a 1,20 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,40 m em relação ao limite externo do passeio.
2. Em passeios com largura igual ou inferior a 1 m não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

Artigo 39.º

Condições de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano

1. É permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano.
2. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial numa esplanada deve limitar-se ao nome comercial do estabelecimento, a mensagem comercial relacionada com bens ou serviços comercializados no estabelecimento ou ao logótipo da marca comercial, desde que afixados ou inscritos nas costas das cadeiras e nas abas pendentes dos guarda-sóis, com as dimensões máximas de 0,20 m x 0,10 m por cada nome ou logótipo.

Artigo 40.º

Condições e restrições de difusão de mensagens publicitárias sonoras

1. É permitida a difusão de mensagens publicitárias sonoras de natureza comercial que possam ser ouvidas dentro dos respetivos estabelecimentos ou na via pública, cujo objetivo imediato seja atrair ou reter a atenção do público.
2. A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial apenas pode ocorrer:
 - a) No período compreendido entre as 9 e as 20 horas;



- b) A uma distância mínima de 300 m de edifícios escolares, durante o seu horário de funcionamento, de hospitais, cemitérios e locais de culto.

SECÇÃO II

Regras Especiais

Artigo 41.º

Condições e restrições de afixação de cartazes e meios publicitários similares

1. Só podem ser afixados cartazes e meios publicitários similares em suporte autorizado, em vedações, tapumes, muros ou paredes, desde que:
 - a) Os mesmos sejam propriedade dos interessados ou estes sejam titulares de autorização que lhes confira o direito à afixação;
 - b) Os mesmos sejam removidos pelos seus promotores ou beneficiários no prazo de cinco dias, contados a partir da data de verificação do evento, devendo estes proceder à limpeza do espaço ou área ocupados por aqueles.
2. Quando a remoção ou limpeza não sejam efetuadas no prazo previsto no número anterior, o Município procederá à sua remoção, ficando os beneficiários da publicidade sujeitos, para além da contraordenação aplicável, ao pagamento das respetivas despesas.

Artigo 42.º

Condições e restrições de aplicação de chapas, placas e tabuletas

1. Em cada edifício, as chapas, placas ou tabuletas devem apresentar dimensão, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.
2. A instalação das chapas deve fazer-se a uma distância do solo igual ou superior ao nível do piso do 1.º andar dos edifícios.
3. A instalação de uma placa deve respeitar as seguintes condições:
 - a) Não se sobrepor a gradeamentos ou zonas vazadas em varandas;
 - b) Não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas.
4. As placas só podem ser instaladas ao nível do rés-do-chão dos edifícios.
5. Não é permitida a instalação de mais de uma placa por cada fração autónoma ou fogo, não se considerando para o efeito as placas de proibição de afixação de publicidade.
6. A instalação de uma tabuleta deve respeitar as seguintes condições:
 - a) O limite inferior da tabuleta deve ficar a uma distância do solo igual ou superior a 2,60 m;
 - b) Não exceder o balanço de 0,50 m em relação ao plano marginal do edifício, exceto no caso de ruas sem passeios, em que o balanço não poderá exceder 0,20 m;



- c) Não exceder a altura máxima de 0,50 m, bem como a espessura de 0,10 m;
- d) Deixar uma distância igual ou superior a 3 m entre tabuletas.

Artigo 43.º

Condições de instalação de bandeiras, bandeirolas, faixas, pendões e outros suportes semelhantes

