

-Lei n.º 93/2004, de 20 de Abril, que aplicou à Administração Local o Estatuto do Pessoal Dirigente, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 104/2006, de 7 de Junho, a seguir se publica o despacho de nomeação e respectiva nota curricular.

Por aviso publicado no *Diário da República* 2.ª série n.º 184, de 22 de Setembro de 2009 e na BEP em 22 de Setembro de 2009 através da oferta de emprego n.º OE2009/0616 e no *Diário de Notícias*, foi divulgada a abertura de procedimento concursal tendente à selecção para provimento em regime de comissão de serviço, para um cargo de direcção intermédia de 2.º grau, Chefe da Divisão de Ordenamento e Ambiente ao qual cabem as competências previstas na Lei n.º 2/2004, de 15 de Janeiro, na redacção da Lei n.º 51/2005, de 30 de Agosto alterada pela Lei n.º 64-A/2008 de 31 de Dezembro e artigo 9.º do Decreto-Lei n.º 93/2004, de 20 de Abril, que aplicou à Administração Local o Estatuto do Pessoal Dirigente, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 104/2006, de 7 de Junho e em harmonia com as competências previstas para esta unidade orgânica, constantes dos artigos 9.º e 47.º do regulamento da Estrutura, Organização e Quadro de Pessoal da Câmara Municipal de Mira, publicada no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 203 de 22 de Outubro de 2007, bem como posto de trabalho previsto no mapa de pessoal, 2.ª alteração de 2009.

Considerando a proposta de nomeação apresentada pelo júri nomeado para o procedimento concursal, fundamentada nos resultados obtidos após aplicação dos métodos de selecção, verifica-se que o candidato, licenciado Ângelo Manuel Morais Lopes possui um perfil que se adequa às exigências do cargo e prossecução das atribuições e objectivos do serviço, demonstrando possuir a competência técnica e aptidão necessárias para o exercício do mesmo, por considerar que ela demonstrou possuir a inteligência, a capacidade organizacional e de liderança, bem como a experiência de coordenação necessários para a função, associados a um conhecimento profundo da área das autarquias locais, tendo ainda manifestado uma clara vontade de responder com grande empenhamento ao desafio que estas funções numa autarquia complexa como Mira representam.

Assim, no uso das competências que me são conferidas pela alínea a) do n.º 2 do artigo 68.º da Lei n.º 169/99, de 18/09, alterada pela Lei n.º 5-A/2002 de 11/01 e pelo n.º 8 do artigo 21.º da Lei n.º 2/2004, de 15/01, na redacção dada pela Lei n.º 51/2005, de 30/8, alterada pela Lei n.º 64-A/2008 de 31 de Dezembro, conjugado com o artigo 15.º do Decreto-Lei n.º 93/2004, de 20/04, na redacção dada pelo Decreto-Lei n.º 104/2006, de 07/06, nomeio o candidato, Ângelo Manuel Morais Lopes, Técnico Superior para o cargo de Chefe da Divisão de Ordenamento e Ambiente da Câmara Municipal de Mira em regime de comissão de serviço por três anos, eventualmente renovável por iguais períodos de tempo, com efeitos a partir de 01 de Janeiro de 2010, de acordo com o disposto no n.º 9 do artigo 21.º da Lei n.º 2/2004, de 15/01, na redacção dada pela Lei n.º 51/2005, de 30/8, aplicada à administração local pelo Decreto-Lei n.º 93/2004, de 20/04, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 104/2006, de 7/6.

Nota curricular

1 — Dados pessoais:

Nome: Ângelo Manuel Morais Lopes

2 — Habilitações literárias e académicas:

Licenciatura em Planeamento Regional e Urbano na Universidade de Aveiro, concluída em 20 de Dezembro de 1993;

Curso de Gestão Pública na Administração Local (GEPAL) no CEFA, concluído em 5 de Maio de 2009;

3 — Percurso profissional:

No período de 1992 até 2003 exerceu actividades lectivas em vários estabelecimentos escolares, leccionando as disciplinas de Geografia e Ciências Sociais e Formação Cívica.

Colaborou com a empresa Ventura da Cruz Planeamento e Planiflora, na realização de Instrumentos de Gestão Territorial.

No período de 10 de Maio de 1999 a 22 de Janeiro de 2002, acumulou funções não remuneradas como Coordenador do Serviço Municipal de Protecção Civil e, em representação da Autarquia, coordenando os meios técnicos e humanos.

Exerceu funções de Técnico Superior, área de Planeamento Regional e Urbano, na Câmara Municipal de Mira, em regime de estágio, com contrato administrativo de provimento, de 1 de Março a 22 de Agosto de 2000.

Tomou posse na Câmara Municipal de Mira, como Técnico Superior de 2.ª classe, área de Planeamento Regional e Urbano, em 23 de Agosto de 2000.

No período de 1 de Setembro de 2005 a 22 de Outubro de 2007, foi Director do Projecto Municipal de Modernização Administrativa — Uni-

dade Orgânica Transitória, na Câmara Municipal de Mira, onde liderou a gestão e implementação dos programas municipais candidatos no âmbito do projecto Aveiro Digital 2003-2006, dos quais se destacam a criação do Sistema de Informação Cadastral, Sistema de Informação Geográfica, Serviços autárquicos Online, Geoinvest e Geomarketing, Secur Ria e AmbiRia.

Entre 2003 e 2004 foi formador na área do Ordenamento do Território, na Empresa FTG.

Exerceu funções, na Câmara Municipal de Mira, de Técnico Superior de 1.ª classe, área de Planeamento Regional e Urbano, de 4 de Agosto de 2004 a 18 de Dezembro de 2008.

Exerce funções, na Câmara Municipal de Mira, de Técnico Superior Principal, área de Planeamento Regional e Urbano, desde 19 de Dezembro de 2008.

Desde Janeiro de 2009 acumula funções não remuneradas de Comandante Operacional Municipal.

Tem desempenhado funções como: Elaboração e Acompanhamento dos diferentes Instrumentos de Gestão Territorial quer ao nível municipal quer supramunicipal, membro da CMC do Plano Regional Ordenamento do Território do Centro, gestor de Projecto de Modernização Administrativa da Ria — +Maria — 2008 — projecto D — Sistema de Informação Geográfica, elaboração e acompanhamento de projectos municipais de Sistemas de Informação Geográfica.

O percurso profissional é polivalente e diversificado nas áreas funcionais de Planeamento, Sistemas de Informação Geográfica, Cadastro Ambiente, Gestão da Qualidade Modernização e Certificação de Serviços, Gestão e Ordenamento do Trânsito, Protecção Civil, Gestão de Equipas Operacionais, e, cumulativamente, tem experiência no âmbito da administração pública local.

