

Aviso n.º 749/2005 (2.ª série) — AP. — Torna-se público que a Assembleia Municipal de Olhão, em sessão ordinária de 22 de Dezembro de 2004, aprovou a alteração ao Regulamento Municipal de Urbanização e Edificação, que consta do anexo ao presente aviso, entrando em vigor 15 dias após a sua publicação na 2.ª série do *Diário da República*.

4 de Janeiro de 2005. — O Presidente da Câmara, *Francisco José Fernandes Leal*.

Alteração ao Regulamento Municipal de Urbanização e Edificação

Artigo 9.º

- 1 —
- 2 —
- 3 — Ficam ainda isentos do pagamento das taxas municipais previstas no presente Regulamento, as pessoas singulares e colectivas que promovam a construção de fogos de habitação a custos controlados e equipamento integrado.
- 4 — (*Anterior n.º 3.*)
- 5 — (*Anterior n.º 4.*)
- 6 — (*Anterior n.º 5.*)

Aviso n.º 750/2005 (2.ª série) — AP. — Torna-se público que a Assembleia Municipal de Olhão, em sessão ordinária de 22 de Dezembro de 2004, aprovou o Regulamento de Publicidade e a respectiva alteração da tabela de taxas e outras receitas do município, que consta do anexo ao presente aviso, entrando em vigor 15 dias após a sua publicação na 2.ª série do *Diário da República*.

4 de Janeiro de 2005. — O Presidente da Câmara, *Francisco José Fernandes Leal*.

Regulamento de Publicidade para o Município de Olhão

Nota justificativa

A publicidade assume, nos dias de hoje, uma importância e um alcance significativos, quer no domínio da actividade económica, quer como instrumento privilegiado de fomento da concorrência, sempre benéfica para as empresas e para os consumidores.

Face ao aumento exponencial da actividade publicitária que se verificou no município de Olhão, ao longo dos últimos anos, quer ao nível dos suportes, quer ao nível do número de empresas a operar no mercado, o Regulamento de Licenças para Anúncios e Reclamos, actualmente em vigor no município, tornou-se ineficaz no que respeita à realidade que o mesmo visa regulamentar.

O presente Regulamento é elaborado com base nos princípios definidos no Código da Publicidade e ainda no respeito e salvaguarda do valor ambiental, princípios implementados pelo Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, na redacção dada pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de Maio, que vieram proibir a afixação de publicidade na proximidade de estradas nacionais fora dos aglomerados urbanos, mantendo-se em vigor, nos demais casos, o preceituado na Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto.

Cabe à Câmara Municipal a tarefa de definir os critérios que devem nortear o licenciamento da publicidade, incluindo os troços de estradas municipais inseridos nos aglomerados urbanos, tendo sempre como exigência a salvaguarda do equilíbrio entre a actividade publicitária e outras exigências ditadas pelo interesse público como sejam, nomeadamente, a segurança, a estética e o enquadramento urbanístico e ambiental.

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Lei habilitante

O presente Regulamento é elaborado ao abrigo do disposto no artigo 112.º, n.º 8, e artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa; no artigo 53.º, n.º 2, alínea a), e artigo 64.º, n.º 6, alínea a), da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, na redacção actual; na Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, na redacção actual; no Decreto-Lei

n.º 105/98, de 24 de Abril, na sua actual redacção; no Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, também na sua actual redacção; no artigo 19.º da Lei n.º 42/98, de 6 de Agosto, na redacção actual, e ainda no artigo 116.º do Código de Procedimento Administrativo.

Artigo 2.º

Objecto e âmbito de aplicação

1 — O presente Regulamento aplica-se a qualquer forma de publicidade quando afixada, inscrita ou instalada em edifícios, equipamento urbano ou suportes publicitários sempre que ocupe ou utilize o espaço público e deste seja visível ou audível.

2 — Está excluída do âmbito de aplicação deste Regulamento a afixação ou inscrição de mensagens de propaganda, nomeadamente de natureza política.

Artigo 3.º

Conceito de publicidade

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por publicidade qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo, directo ou indirecto, de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços e promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições.