1. A instalação de bandeiras, bandeirolas, faixas, pendões e outros suportes semelhantes deverá obedecer às seguintes condições:
 - a) Não podem ser afixadas em áreas de proteção das localidades;
 - b) Devem permanecer oscilantes, só podendo ser colocadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado interior do poste;
 - c) A dimensão máxima das bandeiras não pode ultrapassar os 2,00 m de comprimento e 1 m de altura
 - d) A dimensão máxima das bandeirolas, pendões e outros suportes semelhantes não pode ultrapassar os 0,80 m de comprimento e 1,2 m de altura;
 - e) A distância entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente das bandeiras, bandeirolas, faixas, pendões e outros suportes semelhantes deve ser igual ou superior a 2 m;
 - f) A distância entre a parte inferior da bandeira, bandeirola, faixa, pendão ou outros suportes semelhantes e o solo deve ser igual ou superior a 3 m, caso exista passeio, e a 5,5 m, nas restantes situações;
 - g) A distância entre bandeiras, bandeirolas, faixas, pendões e outros suportes semelhantes afixadas ao longo das vias deve ser igual ou superior a 50 m.
2. À instalação de bandeiras, bandeirolas, faixas, pendões e outros suportes semelhantes é ainda aplicável, com as necessárias adaptações, o disposto no Artigo 41.º do presente Regulamento.

Artigo 44.º

Condições de aplicação de letras soltas ou símbolos

A aplicação de letras soltas ou símbolos deve respeitar as seguintes condições:

- a) Não exceder 0,50 m de altura e 0,15 m de saliência;
- b) Não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas, sendo aplicados diretamente sobre o paramento das paredes;
- c) Ter em atenção a forma e a escala, de modo a respeitar a integridade estética dos próprios edifícios.



Artigo 45.º

Condições de instalação de anúncios luminosos, iluminados, eletrônicos e outros suportes semelhantes

1. Os anúncios luminosos, iluminados, eletrônicos e semelhantes devem ser colocados sobre as saliências das fachadas e respeitar as seguintes condições:
 - a) O balanço total não pode exceder 2 m;
 - b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser menor do que 2,60 m nem superior a 4 m;
 - c) Caso o balanço não exceda 0,15 m, a distância entre a parte inferior do anúncio e o solo não pode ser menor do que 2 m nem superior a 4 m.
2. As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados, sistemas eletrônicos ou semelhantes instalados nas fachadas de edifícios e em espaço público devem ficar, tanto quanto possível, encobertas e ser pintadas com a cor lhes dê o menor destaque.

Artigo 46.º

Condições de instalação de painéis/outdoors e outros suportes semelhantes

1. Este tipo de suporte publicitário não poderá ser afixado em edifícios, nem ser colocado em frente de vãos dos mesmos.
2. Quando afixados em tapumes, vedações ou elementos congêneres, os painéis/outdoors deverão ser sempre nivelados.
3. Excepcionalmente, poderão ser colocados painéis/outdoors em empenas cegas de edifícios, desde que sejam observadas as seguintes condições:
 - a) A altura total não poderá ultrapassar a linha inferior do beirado nem alterar a forma e contornos do edifício;
 - b) Deverá ser prevista uma distância segura que impeça o batimento na parede ocasionado pela sua oscilação;
 - c) O pedido de licenciamento, nestes casos, deverá ser instruído com a respetiva autorização do condomínio do edifício em causa, quando aplicável.
4. A instalação de painéis/outdoors deverá observar as seguintes condições:
 - a) As dimensões não poderão ultrapassar os 8,00 m de comprimento e 3 m de altura;
 - b) A distância entre a moldura inferior de cada painel e o solo não poderá ser inferior a 2,50 m;
 - c) A estrutura de suporte deverá ser sempre metálica e na cor que melhor se enquadre no ambiente e estética circundante
5. São admitidas saliências nas seguintes condições:
 - a) Não ultrapassem, na sua totalidade, 0,50 m para o exterior na área central e 1,00 m² de superfície;



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

- b) Não ultrapassem 0,50 m de balanço face ao seu plano;
 - c) Não se verifique uma distância entre a parte inferior da saliência e o solo inferior a 3,00 m.
6. No canto inferior direito será colocada uma placa identificativa da entidade requerente/titular da licença, contendo o seu nome, os contactos telefónicos e outros, bem como o número do alvará de licença.
7. Uma vez deferido o pedido, o levantamento do respetivo alvará de licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil, com plena assunção de responsabilidades por todos os danos resultantes da instalação, assim como declaração, emitida pelo titular da licença, pela qual assume a manutenção dos respetivos suportes publicitários.
8. Os painéis/outdoors não poderão manter-se sem publicidade por mais de 30 dias. Quando tal se verifique, o titular da licença será notificado para, no prazo de 10 dias, proceder à remoção dos suportes e materiais em causa, sob pena de a Câmara Municipal proceder a essa remoção, a expensas daquele.