Ao nível de factor de liderança, uma boa capacidade de coordenar e dirigir serviços e equipas de trabalho, elevada capacidade para estabelecer objectivos orientados para resultados e boa capacidade de desenvolvimento e motivação de pessoas.

Formação diversificada nas áreas e matérias respeitantes ao lugar posto a concurso.

04 de Janeiro de 2010. — O Vereador com competências delegadas, *Manuel de Jesus Martins*, Dr.

302849827

Aviso n.º 3673/2010

Em cumprimento do disposto no artigo 37.º da Lei n.º 12-A/2008 de 27 de Fevereiro, faz-se público que cessaram a relação jurídica de emprego público os trabalhadores abaixo mencionados, pelos motivos e nas datas que se indicam.

Manuel do Rosário Gonçalves Simões, da carreira/categoria de Assistente Operacional, desligado do serviço por motivo de aposentação, a partir de 1 de Agosto de 2009;

Maria Arsénia de Miranda Balseiro, da carreira/categoria de Assistente Técnico, desligada do serviço por motivo de aposentação, a partir de 1 de Setembro de 2009;

João Evangelista da Cruz Estrela, da carreira/categoria de Assistente Técnico, desligado do serviço por motivo de falecimento, em 18 de Novembro de 2009;

25 de Janeiro de 2010. — O Vereador com competências delegadas, *Manuel de Jesus Martins*, Dr.

302859871

MUNICÍPIO DE MORA

Aviso n.º 3674/2010

Luís Simão Duarte de Matos, Presidente da Câmara Municipal de Mora, informa que se encontra para apreciação pública, pelo prazo de 30 dias a contar da data do presente aviso na 2.ª série do *Diário da República* a Projecto de Regulamento Municipal de Publicidade, aprovada em reunião de 27 de Janeiro de 2010.

Projecto de Regulamento Municipal de Publicidade

Nota Justificativa

No Município de Mora vigora um regulamento municipal de publicidade que foi aprovado em 23-2-2001 pela Assembleia Municipal e que se encontra desactualizado e que por isso urge rever.

Pertence às Câmaras Municipais de acordo com a Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações da Lei n.º 23/2000 de 23 de Agosto, sem prejuízo de intervenção necessária de outras entidades para salvaguarda

do equilíbrio urbano e ambiental, a definição dos critérios de licenciamento aplicáveis na área do respectivo concelho, incluindo os troços de estradas nacionais incluídos em aglomerados urbanos.

O Regulamento Municipal de Publicidade deve definir critérios normativos da actividade publicitária, nomeadamente no que se refere às características e dimensões dos suportes publicitários, definir o processo de licenciamento, prever uma planificação de modo a salvaguardar o indispensável equilíbrio entre a actividade publicitária e as exigências de interesse público, no que respeita à segurança, à estética e ao enquadramento urbanístico, paisagístico e ambiental.

Este regulamento deve ainda estar de acordo com a nova tabela de taxas e licenças.

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 e de acordo com a Lei n.º 2/07 de 15 de Janeiro, com os artigos 53.º, n.º 2, alínea *a*) e 64.º, n.º 6, alínea *a*) da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro na redacção da Lei n.º 5/A/2002 de 1 de Janeiro, Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, (com as alterações da Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto), e Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, (com as alterações do Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de Maio).

Artigo 2.º

Objecto e Âmbito de Aplicação

1 — Este regulamento aplica-se a toda a actividade publicitária qualquer que seja o meio difusor, com excepção da imprensa, da rádio e da televisão na área do Município de Mora.

2 — É considerada actividade publicitária toda a divulgação que vise dirigir a atenção do público para um determinado bem ou serviço de natureza comercial, com o fim de promover a sua aquisição.

3 — Não são consideradas actividades publicitárias, para efeitos do presente regulamento:

a) A divulgação de causas, instituições sociais, entidades ou actividades sem fins comerciais, nomeadamente culturais, desportivas, recreativas, indicais e políticas;

b) A sensibilização feita através de éditos, anúncios, notificações e demais formas de informação que se relacionem, directa ou indirectamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;

c) A difusão de comunicados, notas officiosas e demais esclarecimentos que se prendam com a actividade de órgãos de soberania e da Administração Central e Local

Artigo 3.º

Conceito de Publicidade

1 — Considera-se publicidade, para efeitos do presente Regulamento, qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo de:

a) Promover, o fornecimento de bens ou serviços, incluindo direitos e obrigações;

b) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições.

2 — Considera-se, também, publicidade qualquer forma de comunicação da Administração Pública, que tenha por objectivo directo ou indirecto, promover bens ou serviços.

CAPÍTULO II

Regime e procedimento de licenciamento

Artigo 4.º

Licenciamento

1 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias depende de prévio licenciamento da Câmara Municipal de Mora.

2 — Não carecem de licenciamento municipal, nos termos do presente Regulamento:

a) As placas, os dizeres e as indicações que resultem de imposição legal;

b) Os anúncios ou reclamos colocados ou afixados dentro dos estabelecimentos ou no interior das montras de exposição destes, quando forem respeitantes a produtos ali fabricados e ou comercializados;

c) Os anúncios temporariamente colocados ou afixados em prédios urbanos com a simples indicação de venda ou arrendamento;

d) Os anúncios do estado e organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à actividade que prosseguem;

e) A designação do nome do edifício;

f) Na propaganda eleitoral, na propaganda sonora e afixação de cartazes, assim como a propaganda sindical ou religiosa;

g) Os anúncios destinados à identificação dos serviços públicos de saúde, de símbolo oficial e de farmácias;

h) As referências a patrocinadores de actividades promovidas pela câmara Municipal ou que esta considere de interesse público, desde que o valor do patrocínio seja superior ao valor da taxa que seria aplicável.

Embora não careçam de licença municipal e, portanto, não estejam sujeitos a pagamento de taxas, ficam, contudo, dependentes de autorização, a requerer pelos respectivos interessados, as situações a que se referem as alíneas *g*) e *h*) do número anterior, com excepção apenas, da identificação de serviços públicos de saúde referida na alínea *g*).

Artigo 5.º

Processo de Licenciamento

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

a) O nome ou a designação, a identificação fiscal e a residência ou a sede do requerente e a indicação da qualidade em que requer a licença;

b) A identificação exacta do local a utilizar na afixação, inscrição ou difusão da mensagem publicitária;

c) O período pretendido para a licença;

d) A indicação do tipo de publicidade.