CAPÍTULO II

Regime e procedimento de licenciamento

Artigo 4.º

Licenciamento

A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em bens ou espaços afectos ao domínio público, ou deles visíveis ou audíveis, fica sujeita ao licenciamento prévio da Câmara Municipal de Olhão.

Artigo 5.º

Pedido de licenciamento

1 — O pedido de licenciamento deve ser formulado em requerimento, dirigido ao presidente da Câmara Municipal de Olhão, apresentado em duplicado e do qual deve constar:

- a) O nome ou designação, o número de contribuinte fiscal, a residência ou sede do requerente e a indicação da qualidade em que requer a licença;
- b) A indicação do tipo de publicidade;
- c) A identificação exacta do local onde pretende afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária;
- d) O período pretendido para a licença.

2 — O requerimento supra referido deve ser acompanhado dos seguintes documentos:

- a) Memória descritiva do projecto, com indicação dos materiais, forma e cores;
- b) Desenho à escala 1:100 que pormenorize a instalação, incluindo o meio de suporte com indicação da forma, cor, dimensões, balanço de afixação e distância ao extremo do passeio;
- c) Planta de localização, à escala 1:2000, com a localização exacta do local pretendido para a afixação;
- d) Fotografias a cores no formato mínimo de 10 cm por 15 cm, do local exacto da afixação, apresentadas em suporte de papel A4;
- e) No caso de suportes publicitários a colocar na fachada de edifícios, devem apresentar desenho dos alçados numa extensão de 10 m para cada um dos lados, desenho do alçado e corte cotado esclarecedor do pretendido, à escala mínima de 1:100 ou 1:50, com a integração do suporte publicitário e com indicação dos materiais, cores e texturas a utilizar;
- f) Outros documentos que o requerente considere necessários e esclarecedores da sua pretensão.

3 — O pedido de licenciamento deve ser acompanhado da licença, autorização ou qualquer outro título legítimo para o exercício da actividade a publicitar.

4 — O pedido de licenciamento deve ainda ser instruído com documento comprovativo de que o requerente é proprietário, locatário ou titular de outro direito sobre o bem onde pretende afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária.

5 — No caso do licenciamento de publicidade em veículos automóveis, a instrução do processo pode reduzir-se ao requerimento indicado no n.º 1 e a fotografia da viatura, mostrando claramente as faces onde a publicidade irá ser inscrita, bem como a respectiva matrícula.

Artigo 6.º

Pareceres

Sempre que o local de afixação, inscrição ou difusão da mensagem publicitária esteja sob a jurisdição de outra entidade, deve a Câmara solicitar parecer sobre a pretensão.

Artigo 7.º

Licenciamento cumulativo

Se a afixação ou inscrição de publicidade exigir a execução de obras de construção civil sujeitas a licença, autorização ou comunicação prévia, tem esta de ser obtida, cumulativamente, nos termos da legislação aplicável.

Artigo 8.º

Isenções

1 — Ficam isentos de licenciamento no âmbito deste Regulamento:

- a) A afixação ou inscrição de dizeres que resultem de imposição legal;
- b) A identificação de organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à actividade que prosseguem;
- c) Os anúncios colocados ou afixados em prédios urbanos com a indicação de venda ou arrendamento;
- d) A mensagem publicitária de produto ou marca desde que colocada no interior dos estabelecimentos comerciais, em área de venda ou montra;
- e) Os anúncios destinados à identificação de serviços de saúde, farmácias, serviços públicos ou empresas públicas.

2 — As isenções de licenciamento previstas no número anterior, não prejudicam a obrigação do cumprimento de todas as normas e condicionantes impostas pelo presente Regulamento, estando sujeitas às sanções nele previstas.

Artigo 9.º

Condicionantes ao licenciamento

1 — Só podem ser concedidas licenças de publicidade desde que a sua afixação ou inscrição não seja susceptível de:

- a) Afectar a estética ou o ambiente dos locais;
- b) Prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros susceptíveis de ser classificados pelas entidades públicas;
- c) Afectar a segurança das pessoas ou bens, nomeadamente a circulação pedonal e rodoviária;
- d) Prejudicar a visibilidade das placas toponímicas, semáforos, sinais de trânsito e demais sinalética de interesse público;
- e) Desrespeitar o regime legal sobre poluição sonora (Regulamento Geral de Ruído).