Artigo 47.º

Condições de instalação dos mupis e outros suportes semelhantes

1. A instalação deste tipo de suporte publicitário deverá salvaguardar a segurança e integridade das pessoas e bens, nomeadamente nas condições de circulação pedonal e rodoviária, sendo aplicável, com as necessárias adaptações, o disposto no Artigo 46.º do presente Regulamento.
2. Deverá ainda ser salvaguardada uma largura mínima de passeio de 1,50 m e uma distância mínima ao lancil de 0,60 m.

Artigo 48.º

Publicidade Móvel

1. Na publicidade móvel é permitido fazer uso de material sonoro, desde que sejam respeitados os limites impostos na legislação do ruído.
2. No exercício da atividade publicitária, as unidades móveis publicitárias só poderão permanecer estacionadas em local público por período superior a vinte e quatro horas quando estejam devidamente autorizadas e licenciadas para o efeito pela Câmara Municipal.
3. As unidades móveis publicitárias que sejam emissoras de som também não podem estacionar dentro dos aglomerados urbanos, salvo se tiverem o equipamento de som desligado.
4. As unidades móveis publicitárias, no exercício da atividade publicitária, carecem sempre de licenciamento, independentemente de os respetivos proprietários ou possuidores terem, ou não, residência, sede, delegação ou qualquer outra forma de representação na área do município.
5. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em veículos e ou atrelados e outros meios de locomoção que circulem na área do Município, relacionadas com a atividade desenvolvida pelo



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

promotor, não carece de licenciamento. Não obstante, a afixação e inscrição de tais mensagens publicitárias deverão cumprir com as normas legais e regulamentares aplicáveis, e respeitar as seguintes condições:

- a) A afixação ou inscrição de publicidade não poderá, de forma alguma, afetar a segurança, sinalização ou identificação do veículo;
 - b) Não é autorizado o uso de luzes ou de material refletor para fins publicitários.
 - c) O estabelecimento que publicite ou a atividade exercida pelo mesmo deve encontrar-se devidamente licenciados.
 - d) A publicidade inscrita não pode fazer-se através de meios ou dispositivos salientes da carroçaria original dos mesmos, salvo quando os mesmos estejam devidamente licenciados pela entidade competente;
 - e) Não é permitida a projeção ou lançamento, a partir dos veículos, de panfletos ou de quaisquer outros produtos.
6. A publicidade efetuada em reboques, quando não seja relacionada com a atividade desenvolvida pelo promotor, é equiparada a publicidade efetuada por unidades móveis publicitárias, estando sujeitas ao mesmo regime.

Artigo 49.º

Publicidade Aérea

1. Não pode ser licenciada a afixação, inscrição ou instalação de publicidade aérea que invada zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas, exceto se o pedido de licenciamento for acompanhado de autorização prévia das entidades com jurisdição sobre esses espaços.
2. A publicidade aérea não pode ser acompanhada de difusão de publicidade sonora.
3. Serão observados os princípios e as condições de ocupação do espaço público, previsto em lei ou regulamento municipal, relativamente aos meios de apoio e aos suportes publicitários aéreos cativos, instalados no solo.
4. Após o deferimento do pedido, o levantamento da licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil, sendo o titular da licença responsável por todos os danos resultantes da publicidade licenciada.

Artigo 50.º

Campanhas Publicitárias de Rua

1. As campanhas publicitárias de rua carecem de licenciamento, não podendo prejudicar a circulação viária e pedonal, o ambiente e a estética dos respetivos locais.



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

2. É obrigatória a remoção de todos os panfletos, invólucros de produtos, ou quaisquer outros resíduos resultantes de cada campanha, abandonados na via pública ou espaço público, sendo aplicável, com as necessárias adaptações, o disposto no artigo 40.º do presente Regulamento.
3. No pedido de licenciamento para as campanhas publicitárias de rua que impliquem a ocupação do espaço público com dispositivos de natureza publicitária, para além dos documentos indicados no artigo 14.º do presente Regulamento, devem juntar-se em duplicado, ainda, o desenho do dispositivo de natureza publicitária ou de apoio, com indicação da forma, dimensões e balanço de afixação, quando for o caso.