2 — Ao pedido de licenciamento devem ser juntos, em duplicado:

a) Fotografias a cores no formato mínimo de 10 × 15 cm, indicando o local previsto para a afixação, apresentadas em suporte de papel A4;

b) Planta de localização à escala 1/1000, com indicação do local ou do edifício previsto para a afixação bem como do suporte/dispositivo onde será afixado;

c) Desenho do suporte publicitário, através de plantas, cortes e alçados e demais elementos necessários para a compreensão dos elementos a licenciar;

d) Memória descritiva do projecto, com indicação das características dos materiais, forma e cores;

e) No caso de suportes publicitários a colocar em fachada de edifícios, deve apresentar-se desenho dos alçados de conjunto numa extensão de 10 metros para cada um dos lados, desenho do alçado e corte cotado esclarecedor do pretendido, à escala 1/100, com a integração do suporte publicitário e com indicação dos materiais, cores e texturas a utilizar;

f) Outros documentos que o requerente considere adequados a complementar os anteriores e a esclarecer a sua pretensão.

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

4 — Ao pedido de licenciamento deve ser junta a autorização do proprietário do bem ou dos bens, ou da assembleia de condóminos onde se pretende afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária, se o requerente não for titular de qualquer dos direitos referidos no número anterior.

5 — Na falta de apresentação de qualquer dos elementos instrutores referidos nos números anteriores, devem os mesmos ser solicitados ao requerente para que os junte ao processo no prazo de 15 dias, sob pena de rejeição liminar do requerimento.

Artigo 6.º

Elementos Complementares

1 — Nos 30 dias seguintes à data da entrada do requerimento, podem ser solicitadas ao requerente a indicação e ou a apresentação de

quaisquer outros elementos ou esclarecimentos necessários à apreciação do pedido.

2 — A falta da indicação e ou apresentação dos elementos ou esclarecimentos solicitados, no prazo que lhe for estabelecido, no âmbito do número anterior, implica o arquivamento do processo.

Artigo 7.º

Pareceres

1 — Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária esteja sob a jurisdição de outra entidade, deve a Câmara Municipal solicitar, nos 30 dias seguintes à entrada do requerimento, ou nos 15 dias seguintes à junção dos elementos complementares a que se refere o artigo anterior, parecer sobre o pedido de licenciamento.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, a Câmara Municipal pode, sempre que o julgar necessário para a tomada de decisão, solicitar pareceres às entidades que tiver por convenientes do ponto de vista dos interesses e valores a acautelar no licenciamento.

3 — Os pareceres solicitados devem ser emitidos no prazo de 30 dias a contar da data do ofício respectivo, findo o qual pode o procedimento prosseguir e ser proferida decisão sem tais pareceres.

Artigo 8.º

Crítérios de Licenciamento

1 — A afixação, inscrição ou difusão de publicidade não pode:

- a) Afectar a estética ou o ambiente dos lugares ou a paisagem ou provocar a obstrução de perspectivas panorâmicas;
- b) Prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros passíveis de classificação pelas entidades públicas;
- c) Provocar o incorreto enquadramento e integração dos elementos de publicidade propostos no edifício, nomeadamente quanto a cores, forma, dimensões, proporções, escala e materiais;
- d) Afectar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária;
- e) Prejudicar ou dificultar a circulação de veículos de socorro e emergência;
- f) Apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os da sinalização de trânsito, ou prejudicar a sua visibilidade;
- g) Prejudicar a circulação de peões, designadamente dos deficientes;
- h) Prejudicar a visibilidade de placas toponímicas;
- i) Prejudicar os acessos aos edifícios;
- j) Provocar ruído para além dos limites impostos pela legislação reguladora do ruído.

2 — Sem prejuízo do estabelecido no número anterior não é autorizada:

- a) A utilização, em qualquer caso, de materiais não biodegradáveis na afixação e inscrição de mensagens de publicidade;
- b) A utilização de panfletos ou meios semelhantes projectados ou lançados por meios terrestres ou aéreos;
- c) A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, seja qual for o suporte que utilizem, em edifícios públicos, sedes de órgãos de soberania ou de autarquias locais, templos, cemitérios, árvores, sinais de trânsito e elementos do mobiliário urbano;
- d) A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em locais, edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico;
- e) A afixação de cartazes ou afins sem suporte próprio através de colagem ou outros meios semelhantes, salvo nos casos indicados no artigo 59.º do presente Regulamento;
- f) A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que violem o estabelecido no Código de Publicidade.

Artigo 9.º

Indeferimento

Constituem motivos de indeferimento do pedido de licenciamento:

- a) O desrespeito por normas técnicas gerais e específicas aplicáveis, designadamente das previstas no presente Regulamento;
- b) Quando o pedido de licenciamento não estiver correctamente formulado e instruído, nos termos do presente regulamento;
- c) Quando contrarie qualquer das alíneas do disposto no artigo 8.º, do presente regulamento;
- d) Quando o requerente for devedor à Câmara Municipal de Mora por dívidas relacionadas com a ocupação do espaço público e ou publicidade.

Artigo 10.º

Audiência dos Interessados

Previamente à decisão final do pedido de licenciamento, proceder-se-á à audiência prévia dos interessados nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 11.º

Decisão Final

1 — A decisão sobre o pedido de licenciamento deve ser proferida no prazo de 30 dias, contado da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à decisão.

2 — Em caso de deferimento, a notificação da decisão deve incluir a indicação do local e do prazo para o levantamento do alvará de licença e para o pagamento da taxa respectiva.

3 — A decisão que tenha deferido o pedido de licenciamento caduca se, no prazo de 45 dias úteis a contar da respectiva notificação, não for levantado o alvará de licença de publicidade.

Artigo 12.º

Validade 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 requerida por prazo inferior.

3 — A licença requerida para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias relativas a evento a ocorrer em data determinada caducará no termo dessa data.

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

Artigo 13.º

Cancelamento ou caducidade da licença

1 — A licença para afixação ou inscrição de mensagens de publicidade ou de propaganda pode ser cancelada pela Câmara Municipal, se o titular não cumprir as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado no licenciamento.

2 — Nos casos em que a licença caducar, a Câmara Municipal notificará o interessado para, num prazo de 20 dias, proceder à remoção da publicidade afixada ou inscrita, bem como os respectivos suportes ou materiais de apoio, sob pena de instauração de processo de contra ordenação.

3 — O incumprimento do disposto no número anterior confere à Câmara Municipal o direito de proceder à remoção, suportando o titular da licença os respectivos encargos, sem prejuízo das sanções aplicáveis.