2 — É proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em edifícios públicos, igrejas, cemitérios, espaços verdes, árvores, sinais de trânsito e ainda em edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural ou arquitectónico.

CAPÍTULO III

Concessão da licença

Artigo 10.º

Decisão final

1 — A decisão sobre o pedido de licenciamento de publicidade deve ser proferida no prazo de 30 dias contados da data em que o processo esteja convenientemente instruído.

2 — O pedido de licenciamento, ou a sua renovação, é indeferido se o requerente tiver dívidas junto da Câmara Municipal, relacionadas com publicidade.

Artigo 11.º

Prazo e renovação da licença

1 — A licença será atribuída até ao termo do ano civil a que se reporta o licenciamento.

2 — A pedido do requerente, a licença pode ser concedida por prazo inferior.

3 — A licença requerida para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias relativas a eventos com datas determinadas, caducará no termo das mesmas.

4 — A licença que seja concedida até ao termo do ano civil a que o licenciamento diz respeito renova-se automática e sucessivamente por igual período, desde que o interessado pague a respectiva taxa, salvo se:

- a) A Câmara Municipal notificar por escrito o titular da decisão em sentido contrário e com a antecedência mínima de 30 dias do termo do prazo respectivo;
- b) O titular comunicar por escrito à Câmara Municipal, com a antecedência mínima de 30 dias, intenção contrária.

Artigo 12.º

Obrigações do titular da licença

Constituem obrigações do titular da licença de publicidade:

- a) Manter a mensagem e o suporte publicitário em boas condições de conservação, funcionamento e segurança;
- b) Retirar a mensagem publicitária e respectivo suporte, findo o prazo de validade da licença;
- c) Repor o local ou espaço de afixação, inscrição ou difusão da publicidade na situação em que se encontrava antes da emissão da licença.

Artigo 13.º

Revogação

A licença para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias pode ser revogada sempre que:

- a) Situações excepcionais de imperioso interesse público assim o exigirem;
- b) O seu titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações em que se tenha vinculado no âmbito do licenciamento.

Artigo 14.º

Taxas

1 — Pelas licenças de publicidade ou sua renovação são devidas taxas, estabelecidas no anexo deste Regulamento a integrar no Regulamento e tabela de taxas e outras receitas do município.

2 — As taxas são liquidadas com o deferimento do pedido, devendo o pagamento ser efectuado no prazo máximo de 15 dias, após a notificação da decisão.

3 — No caso de renovação automática da licença o pagamento da respectiva taxa será precedido de notificação e terá lugar no primeiro trimestre do ano a que respeita, implicando o não pagamento da taxa neste prazo, a sua cobrança coerciva e ou a remoção do dispositivo e mensagem publicitária.

4 — O não pagamento da taxa determina a caducidade da licença.

Artigo 15.º

Remoção dos suportes publicitários

1 — Em caso de caducidade ou revogação da licença, deve o respectivo titular proceder à remoção dos suportes publicitários, no prazo de oito dias contados, respectivamente, da caducidade da licença ou da notificação do acto de revogação.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, pode a Câmara Municipal ordenar a remoção do suporte publicitário sempre que se verifique qualquer das seguintes circunstâncias:

- a) Afixação ou inscrição de publicidade sem prévio licenciamento ou em desconformidade com o estipulado neste Regulamento;
- b) Desrespeito pelos termos da licença, nomeadamente alteração do meio difusor, do conteúdo da mensagem pu-

blicitária ou do material autorizado a ser utilizado para a sua afixação ou inscrição, exceptuando-se o caso da substituição das mensagens em painéis publicitários de exploração comercial.

3 — Para efeitos do número anterior, deve a Câmara Municipal notificar o infractor, fixando-lhe um prazo de oito dias para proceder à remoção do suporte publicitário.

4 — Caso o titular da licença ou o infractor não tenha procedido, dentro do prazo fixado, à remoção dos suportes publicitários, pode a Câmara Municipal efectuar-lhe a expensas do infractor, não se responsabilizando por eventuais danos que possam advir dessa remoção.