CAPÍTULO V

Fiscalização e Sanções

Artigo 51.º

Fiscalização

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, incumbe aos serviços municipais a fiscalização do disposto no presente Regulamento

Artigo 52.º

Objeto da Fiscalização

A fiscalização da publicidade e ocupação do espaço e via públicos, incide na verificação da sua conformidade com as normas legais e regulamentares vigentes e com o alvará de licença emitido, quando existente, com a mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo, incluindo o cumprimento das normas técnicas aplicáveis, não descurando uma ação pedagógica que conduza a uma diminuição dos casos de infrações.

Artigo 53.º

Deveres dos intervenientes no âmbito da Fiscalização

1. O titular da licença, as empresas que intervenham no âmbito da publicidade por conta deste, os técnicos responsáveis pela elaboração de projetos ao abrigo do presente regulamento ou pela direção técnica de eventuais obra, são obrigados a facultar aos colaboradores municipais incumbidos da atividade fiscalizadora o acesso ao local, aos equipamentos ou mobiliário urbano a instalar e a todos os materiais ou meios de transporte que, de qualquer modo, integrem a publicidade ou procedam à sua divulgação, bem como a todas as informações e respetiva documentação conexa contribuindo para o desempenho célere e eficaz das funções de fiscalização.
2. As pessoas, singulares e ou coletivas, referidas no número anterior são responsáveis solidariamente pela existência no local do original ou de copia autenticada do alvará de licença, quando exequível.
3. Sem prejuízo dos demais deveres referidos no presente Regulamento, o titular da licença e os demais intervenientes referidos no n.º 1 do presente artigo devem dar célere cumprimento às determinações que lhe sejam dirigidas nos termos da lei e do presente Regulamento, pelos colaboradores municipais em ação de fiscalização respeitando os prazos que para o efeito lhe tenham sido estipulados.
4. As obrigações de colaboração com as entidades fiscalizadoras, constantes dos números anteriores, aplicam-se, com as devidas adaptações, aos detentores de publicidade ou a quem ocupe o espaço público, a qualquer título, ao abrigo do regime previsto no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril.



Artigo 54.º

Danos no Espaço Público

1. Sem prejuízo dos deveres constantes do presente regulamento que forem concretamente aplicáveis, a reparação dos danos provocados no espaço público, em consequência de ações ou omissões decorrentes das atividades objeto dessa ocupação, constitui encargo solidário dos seus responsáveis, os quais sem embargo da sua comunicação à Câmara Municipal, devem proceder ao início da sua execução no prazo máximo de 48 horas, concluindo-a no mais curto prazo possível ou no prazo estabelecido pela Câmara Municipal.
2. Expirados os prazos estipulados no número anterior, a Câmara Municipal, no uso das suas competências, pode substituir-se aos responsáveis, através dos serviços municipais ou por recurso a entidade exterior, por conta daqueles, sendo o custo dos trabalhos calculado nos termos do Regulamento de Liquidação e Cobrança de Taxas e Outras Receitas Municipais do Município de Almodôvar.
3. O custo dos trabalhos executados nos termos do número anterior, quando não pago voluntariamente no prazo de 20 dias a contar da notificação para o efeito, se outro prazo não decorrer da lei, será cobrado judicialmente, em processo de execução fiscal, servindo de título executivo a certidão passada pelos serviços competentes.
4. Ao custo total acresce o imposto sobre o valor acrescentado à taxa legal, quando devido.
5. Quanto à matéria constante dos números anteriores do presente artigo, aplica-se subsidiariamente, o disposto no Regulamento de Liquidação e Cobrança de Taxas e Outras Receitas Municipais do Município de Almodôvar.
6. O disposto nos números anteriores não preclude o ressarcimento pelos inerentes prejuízos, nos termos gerais