Artigo 14.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 que seja 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;
- d) Cumprir as prescrições estipuladas na licença;

Artigo 15.º

Revogação da Licença

A licença para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias pode ser revogada a qualquer momento pela Câmara Municipal sempre que:

- a) Razões de interesse público o exijam;
- b) O seu titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito, nomeadamente as obrigações a que se tenha vinculado no licenciamento;

c) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação da mensagem publicitária para a qual haja sido concedida a licença, salvo no caso de painéis publicitários de exploração comercial;

d) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação do suporte publicitário para a qual haja sido concedida a licença.

Artigo 16.º

Licenciamento Cumulativo

Nos casos em que a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias exija a execução de obras de construção civil sujeitas a licença ou autorização, deve esta ser requerida cumulativamente, nos termos da legislação aplicável.

Artigo 17.º

Remoção dos Suportes Publicitários

1 — A Câmara Municipal pode ordenar a remoção dos suportes publicitários sempre que se verifique qualquer das seguintes circunstâncias:

a) Afixação, inscrição ou difusão de publicidade sem prévio licenciamento ou em desconformidade com o estipulado neste Regulamento;

b) Desrespeito pelos termos do alvará de licenciamento, nomeadamente alteração do meio difusor, do conteúdo da mensagem publicitária 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.

2 — Para efeitos do número anterior deve a Câmara Municipal notificar o infractor fixando-lhe o prazo de 10 dias para proceder à remoção do suporte publicitário.

3 — 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 a remoção.

4 — Sempre que a Câmara Municipal proceda à remoção dos suportes publicitários, nos termos do presente artigo, o titular da licença ou o infractor é responsável pelo pagamento de todas as despesas correspondentes.

Artigo 18.º

Publicidade Abusiva

1 — Sem prejuízo do disposto no artigo anterior e da eventual aplicação de coimas e sanções acessórias, a Câmara Municipal pode, independentemente de prévia notificação, proceder à remoção de suportes publicitários sempre que tenha havido uma utilização abusiva do espaço público ou se verifique a existência de perigo evidente para a segurança de pessoas e bens.

2 — Os proprietários ou titulares de outros direitos sobre locais onde forem 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.

Artigo 19.º

Regime de Concessão

O Município poderá conceder, mediante concurso, o exclusivo para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias na área do Município.

Artigo 20.º

Taxas

1 — Pelas licenças de publicidade ou sua renovação são devidas as taxas estabelecidas na Tabela de Taxas e Licenças da Câmara Municipal de Mora.

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 respectiva taxa será precedido da emissão de aviso e terá lugar no primeiro trimestre do ano a que respeita, implicando o não pagamento da taxa neste prazo, a sua cobrança coerciva, ou a remoção do dispositivo e mensagem publicitária.

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

Artigo 21.º

Isenções

Estão isentos de taxas:

a) O Estado e seus Institutos, organismos autónomos personalizados, bem como as demais pessoas colectivas de direito público, de acordo com a Lei n.º 2/2007 de 15 de Janeiro;

b) As entidades a quem a lei confira tal isenção.

c) As associações patronais, religiosas, culturais desportivas ou recreativas legalmente constituídas, e as comissões fabriqueiras de igrejas e capelas pelas actividades que se destinem, directamente, à realização dos seus fins estatutários;

CAPÍTULO III

Aspectos a observar na instalação de suportes publicitários

SECÇÃO I

No interior dos aglomerados

Artigo 22.º

Regras Gerais

1 — Não poderá ser instalado qualquer suporte publicitário em locais que impeçam a circulação pedonal.

2 — A instalação de suportes publicitários terá de observar um afastamento mínimo de 0.2 m, relativamente ao lancil do passeio.

3 — Os suportes publicitários deverão ser instalados seguindo um eixo, aproveitando-se os alinhamentos definidos pelos elementos e equipamentos urbanos já existentes (ex: árvores e candeeiros) e seguindo uma equidistância.

Artigo 23.º

Instalação de suportes publicitários

1 — A instalação de suportes publicitários terá de respeitar as seguintes distâncias mínimas:

- a) 10 metros entre suportes da mesma tipologia;
- b) 5 metros entre suportes de tipologia diferente.

2 — Na instalação de suportes publicitários deverá obedecer-se a uma distância mínima de 4 metros relativamente a equipamentos urbanos já existentes.

3 — O não cumprimento com o estipulado nos números anteriores terá de ser devidamente fundamentado.

Artigo 24.º

Zonas de Protecção

É proibida a instalação de suportes publicitários:

- a) Nas zonas de protecção a passeadeiras de peões, sinalização de tráfego e semáforos;
- b) Nas zonas de protecção a placas separadoras de sentido de tráfego;
- c) Em esquinas, na área comprometida por dois planos perpendiculares às Fachadas que distem 5 metros do respectivo cunhal;
- d) Em rotundas e numa faixa de 25 metros a partir do limite exterior ao seu redor;
- e) Este regime de distancias poderá não se aplicar no caso dos abrigos de transportes públicos, publicidade em toldos e sempre que o interesse público o justifique.

SECÇÃO II

Fora dos aglomerados urbanos

Artigo 25.º

Publicidade fora dos aglomerados urbanos

1 — É proibida a afixação ou inscrição de publicidade fora dos aglomerados urbanos em qualquer local onde a mesma seja visível das estradas da rede nacional, fundamental e complementar.

2 — A publicidade a afixar ou inscrever nas imediações das vias municipais fora das áreas urbanas, desde que não visível das estradas nacionais, deve obedecer aos seguintes condicionamentos:

- a) Nas estradas municipais, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 5 metros do limite exterior da faixa de rodagem;
- b) Em caso de proximidade de cruzamento ou entroncamento com outras vias de comunicação ou com vias férreas, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 10 metros do limite exterior da faixa de rodagem;

c) Este regime de distâncias poderá não se aplicar no caso de abrigos de transportes públicos e sempre que o interesse público o justifique.

3 — Os condicionamentos previstos nas alíneas do número anterior não são aplicáveis aos seguintes meios de publicidade, quando não visíveis das estradas nacionais:

a) De interesse cultural ou turístico reconhecido, nos termos do Decreto Regulamentar n.º 22/98 de 21 de Setembro, republicado em anexo ao Decreto-Lei n.º 1/2001 de 3 de Janeiro;

b) Que se destinem a identificar edifícios ou estabelecimentos, públicos ou particulares, desde que tal publicidade seja afixada ou inscrita nos mesmos.

4 — Sem prejuízo do disposto no artigo 8.º e no n.º 1 do presente artigo, é proibida a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias nas rotundas, dentro ou fora das áreas urbanas, com excepção dos meios de publicidade que se destinem a identificar edifícios ou estabelecimentos públicos ou particulares, desde que tal publicidade seja afixada ou inscrita nos mesmos.