5 — A Câmara Municipal pode, independentemente de prévia notificação, proceder à remoção de suportes publicitários sempre que se verifique a existência de perigo para a segurança de pessoas e bens.

6 — Os proprietários ou titulares de outros direitos sobre os locais onde foram afixadas, inscritas ou difundidas mensagens publicitárias em violação do preceituado no presente Regulamento podem destruir, rasgar, apagar ou, por qualquer forma, inutilizar e remover os suportes utilizados.

CAPÍTULO IV

Suportes publicitários

SECÇÃO I

Toldos, chapas, placas, tabuletas, letras soltas ou símbolos, bandeirolas, painéis e outros

Artigo 16.º

Definições

Para efeitos deste Regulamento entende-se por:

- a) Toldo — cobertura amovível onde são afixadas mensagens publicitárias, que serve para abrigar do sol ou da chuva, aplicável a vãos de portas, janelas, vitrines e montras;
- b) Chapa — suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja dimensão não deverá exceder 0,60 m e saliência de 0,03 m;
- c) Placa — suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, que não deve exceder a dimensão de 1,50 m;
- d) Tabuleta — suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios com mensagem publicitária numa ou em ambas as faces;
- e) Letras soltas ou símbolos — suportes publicitários aplicados directamente nas fachadas dos edifícios, constituídos pelo conjunto formado por suportes não luminosos e individuais para cada letra ou símbolo;
- f) Bandeirola — suporte afixado em poste próprio, candeeiro ou outra estrutura semelhante.

Artigo 17.º

Condições de aplicação dos toldos

1 — A colocação de toldos obedece às seguintes condições:

- a) O balanço dos toldos deve ficar a menos de 0,40 m do extremo do passeio;
- b) A estrutura do toldo deve ficar, pelo menos, a 2,50 m acima do passeio ou da soleira da porta;
- c) A configuração do toldo deve ter em conta o ambiente e a estética do local em que se situa o estabelecimento.

2 — É obrigatório manter os toldos em bom estado de conservação e limpeza.

Artigo 18.º

Condições de aplicação das chapas

1 — Não podem sobrepor gradeamentos ou outras zonas vazadas em varandas.

2 — Não podem ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas.

Artigo 19.º

Condições de aplicação das tabuletas

1 — Em cada edifício não pode ser afixada mais do que uma tabuleta, excepto se aí for exercida mais de uma actividade, caso em que o intervalo entre tabuletas deverá ser de 3 m, excepto quando tal não seja física ou materialmente possível.

2 — As tabuletas não podem distar menos de 2,60 m do solo.

3 — Não pode exceder o balanço em 1,50 m em relação ao plano marginal do edifício.

Artigo 20.º

Condições de aplicação das letras soltas ou símbolos e semelhantes

Não podem ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas nem exceder 0,30 m de altura e 0,10 m de saliência.

Artigo 21.º

Condições de colocação de bandeirolas

1 — As bandeirolas têm de permanecer oscilantes e, se forem de material rígido, devem ser colocadas em posição perpendicular à via.

2 — A distância entre a parte inferior da bandeirola e o solo não pode ser inferior a 3 m.

Artigo 22.º

Dimensões

As bandeirolas não podem exceder 0,80 m de largura e 1,20 m de altura.

SECÇÃO II

Painéis, mupis e semelhantes

Artigo 23.º

Definição

Para efeitos deste Regulamento entende-se por:

- a) Painel — todo o suporte constituído por moldura e respectiva estrutura fixada directamente no solo;
- b) Mupi — tipo específico de mobiliário urbano destinado a publicidade, podendo, em alguns casos, conter também informação.

Artigo 24.º

Condições de instalação dos painéis

1 — Quando afixados em tapumes, vedações ou elementos congéneres, os painéis devem dispor-se a distâncias regulares e uniformes.

2 — A estrutura de suporte deve ser metálica e na cor que mais se adequou à estética do local.

3 — O painel deve conter, obrigatoriamente, no canto inferior direito, uma placa identificativa da entidade requerente.

4 — Os suportes publicitários não podem permanecer sem publicidade por período superior a cinco dias.

Artigo 25.º

Dimensão dos painéis

1 — Os painéis não podem exceder 8 m de largura por 3 m de altura.