Artigo 55.º

Infrações ao Código da Publicidade

Sempre que forem verificadas violações às normas do Código da Publicidade, deve a Câmara Municipal comunicá-las ao Instituto do Consumidor, em conformidade com o disposto no Artigo 37.º, e para efeitos do estatuído nos Artigos 38.º e 39.º, todos do referido diploma legal

Artigo 56.º

Contraordenações

1. Sem prejuízo do disposto no Artigo 28.º do Decreto-lei n.º 41/2011, de 01 de abril, em matéria de infrações correlacionadas com a ocupação do espaço público, constitui contraordenação punível com coima a violação de quaisquer regras constantes no presente Regulamento.



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

2. Os titulares do interesse económico na publicidade e os respetivos agentes são solidariamente responsáveis pela reparação dos prejuízos causados a terceiros.
3. À determinação da coima, das sanções acessórias e às regras do processo aplicam-se as disposições constantes no Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, na redação em vigor, e demais legislação aplicável.
4. Sempre que a urgência ou a gravidade da infração o justifiquem os meios de afixação e inscrição de mensagens publicitárias instalados ilegalmente podem ser retirados antes da conclusão do processo de contraordenação, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 57.º

Coimas

1. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não tenha sido precedida de licenciamento, quando o mesmo fosse exigível, é punível com coima de € 150,00 a € 1.250,00 para pessoas singulares e de € 300,00 a € 2.500,00 para pessoas coletivas.
2. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não respeitem as condições previstas na respetiva licença, designadamente quanto ao meio difusor, ao conteúdo da mensagem publicitária, ou ao material autorizado a ser utilizado, é punível com coima de € 100,00 a € 750,00 para pessoas singulares e de € 200,00 a € 1.500,00 para pessoas coletivas.
3. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença é punível com coima de € 150,00 a € 1.250,00 para pessoas singulares e de € 300,00 a € 2.500,00 para pessoas coletivas.
4. A ocupação do espaço público, bem como a afixação, instalação ou inscrição de mensagens publicitárias, em desconformidade com os critérios estabelecidos no presente Regulamento, é punível com coima de € 250,00 a € 2.000,00 para pessoas singulares e de € 350,00 a € 2.750,00 para pessoas coletivas.
5. A não remoção dos suportes publicitários ou do mobiliário nas condições estabelecidas e ou dentro do prazo fixado para esse efeito é punível com coima de € 250,00 a € 1.500,00 para pessoas singulares e de € 400,00 a € 3.000,00 para pessoas coletivas.
6. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em lugares ou espaços de propriedade privada, sem prévio consentimento do respetivo proprietário ou titular de outros direitos é punível com coima de € 100,00 a € 750,00 para pessoas singulares e de € 200,00 a € 1.500,00 para pessoas coletivas.
7. Para efeitos das contraordenações previstas nos números anteriores do presente artigo, entende-se que os proprietários ou titulares de outros direitos sobre bens do domínio privado que neles permitam a afixação, inscrição ou difusão de publicidade não licenciada, agem em comparticipação com o anunciante ou com quem por este for identificado nos termos do número anterior.



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

8. Em caso de negligência, os montantes máximos previstos nos números anteriores são reduzidos a metade.
9. A determinação da medida concreta da coima far-se-á em função da gravidade objetiva da contraordenação e da censura (prevenção geral/prevenção especial) subjetiva da mesma, devendo considerar-se a situação económica do agente, o benefício obtido pela prática da infração, e a existência ou não de reincidência.
10. A aplicação das coimas a que se referem os números anteriores é da competência do Presidente da Câmara, com faculdade de delegação que qualquer dos seus membros.
11. As receitas provenientes da aplicação de coimas revertem para a Câmara Municipal.

Artigo 58.º

Sanções Acessórias

1. Sem prejuízo do disposto no Regime Geral de Contraordenações, o Presidente da Câmara pode fixar como sanção acessória a remoção do mobiliário ou dos meios de afixação e inscrição de mensagens publicitárias e/ou a sua apreensão, bem como ordenar a limpeza do local onde aqueles se instalavam.
2. O não cumprimento do disposto no número anterior é punível com contraordenação, sem prejuízo da eventual responsabilidade criminal que venha a ter lugar.