CAPÍTULO IV

Condições técnicas específicas relativas a Publicidade afecta ao Mobiliário Urbano

Artigo 26.º

Conceito

Considera-se publicidade afecta a mobiliário urbano, toda a publicidade instalada em suportes publicitários autónomos (anúncio electrónico, coluna publicitária, mastro — bandeira, Mupe — Seta direccional, mupi, painel, relógio-termómetro), em mobiliário urbano (bandeiras, pendões), ou em equipamentos concessionados (abrigos de transportes públicos, marcos do correio, cabinas telefónicas e outros).

SECÇÃO I

Publicidade instalada em Suportes Publicitários autónomos

Artigo 27.º

Definições

Para efeitos do presente regulamento entende-se por:

a) Anúncio electrónico: sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens e ou com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo;

b) Anúncio luminoso: todo o suporte que emita luz própria;

c) Anúncio iluminado: todo o suporte sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;

d) Coluna Publicitária: peça de mobiliário urbano de interior, a informação pode ser estática ou rotativa;

e) Mastro-Bandeira: Peça de mobiliário urbano derivada do Mupi com a particularidade de estar integrada num mastro que tem como função ostentar uma bandeira. A publicidade está elevada acima dos 2,2 metros de altura;

f) Mupi: tipo específico de mobiliário urbano destinado, com duas faces, destinado a publicidade, podendo em alguns casos conter também informação. (possuem iluminação interior e uma dimensão fixa de 1,75 m por 1,20m);

g) Painel: suporte constituído por moldura e respectiva estrutura fixada directamente no solo, de dimensão não superior a 4 m², podendo ser estático ou rotativo, iluminado ou não.

Artigo 28.º

Condições de Aplicação de anúncios electrónicos

A colocação de anúncios sobre o espaço do domínio público deve respeitar as seguintes distâncias mínimas:

a) Distância da parte inferior dos anúncios em relação ao solo — 2,5 m;

b) Distância medida na horizontal dos anúncios em relação ao bordo exterior do lancil do passeio — 0,50 m;

c) Distância medida na horizontal do plano exterior dos anúncios em relação à faixa de rodagem se delimitada por pintura, berma e ou valeta, (caso não exista passeio) — 0,50 m.

Artigo 29.º

Condições de Aplicação de colunas publicitárias

1 — Devem ser instaladas em espaços amplos, como sejam praças e largos, sendo de evitar a sua colocação em passeios de largura inferior a 6 metros.

2 — A área máxima de superfície publicitária não pode ultrapassar seis vezes 1.75 m por 1.20 m.

Artigo 30.º

Condições de Aplicação de mastros-bandeiras

1 — As bandeiras não podem incluir mensagens publicitárias, excepto quando se trate de iniciativas organizadas pelo município ou outras entidades públicas.

2 — Os mastro-bandeira devem ser preferencialmente instalados em placas separadoras de trânsito, com uma dimensão igual ou superior a 3.20 m e com uma distância em relação ao topo da mesma de pelo menos 10,0 m.

3 — A área máxima da superfície publicitária é de duas vezes 1.75 m por 1.20 m, no caso de se utilizarem as duas faces.

Artigo 31.º

Condições de instalação de Mupis

A área de superfície publicitária é de 1,7 m por 1,25 m, ou de 2 m por 2,5 m por face.

Artigo 32.º

Condições de Instalação de painéis

1 — É proibida a instalação de painéis em áreas de protecção de móveis classificados ou em vias de classificação e em núcleos históricos.

2 — Os painéis deverão ser sempre nivelados, salvo nos casos em que o declive dos arruamentos o não permita.

3 — A estrutura de suporte deve ser metálica e na cor mais adequada ao ambiente e estética do local.

4 — O número máximo de painéis a instalar em cada alinhamento é de 5.

5 — O painel conterà obrigatoriamente no canto inferior direito uma placa identificativa da entidade requerente, com uma dimensão de 0.40 m por 0.20 m, bem como o número de ordem atribuído ao suporte

6 — A distância entre a moldura dos painéis e o solo não pode ser inferior a 2,5 m.

Artigo 33.º

Dimensão dos Painéis

1 — Os painéis devem ter as seguintes dimensões:

a) 8 m de comprimento por 3 m de altura;

b) 4 m de comprimento por 3 m de altura;

c) 2,4 m de comprimento por 1,75 m de altura.

2 — Podem ser licenciados, a título excepcional, painéis com outras dimensões desde que se enquadrem no ambiente envolvente.

3 — Os suportes não poderão permanecer sem publicidade por mais de 30 dias, podendo a Câmara Municipal mandar proceder à sua remoção, findo este prazo e imputar os custos ao requerente.

Artigo 34.º

Condições de instalação de painéis em vedações, tapumes ou outros elementos congéneres

1 — A instalação de painéis em tapumes só é permitida enquanto decorrerem obras no local.

2 — Quando afixados em tapumes, vedações ou elementos congéneres, os painéis deverão ser sempre nivelados, salvo nos casos em que o declive dos arruamentos o não permita.

3 — A estrutura de fixação ao solo deverá ficar instalada no interior do tapume, vedação ou elemento congénere.

SECÇÃO II

Publicidade instalada em mobiliário urbano

Artigo 35.º

Definições

Para efeitos deste Regulamento entende-se por:

a) Bandeirola — todo o suporte publicitário rígido, fixo a um poste ou outra estrutura semelhante, que apresente como forma característica a figura de um quadrado ou rectângulo;

b) Faixas e pendões — todo o suporte publicitário constituído por tecido, tela ou outro material rígido, fixado temporariamente em poste, candeeiro ou outra estrutura semelhante.

Artigo 36.º

Condições de instalação de bandeirolas, Faixas e Pendões

1 — A fixação de publicidade em mobiliário urbano municipal ou em equipamentos municipais, nomeadamente de pendões, deverá ser feita de modo a que os dispositivos permaneçam oscilantes.

2 — As bandeirolas só podem ser colocadas em posição perpendicular à via.

3 — O mesmo promotor não poderá colocar mais de 50 pendões em simultâneo para a mesma campanha publicitária.

4 — A distância entre a parte inferior das bandeirolas, pendões ou faixas e o solo não pode ser inferior a 2,5 m em relação ao passeio e ou solo.

5 — A distância entre bandeirolas, pendões ou faixas instaladas ao longo das vias, não podem ser inferiores a 50 metros.

6 — As bandeirolas devem ter uma das seguintes dimensões:

- a) 1,20 m de altura por 0,80 m de largura como limites máximos;
- b) 1 m de altura por 0,60 m de largura como limites mínimos.

7 — As faixas e pendões devem ter as seguintes dimensões:

- a) 2 m por 1 m de como limites máximos.