2 — A título excepcional, devidamente fundamentado, podem ser licenciados painéis com dimensões diversas das referidas no número anterior.

3 — Os painéis fixados directamente no solo deverão ter uma distância entre a moldura e o solo não inferior a 2,40 m.

SECÇÃO III**Anúncios luminosos, iluminados, electrónicos e semelhantes**

Artigo 26.º

Definições

Para efeitos deste Regulamento entende-se por:

- a) Anúncio luminoso — todo o suporte que emita luz própria;
- b) Anúncio iluminado — todo o suporte sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- c) Anúncio electrónico — sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo.

Artigo 27.º

Condições de aplicação

Os anúncios a que se refere o artigo anterior, colocados em saliências sobre fachadas estão sujeitas às seguintes limitações:

- a) O balanço total não pode exceder 1,50 m;
- b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser inferior a 2,60 m;
- c) Se o balanço não for superior à 0,15 m, a distância entre a parte inferior do anúncio e o solo não pode ser inferior a 2 m.

Artigo 28.º

Estrutura

As estruturas ou suportes dos anúncios luminosos, iluminados, sistemas electrónicos ou semelhantes instalados em edifícios e espaços afectos ao domínio público devem ser pintadas com a cor que lhes dê o menor destaque e melhor se enquadrem na estética do local.

SECÇÃO IV**Unidades móveis publicitárias, veículos automóveis e outros meios de locomoção**

Artigo 29.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento são consideradas unidades móveis publicitárias, os veículos e ou atrelados utilizados exclusivamente para o exercício da actividade publicitária.

Artigo 30.º

Limites

As unidades móveis podem fazer uso de material sonoro desde que respeitem os limites impostos pelo Regulamento Geral do Ruído.

Artigo 31.º

Estacionamento

1 — As unidades móveis publicitárias não podem permanecer estacionadas no mesmo local público por períodos superiores a duas horas.

2 — A unidade móvel publicitária que seja também emissora de som não pode estacionar dentro dos aglomerados urbanos, salvo se tiver o equipamento de som desligado.

Artigo 32.º

Licenciamento

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em veículos automóveis e outros meios de locomoção que circulem na área do município, carece de licenciamento prévio a conceder pela Câmara Municipal nos termos do presente Regulamento, nomeadamente a relativa a anúncios nos veículos pesados de passageiros de serviço público e a veículos ligeiros de passageiros de aluguer, sempre que o proprietário ou possuidor do veículo ali tenha residência, tratando-se de pessoas singulares, ou sede, tratando-se de pessoas colectivas.

2 — As mensagens publicitárias exibidas em anúncio em veículos pesados de passageiros de serviço público, veículos ligeiros de aluguer e, em geral, em todos os veículos dedicados, exclusiva ou predominantemente, a exploração publicitária, que circulem na área do município e cujos proprietários nele não residam ou não tenham sede, estão sujeitas a licenciamento prévio da Câmara Municipal.

3 — Nos casos previstos no número anterior, aos elementos referidos no artigo 5.º deverá o requerente juntar o itinerário pretendido.

SECÇÃO V**Balões, insufláveis e semelhantes**

Artigo 33.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento entende-se por balão, insuflável e semelhantes, todos os suportes a utilizar temporariamente que para sua exposição no ar careçam de gás, podendo ou não estabelecer-se a sua ligação ao solo por elementos de fixação.

SECÇÃO VI**Publicidade sonora**

Artigo 34.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por publicidade sonora toda a actividade que utilize altifalantes ou outra aparelhagem de som para difundir a mensagem publicitária através de emissões directas na ou para a via pública.

Artigo 35.º

Condições de licenciamento

A difusão de publicidade sonora através de meios fixos ou móveis é objecto de licenciamento temporário devendo respeitar a legislação, em vigor, sobre o ruído.

CAPÍTULO V**Fiscalização, sanções e disposições finais**

Artigo 36.º

Fiscalização

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

Artigo 37.º

Infracções ao Código da Publicidade

Sempre que forem verificadas violações às normas do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, na redacção actual, deve a Câmara Municipal comunicá-las ao Instituto do Consumidor, em conformidade com o disposto no artigo 37.º e para os efeitos do preceituado nos artigos 38.º e 39.º daquele diploma legal.