Artigo 59.º

Falta de Licença ou Remoção

1. O pagamento da coima nos termos dos artigos anteriores não exonera o transgressor de requerer a respetiva licença municipal, quando aplicável, ou de regularizar a situação, nos termos do presente Regulamento.
2. Igualmente o pagamento da coima por falta de remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e/ou dentro do prazo fixado para esse efeito não exonera o transgressor de proceder à sua remoção, nos termos do artigo seguinte.

Artigo 60.º

Remoção

1. A utilização abusiva do espaço público impõe a respetiva remoção ou desocupação no prazo de cinco dias, salvo outro especialmente previsto para o efeito, sem prejuízo do procedimento contraordenacional.
2. A remoção deve ser expressamente baseada em razões de interesse público devidamente fundamentadas.



Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público

3. No caso de incumprimento do disposto no n.º 1 ou quando a utilização abusiva ponha em causa a segurança de pessoas e bens ou outro interesse público, cuja salvaguarda imponha uma atuação urgente, a Câmara Municipal procede à remoção imediata e depósito do bem em armazém municipal, neste caso, independente de prévia notificação.
4. Sempre que a Câmara Municipal proceda em conformidade com o estipulado no número anterior, os infratores são responsáveis por todas as despesas efetuadas, referentes à remoção e ao depósito, não sendo a Autarquia responsável por qualquer dano ou deterioração do bem, nem havendo lugar a qualquer indemnização.
5. A remoção, depósito do bem e as respetivas despesas são notificadas ao seu titular através de carta registada com aviso de receção até 15 dias decorridos sobre a operação, devendo constar da mesma a discriminação dos montantes já despendidos pela Autarquia e o montante da taxa diária de depósito.
6. A restituição do bem pode ser expressamente solicitada à Câmara Municipal de Almodôvar, no prazo de 15 dias, após a notificação prevista no número anterior, formalizada através de requerimento próprio dirigido ao Presidente da Câmara, sendo pagas aquando da apresentação do mesmo, todas as quantias devidas com a remoção e o depósito.
7. Caso o infrator não proceda à diligência referida no número anterior dentro do prazo regulamentar, verifica-se a perda do bem a favor do Município de Almodôvar o qual lhe dá, consoante o caso, o destino que for mais adequado.
8. Para ressarcir das dívidas com a remoção e o depósito, caso não sejam voluntariamente pagas, aplicam-se os meios coercivos constantes do Regulamento de Liquidação e Cobrança de Taxas e Outras Receitas Municipais.



CAPÍTULO VI

Disposições Finais

Artigo 61.º

Planos Municipais de Ordenamento do Território

Os Planos Municipais de Ordenamento do Território a vigorar na área do Município poderão estabelecer disposições específicas sobre suportes publicitários, em complemento às disposições do presente Regulamento.

Artigo 62.º

Regime Transitório

1. Os titulares de licenças de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não estejam em conformidade com as disposições do presente Regulamento devem, no prazo de 60 dias a contar da sua entrada em vigor, retirar a publicidade dos respetivos locais ou requerer a sua legalização.
2. Não podem ser renovadas licenças que, à data da entrada em vigor deste Regulamento, não sejam conformes às normas e princípios nele contidos.

Artigo 63.º

Dúvidas e Omissões

Sem prejuízo da lei aplicável, todas as dúvidas e omissões que eventualmente surjam na aplicação ou interpretação do presente Regulamento serão resolvidas mediante deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 64.º

Direito Subsidiário

Em tudo o que não esteja especialmente previsto no presente Regulamento recorrer-se-á à lei geral, aos princípios gerais de direito, e na sua falta ou insuficiência, às disposições da lei civil.

Artigo 65.º

Norma Revogatória

Com a entrada em vigor do presente Regulamento são revogadas todas as normas regulamentares sobre a matéria, em vigor no Município.

Artigo 66.º

Entrada em Vigor

O presente Regulamento entra em vigor 15 dias após a sua publicação no Diário de República.