8 — Poderão ser licenciados, a título excepcional devidamente fundamentado, bandeirolas, faixas e pendões com outras dimensões desde que não fique posta em causa a visibilidade da sinalização de trânsito, nem o ambiente e a estética dos locais pretendidos.

Artigo 37.º

Remoção de Bandeirolas, faixas e pendões

As bandeirolas, faixas e pendões devem ser removidos pelos interessados no prazo de 5 dias úteis subsequentes à data da cessação do objecto da publicidade ou em qualquer altura, no caso de se encontrarem em mau estado de conservação ou prejudicarem o trânsito de peões e veículos.

SECÇÃO III

Publicidade instalada em equipamentos concessionados

Artigo 38.º

Condições de instalação nos abrigos de transportes públicos

A área máxima de superfície publicitária permitida nos abrigos de transportes públicos é de 1.75 m por 1.20 m em cada uma das faces.

Artigo 39.º

Condições de instalação nas cabines telefónicas

É permitida a afixação ou inscrição de publicidade nas cabines telefónicas, desde que não prejudique ou obstrua a visibilidade de, e para o interior, devendo manter-se ao máximo a sua transparência.

CAPÍTULO V

Publicidade instalada em mobiliário urbano

Artigo 40.º

Publicidade instalada em peças de mobiliário urbano

1 — Só é permitida a incorporação de mensagens publicitárias em mobiliário urbano, quando na sua concepção e desenhos originais tiverem sido previstos dispositivos ou painéis para este fim, não sendo por isso de autorizar os pedidos de alteração a configuração inicial destes equipamentos.

2 — Não é permitida a colocação de publicidade em gradeamentos de protecção aos peões colocados nos passeios.

3 — Quando o mobiliário urbano a instalar, tiver toldos, os mesmos poderão ostentar publicidade desde que diga respeito ao nome do estabelecimento e à actividade do mesmo e apenas inscrita na respectiva aba.

4 — Nas esplanadas, as únicas referências publicitárias permitidas são as respeitantes ao nome do estabelecimento e à actividade do mesmo e apenas quando inscritas nas abas dos guarda-sóis.

CAPÍTULO VI

Publicidade instalada em edifícios

Artigo 41.º

Noção

Para efeitos do presente regulamento, a publicidade a instalar em edifícios deve obedecer a regras específicas de acordo com o seu local de inserção, considerando-se as seguintes classes:

- a) Publicidade instalada em fachadas;
- b) Publicidade instalada em pisos térreos.

Artigo 42.º

Princípios reguladores

A instalação de publicidade em edifícios só poderá ocorrer quando se integrar harmoniosamente na arquitectura do imóvel e constituir um elemento valorizador do edifício e da paisagem envolvente, considerando-se como aspectos essenciais a ter em atenção, para este efeito, a composição, a escala, a forma e as cores da mensagem.

SECÇÃO I

Publicidade instalada em fachadas

Artigo 43.º

Noção

Entende-se por publicidade instalada em fachadas, para efeitos do presente regulamento toda a publicidade localizada acima do piso térreo e abaixo do telhado, terraço ou cobertura.

Artigo 44.º

Condições de instalação

1 — Só é permitida a instalação de publicidade em fachadas a entidades localizadas no edifício e no piso ou pisos respectivos.

2 — Devem ser utilizados preferencialmente suportes publicitários constituídos por letras ou símbolos soltos ou recortados, aplicados directamente aos paramentos.

3 — A colocação de dispositivos publicitários em fachadas só poderá conter o logótipo da empresa e a indicação da actividade principal.

SECÇÃO II

Publicidade instalada em pisos térreos e em obras de construção

Artigo 45.º

Noção

Entende-se por publicidade instalada em pisos térreos, para efeitos do presente regulamento, a que se refere aos dispositivos publicitários instalados ao nível da entrada nos edifícios, nos locais das obras e nas monstras dos estabelecimentos comerciais, nomeadamente os seguintes:

a) Chapa ou placa — suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, utilizado para assinalar escritórios, consultórios médicos ou outras actividades;

b) Pala, Toldo, sanefa ou similar — elemento com predomínio da dimensão horizontal, fixo aos paramentos das fachadas e funcionando como suporte para fixação/inscrição de mensagens publicitárias;

c) Letreiro — Dispositivo publicitário constituído por placa, por letras ou símbolos recortados, fixos aos paramentos das fachadas;

d) Tabuleta — Suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios com mensagem publicitária em ambas as faces.

SUBSECÇÃO I

Chapas ou Placas

Artigo 46.º

Condições de instalação

1 — Em cada edifício as chapas devem ser todas do mesmo tamanho, cor e material e estar alinhadas, deixando entre si distancias regulares, ou no caso de serem diferentes, deverão as mesmas integradas num projecto conjunto a aprovar previamente.

2 — As chapas e placas não podem exceder na sua maior dimensão os 0.60 m.

SUBSECÇÃO II

Palas, Toldo, Sanefa ou Similar

Artigo 47.º

Condições de instalação

Não podem sobrepor cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitectónico ou decorativo.

Artigo 48.º

Dimensões e distâncias a observar

1 — As palas toldos, safenas e similares não podem exceder o limite lateral dos edifícios.

2 — Não podem ser instalados a menos de 2,5 m em relação ao solo e nunca acima do nível do tecto do estabelecimento a que pertençam.

3 — As palas toldos, safenas e similares armados às portas e montras dos estabelecimentos comerciais ou industriais, terão de satisfazer às condições seguintes:

1) A altura mínima, desde o pavimento do passeio à margem inferior das sanefas ou ferragens, será de 2 metros;

2) A saliência máxima corresponderá à largura do passeio, com as seguintes reduções:

i) Nos passeios até 2 metros — 0,40 m;

ii) Nos passeios de mais de 2 metros — 0,50 m.

SUBSECÇÃO III

Letreiro

Artigo 49.º

Condições de instalação

1 — Devem ser, preferencialmente, em letras ou símbolos, soltos ou recortados.

2 — Não podem sobrepor cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitectónico ou decorativo.

Artigo 50.º

Dimensões e distâncias a observar

1 — Os letreiros não podem exceder o limite lateral dos estabelecimentos, nem um balanço de 0,20 m em relação à fachada.

2 — A distância em relação ao solo nunca pode ser inferior a 2 m e nunca acima do nível do tecto do estabelecimento a que pertençam.

SUBSECÇÃO IV

Tabuletas

Artigo 51.º

Condições de instalação

1 — Por cada fracção autónoma só será autorizada a instalação de uma tabuleta ou dispositivo biface.

2 — Não podem ser colocadas acima do piso térreo.