Artigo 38.º

Contra-ordenações e coimas

1 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não tenha sido precedida de licenciamento constitui contra-ordenação punível com coima de 149,64 euros a 1246,99 euros tratando-se de pessoa singular e de 299,28 euros a 2493,99 euros tratando-se de pessoa colectiva.

2 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não respeite as condições previstas na respectiva licença, designadamente quanto ao meio difusor, ao conteúdo da mensagem publicitária ou ao material autorizado a ser utilizado, constitui contra-ordenação punível com coima de 99,76 euros a 748,20 euros, para pessoas singulares, e de 199,52 euros a 1496,39 euros para pessoas colectivas.

3 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença constitui contra-ordenação punível com coima de 149,64 euros a 1246,99 euros no caso das pessoas singulares e de 299,28 euros a 2493,99 euros no caso de pessoas colectivas.

4 — A não remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e ou dentro do prazo fixado para esse efeito constitui contra-ordenação punível com coima de 149,64 euros a 1246,99 euros no caso das pessoas singulares e de 299,28 euros a 2493 euros, no caso das pessoas colectivas.

5 — A violação das demais normas do presente Regulamento, que não estejam expressamente contempladas nos números anteriores, são punidas com coima, cujos montantes estão previstos no artigo 17.º do Regime Jurídico das Contra-Ordenações, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, na redacção actual.

6 — Para efeitos do disposto no presente artigo, é considerado responsável pela contra-ordenação a agência de publicidade, se identificável, ou o anunciante.

7 — A tentativa e a negligência são puníveis.

Artigo 39.º

Sanções acessórias

Quando se considere a infracção grave, em simultâneo com a coima, podem ser aplicadas as sanções acessórias previstas no Regime Jurídico das Contra-Ordenações, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, na sua actual redacção, nos termos nele estabelecidos, bem como as especialmente previstas no Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, na sua actual redacção.

Artigo 40.º

Competência para a instrução e aplicação de sanções

A instrução dos processos de contra-ordenação e aplicação de coimas e sanções acessórias, por violação das normas do presente Regulamento, é da competência do presidente da Câmara Municipal, sem prejuízo da delegação de competências nos vereadores.

CAPÍTULO VI

Disposições finais e transitórias

Artigo 41.º

Planos de pormenor

Os planos de pormenor ou outros planos de ordenamento que entrem em vigor na área do município de Olhão podem estabelecer disposições específicas sobre suportes publicitários em complemento às disposições do presente Regulamento.

Artigo 42.º

Direito subsidiário

1 — Em tudo o que não estiver disposto no presente Regulamento, aplicar-se-ão as disposições constantes da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, do Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, e demais legislação em vigor sobre publicidade.

2 — As dúvidas suscitadas na aplicação das disposições contidas no presente Regulamento serão resolvidas por deliberação da Câmara Municipal, com recurso aos princípios gerais de direito e ao disposto no Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 43.º

Norma revogatória

É revogado o Regulamento de Licenças para Anúncios e Reclamos do Concelho de Olhão, aprovado em 15 de Fevereiro de 1963.

Artigo 44.º

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor no 1.º dia do mês seguinte ao da sua publicação no *Diário da República*.

Alteração à tabela de taxas e outras receitas do município

[...]

Artigo 37.º

[...]

CAPÍTULO XV

Publicidade

Artigo 38.º

Publicidade afecta a mobiliário urbano

1 — Painéis (por metro quadrado e por ano):

- a) Ocupando a via pública — 45 euros;
- b) Não ocupando a via pública — 30 euros.

2 — Anúncios electrónicos (por metro quadrado e por ano):

- a) No local onde o anunciante exerce a actividade — 120 euros;
- b) Fora do local onde o anunciante exerce a actividade — 200 euros.

3 — Mupis, mastro-bandeira, relógios-termómetro e colunas publicitárias (por metro quadrado e por ano):

- a) Ocupando a via pública — 80 euros;
- b) Não ocupando avia pública — 40 euros.

4 — Abrigos (por metro quadrado e por ano) — 40 euros.