3 — Em cada edifício, as tabuletas devem ser todas do mesmo tamanho, e estar alinhadas, deixando entre si distâncias regulares, admitindo-se a diferença, desde que sejam integradas e projecto conjunto a aprovar previamente.

Artigo 52.º

Dimensões a observar

1 — As tabuletas ou dispositivos biface não poderão exceder 0,50 m de largura e 0,40 m de altura e o seu afastamento em relação ao plano marginal do edifício não pode exceder 50% da maior dimensão.

2 — Quando emitem luz própria a espessura das tabuletas ou dos dispositivos biface não pode exceder 0,15 m.

3 — Quando não emitem luz própria, a sua espessura não deve exceder 0,10 m.

Artigo 53.º

Distâncias a observar

A instalação de tabuletas ou dispositivos biface deve obedecer às seguintes distâncias:

a) O limite inferior do dispositivo até ao solo não pode ser inferior a 2,50 m;

b) O bordo exterior do dispositivo deve ficar afastado no mínimo 0,50 m do limite exterior do passeio, podendo esta distância ser aumentada caso se preveja a instalação de equipamento urbano ou tráfego automóvel que justifique;

c) Não podem ser instaladas a menos de 3 m de outro dispositivo semelhante já licenciado;

d) Exceptua-se do disposto na alínea anterior os casos em que se trate da instalação das tabuletas ou dispositivos biface em prédios ou outros equipamentos onde no processo de licenciamento da construção já tenha sido previstas mais que uma tabuleta.

CAPÍTULO VII

Cartazes, Dísticos Colantes e Outros Semelhantes

Artigo 54.º

Definição

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por cartaz, dístico colante e outros semelhantes, todo o meio publicitário temporário, constituído por papel ou tela, colocado ou por outro meio afixado directamente em local que confine com a via pública.

Artigo 55.º

Condições de Aplicação

1 — Só poderão ser afixados cartazes, dísticos colantes ou outros semelhantes, nos seguintes locais:

a) Tapumes ou outras vedações provisórias pertença dos interessados ou com autorização devidamente comprovada dos titulares do direito sobre os mesmos;

b) Locais do domínio público ou privado devidamente autorizados para o efeito.

2 — É proibida a afixação de cartazes, dísticos colantes ou outros semelhantes, em árvores, postes e candeeiros.

CAPÍTULO VIII

Unidades Móveis Publicitárias, Veículos Automóveis e Outros Meios de Locomoção

Artigo 56.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 57.º

Limites

As unidades móveis poderão fazer uso de material sonoro respeitando os limites impostos na legislação sobre ruído.

Artigo 58.º

Estacionamento

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 59.º

Autorização e Seguro

1 — Sempre que o suporte publicitário utilizado exceda as dimensões do veículo ou seja um atrelado é obrigatoriamente junto ao requerimento inicial, a que se refere o artigo 5.º, uma autorização emitida pela entidade competente que deverá estar de acordo com o Código da Estrada.

2 — Após o deferimento do pedido o levantamento da licença será condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil.

3 — Será obrigatória a colocação, em local visível, do número do alvará da licença e a identificação do respectivo titular.

Artigo 60.º

Entidade Competente para o Licenciamento

A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em veículos automóveis e ou atrelados, transportes públicos e outros, que circulem na área do Município, carece de licenciamento, a conceder pela Câmara Municipal, nos termos do presente Regulamento e da demais legislação aplicável, sempre que o proprietário ou possuidor do veículo ali tenha residência, sede, delegação ou qualquer outra forma de representação.

Artigo 61.º

Cálculo da Publicidade

A publicidade por afixação, inscrição ou difusão de mensagens em unidades móveis publicitárias, veículos automóveis, transportes públicos e outros meios de locomoção será taxada por veículo de acordo com a tabela anexa.

CAPÍTULO IX

Publicidade aérea

Artigo 62.º

Definição

Considera-se publicidade aérea, a que se refere a dispositivos publicitários instalados, inscritos ou afixados em transportes aéreos (aviões, helicópteros, zepelins, balões, parapentes pára-quedas e outros) e em balões, insufláveis 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).

Artigo 63.º

Condições de Licenciamento

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 utilização destes suportes publicitários.

CAPÍTULO X

Publicidade Sonora

Artigo 64.º

Definição

Considera-se publicidade sonora, para efeitos do presente regulamento, toda a difusão de som, com fins comerciais, emitida no espaço público, dele audível ou perceptível.

Artigo 65.º

Condições de Licenciamento

1 — A difusão de publicidade através de meios sonoros fixos ou móveis é objecto de licenciamento temporário, devendo observar a legislação em vigor, nomeadamente a legislação sobre ruído.

2 — A difusão de publicidade sonora não está sujeita a licenciamento municipal por ocasião de festas tradicionais, sem prejuízo do respeito pelos limites referidos no número anterior.

Artigo 66.º

Restrições

O exercício da actividade publicitária sonora está condicionado pela observação das seguintes condições:

a) Não é permitida a sua difusão a menos de 100 m dos centros de saúde, lares das 3.ª idade, infantários e escolas;

b) Não é permitida a sua emissão antes ou após o período entre as 9 e as 20 horas;

c) Não ser autorizada por períodos superiores a cinco dias úteis, não prorrogáveis, por trimestre e por entidade.

CAPÍTULO XI

Campanhas Publicitárias de Rua

Artigo 67.º

Definição

Entende-se por campanhas publicitárias de rua, para efeitos do presente regulamento todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efêmero que impliquem acções de rua e o contacto directo com o público, nomeadamente as que ocorrem através de distribuição de panfletos, distribuição de produtos e provas de degustação.

Artigo 68.º

Condições de distribuição de panfletos e produtos

1 — É interdita a distribuição de panfletos ou produtos nas faixas de circulação rodoviária.

2 — Não é permitida a projecção ou lançamento de panfletos ou produtos através de acções ou meios de transportes.

3 — O período máximo autorizado para cada campanha de distribuição de panfletos ou produtos é de 3 dias, não prorrogável, em cada mês e para cada entidade.

4 — O número máximo de locais autorizados em simultâneo para cada distribuição de produtos ou panfletos da mesma campanha é de 3, por cada entidade.

5 — Qualquer equipamento de apoio à distribuição de produtos que implique a ocupação do espaço público, não poderá ter a dimensão superior a 1 m².

CAPÍTULO XII

Fiscalização, sanções e disposições finais

Artigo 69.º

Fiscalização

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

Artigo 70.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, com as alterações do Decreto-Lei n.º 275/98, de 9 de Setembro, 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 71.º

Contra-Ordenações, Coimas e Sanções Acessórias

1 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não tenha sido precedida de licenciamento constitui contra-ordenação punível com coima de 149,63€ a 1246,99€ para pessoas singulares, e de 299,27€ a 2493,98€ para pessoas colectivas.