Artigo 39.º

Publicidade em edifícios ou em outras construções

1 — Anúncios luminosos ou directamente iluminados (por metro quadrado e por ano) — 15 euros.

2 — Anúncios não luminosos (por metro quadrado e por ano) — 10 euros.

3 — Frisos luminosos quando sejam complementares de anúncios e não entrem na sua medição (por metro linear e por ano) — 3 euros.

Artigo 40.º

Publicidade em veículos

1 — Veículos particulares — quando não relacionados com a actividade principal do respectivo proprietário (por veículo e por mês) — 25 euros.

2 — Veículos de empresas quando a publicidade seja alusiva à firma proprietária (por veículo e por ano):

- a) Ciclomotores e motociclos — 15 euros;
- b) Veículos ligeiros — 50 euros;
- c) Veículos pesados — 100 euros;
- d) Reboque e semi-reboque — 80 euros.

3 — Veículos utilizados exclusivamente para o exercício da actividade publicitária (por veículo e por ano):

- a) Por dia — 10 euros;
- b) Por semana — 50 euros;
- c) Por mês — 150 euros.

4 — Veículos até 3500 kg com painéis de publicidade rotativa ou publicidade corrida-*display* (por veículo e por painel):

- a) Por dia — 80 euros;
- b) Por semana — 200 euros;
- c) Por mês — 500 euros.

5 — Publicidade em transportes públicos:

- a) Transportes colectivos (por metro quadrado, por anúncio e por ano) — 10 euros;
- b) Em táxis (por veículo e por ano) — 20 euros.

6 — Publicidade em outros meios (por metro quadrado):

- a) Por dia — 3 euros;
- b) Por semana — 10 euros;
- c) Por mês — 50 euros.

Artigo 41.º

Publicidade em dispositivos aéreos

1 — Publicidade em avionetas, helicópteros, parapentes, pára-quedas e outros semelhantes, bem como em dispositivos aéreos cativos (por dispositivo):

- a) Por dia — 100 euros;
- b) Por semana — 300 euros.

2 — Fita anunciadora (por metro quadrado e por mês) — 15 euros.

Artigo 42.º

Publicidade sonora

1 — Publicidade de rádio ou televisão, altifalantes ou outros aparelhos fazendo emissões directas, com fins publicitários, na via pública (por dispositivo):

- a) Por dia — 5 euros;
- b) Por semana — 20 euros.

Artigo 43.º

Campanhas publicitárias de rua

- 1 — Distribuição de panfletos (por dia e por local) — 80 euros.
- 2 — Distribuição de produtos (por dia e por local) — 25 euros.
- 3 — Provas de degustação (por dia e por local) — 50 euros.
- 4 — Outras acções promocionais de natureza publicitária (por dia e por local) — 30 euros.

Artigo 44.º

Publicidade diversa

1 — Bandeiras (por metro quadrado e por ano):

- a) Ocupando a via pública — 60 euros;
- b) Não ocupando a via pública — 50 euros.

2 — Lonas em andaime de obra (por metro quadrado e por mês) — 3 euros.

3 — Outra publicidade não incluída nos números anteriores:

- a) Por dia — 3 euros;
- b) Por mês — 5 euros;
- c) Por ano — 30 euros.

Observações:

1.ª O pagamento das licenças de renovação automática deverá correr nos seguintes prazos:

- a) Licenças anuais — 1 a 31 de Março;
- b) Licenças mensais — até ao último dia de cada mês.
Expirados os prazos, poderá ser efectuado o pagamento nos dois meses seguintes, acrescidos de juros de mora, findos os quais haverá lugar à emissão da certidão de dívida e execução fiscal, determinando a não renovação da licença para o período seguinte.

2.ª A licença cujo prazo seja igual ou superior a 30 dias renova-se automática e sucessivamente, salvo se:

- a) A Câmara Municipal notificar o titular em sentido contrário por escrito e com a antecedência mínima de 30 dias antes do termo do prazo;
- b) O titular comunicar à Câmara Municipal a intenção contrária por escrito e com antecedência de 10 dias antes do termo do prazo respectivo.

3.ª As taxas são devidas sempre que os anúncios ocupem o espaço público ou dele sejam visíveis ou perceptíveis e mesmo que se refiram a produtos ou bens comercializados no interior do estabelecimento.

4.ª No mesmo anúncio utilizar-se-á mais de um processo de medição quando só assim se puder determinar a taxa a cobrar.

5.ª Nos anúncios volumétricos a medição faz-se pela superfície exterior.

6.ª Consideram-se incluídos no anúncio os dispositivos destinados a chamar a atenção do público.

7.ª No caso de grandes áreas que transmitem simultaneamente informação e publicidade, as taxas são calculadas na proporção de tempo de emissão de publicidade (número de horas/dia).

8.ª À publicidade referente a toldos, alpendres, palas e sanefas aplica-se as taxas constantes no artigo 39.º

9.ª Sem prejuízo de outros benefícios fiscais previstos na lei, estabelece-se o seguinte regime de isenções e reduções:

- a) Estão isentos de pagamento de taxas relativas aos diferentes meios publicitários os partidos políticos, coligações e associações sindicais, desde que registadas de acordo com a lei;
- b) Estão isentas de pagamento de taxas de publicidade as cooperativas de habitação inseridas em programas de construção de habitações no regime de custos controlados, desde que se destinem à directa e imediata realização dos seus fins;
- c) Estão isentas de pagamento de taxas de publicidade as pessoas colectivas de utilidade pública administrativa e as instituições particulares de solidariedade social, bem como as de mera utilidade pública;
- d) Às associações e fundações culturais, sociais, religiosas, desportivas ou recreativas, relativamente aos actos e factos que se destinem à directa e imediata realização dos seus fins, poderão ser estabelecidas isenções ou reduções nas respectivas taxas;
- e) Os pedidos de isenção previstos nas alíneas anteriores serão formalizados pelas respectivas entidades através de requerimento acompanhado dos documentos comprovativos da sua natureza jurídica, da sua finalidade estatutária, bem como de todos os elementos necessários à apreciação e decisão;
- f) Previamente à autorização da isenção ou redução, deverão os serviços, no respectivo processo, informar fundamentadamente o pedido e proceder à determinação do montante da taxa a que se reporta o pedido de isenção;
- g) A isenção ou redução dos valores a cobrar só poderá ser concedida mediante despacho do presidente da Câmara Municipal ou vereador com competência delegada;
- h) A isenção ou redução de taxas não dispensa a prévia autorização e licenciamento municipal a que houver lugar, nem permite aos beneficiários a utilização de meios susceptíveis de lesar o interesse municipal.

CÂMARA MUNICIPAL DE OLIVEIRA DE AZEMÉIS

Aviso n.º 751/2005 (2.ª série) — AP. — Para efeitos do disposto no n.º 2 do Decreto-Lei 116/84, de 6 de Abril, com a redacção que lhe foi dada pela Lei n.º 44/85, de 13 de Setembro, publica-se a alteração do Regulamento da Macroestrutura Organizacional e Funcional dos Serviços Municipais, bem como a alteração do quadro de pessoal na vertente qualitativa/quantitativa, aprovado pela Câmara Municipal em 21 de Dezembro de 2004 e pela Assembleia Municipal em 29 de Dezembro de 2004.

4 de Janeiro de 2005. — O Presidente da Câmara, *Ápio Cláudio do Carmo Assunção*.

Alteração do Regulamento da Macroestrutura Organizacional e Funcional dos Serviços Municipais

Justificação

Em resultado das transferências de novas responsabilidades e competências em vários domínios e actividades municipais, torna-se curial efectuar alguns ajustamentos e introduzir novas competências e funcionalidades na estrutura orgânico-funcional dos serviços municipais, por forma a responder aos novos desafios e missões atribuídas à administração local, bem como dar cumprimento a nova legislação.

Assim, a presente proposta consubstancia-se em:

- 1) No seguimento da publicação dos diplomas, Lei n.º 14/2004, de 8 de Maio, e Decreto-Lei n.º 156/2004, de 30 de Junho, que vieram atribuir novas competências aos municípios no âmbito da protecção e defesa de florestas, torna-se necessário criar o Gabinete Técnico Florestal, dando assim cumprimento à legislação sobre esta matéria, bem