2 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não respeite as prescrições do licenciamento, designadamente quanto ao meio difusor, ao conteúdo da mensagem publicitária ou ao material autorizado constitui contra-ordenação punível com coima de 99,75€ a 748,19€ para pessoas singulares e de 199,51€ a 1496,39€ 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 149,63€ a 1246,99€ para pessoas singulares e de 299,27€ a 2493,98€ para pessoas colectivas.

4 — A afixação ou inscrição de publicidade fora dos aglomerados urbanos em quaisquer locais onde a mesma seja visível das estradas nacionais, e o desrespeito dos actos administrativos que determinem a remoção da publicidade ilegal, a posse administrativa, o embargo, a demolição de obras ou a reposição do terreno na situação anterior à infracção constituem contra-ordenações, puníveis com coima de 249,40€

a 3740,98€, no caso de pessoas singulares, e de 498,80€ a 44891,81 €, no caso de pessoas colectivas.

5 — 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 149,63€ a 1246,99€ para pessoas singulares e de 299,27€ a 2493,98€ para pessoas colectivas.

6 — Para efeitos do disposto no presente artigo presume-se responsável pela contra-ordenação o anunciante, salvo se este, no prazo de 10 dias, após a recepção da notificação da infracção identificar outrem.

7 — Em caso de reincidência ou sempre que a infracção se revista de especial gravidade, são aplicáveis as sanções acessórias previstas no Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 356/89, de 17 de Outubro, e pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 de Setembro, nos termos aí estabelecidos, bem como as especialmente previstas no Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de Maio.

8 — A tentativa e a negligência são puníveis.

9 — A aplicação das coimas e sanções acessórias a que se referem os números anteriores é da competência do Presidente da Câmara Municipal de Mora ou do Vereador com competência delegada, e deverá ser precedida da instauração do respectivo processo de contra-ordenação.

Artigo 72.º

Planos de Pormenor

Os planos de pormenor ou outros planos de ordenamento, a vigorar ou a virem a vigorar na área do Município de Mora, poderão estabelecer disposições específicas sobre suportes publicitários em complemento às disposições do presente Regulamento.

Artigo 73.º

Regime Transitório

1 — Consideram-se revogadas as licenças de afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não estejam em conformidade com as disposições do presente Regulamento, salvo se, no prazo de 180 dias, a contar da sua entrada em vigor os respectivos titulares requererem a sua adaptação.

2 — No corrente ano, as taxas devidas por licenças anuais de renovação automática serão liquidadas no prazo de 90 dias a contar da data da entrada em vigor do presente Regulamento.

Artigo 74.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 ao disposto no Código de Procedimento Administrativo.

Artigo 75.º

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor 30 dias após da data da sua publicação no *Diário da República*.

Mora, 26 de Janeiro de 2010. — O Presidente da Câmara, *Luís Simão Duarte de Matos*.

202910802

Aviso n.º 3675/2010

Luís Simão Duarte de Matos, Presidente da Câmara Municipal de Mora, informa que se encontra para apreciação pública pelo prazo de 30 dias a contar da data do presente aviso na 2.ª série do *Diário da República* o Projecto de Regulamento Municipal de Feiras e Mercados, aprovada em reunião de 27 de Janeiro de 2010.

Projecto de Regulamento de Mercados e Feiras

Preâmbulo

Sendo a actividade comercial, à semelhança de todas as outras, uma actividade em constante mutação e adaptação que exige o emprego de novos e melhores meios materiais e financeiros, necessita também de instrumentos legais mais eficientes e eficazes. Nesse sentido, veio o Decreto-Lei n.º 42/2008 de 19 de Março actualizar o regime jurídico aplicável à actividade de comércio a retalho exercida por feirantes, em recintos públicos ou privados, onde se realizem feiras, prevendo no seu artigo 29.º, n.º 1, a necessidade dos Municípios adaptarem ou elaborarem os seus regulamentos, ao disposto naquele diploma. A proposta deste regulamento foi submetida, a apreciação pública, para recolha de sugestões,

discussão e análise, de acordo com o disposto no artigo 118.º do Código de Procedimento Administrativo, e concomitantemente a audiência de interessados, conforme dispõe o artigo 117.º do citado diploma

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Lei habilitante

O presente Regulamento tem por normas habilitantes as disposições conjugadas dos artigos 112.º, n.º 7 e 241.º da Constituição da República Portuguesa; do artigo 118.º do Código de Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91 de 15 de Novembro, e ao abrigo do disposto nos artigos 64.º, n.º 6, alínea *a*) e 53.º, n.º 2 alínea *a*) da lei n.º 169/99 de 18 de Setembro na redacção da Lei n.º 5/A de 11 de Janeiro, do artigo 21.º do Decreto-Lei n.º 42/2008 de 10 de Março, da Lei n.º 2/2007 de 15 de Janeiro.

Artigo 2.º

Regime jurídico

1 — A organização e funcionamento dos mercados e feiras do município de Mora obedecerão às disposições do presente Regulamento.

2 — Quem pontualmente pretenda vender nos mercados e feiras municipais produtos por si produzidos e que não faça do comércio dos mesmos a sua profissão fica igualmente sujeito ao cumprimento do presente Regulamento.

Artigo 3.º

Âmbito Territorial

O presente Regulamento aplica-se à actividade de comércio a retalho exercida na área do município de Mora pelos agentes designados de feirantes e de retalhistas nos termos das alíneas *a*) a *c*) do n.º 3 do artigo 1.º do Decreto-Lei n.º 339/85, de 21 de Agosto.

Artigo 4.º

Definições

Para efeitos de aplicação do disposto no presente Regulamento, considera-se:

a) Retalhista o que exerce a actividade de comércio a retalho de forma sedentária, em estabelecimentos, lojas ou instalações fixas ao solo de maneira estável em mercados cobertos;

b) Recinto o espaço público ou privado, ao ar livre ou no interior, destinado à realização de feiras e mercados;

c) Feira o evento autorizado pela respectiva autarquia que congrega periodicamente, no mesmo espaço, vários agentes de comércio a retalho que exercem a actividade de feirante.

d) Feirante a pessoa singular ou colectiva, portadora do cartão de feirante, que exerce de forma habitual a actividade de comércio a retalho não sedentária, em espaços, datas e frequência determinados pelas respectivas autarquias;

e) Vendedor produtor o que pretenda pontualmente vender nos mercados e feiras do concelho produtos por si produzidos e que não faça do comércio dos mesmos sua actividade profissional;

f) Mercado e Feira municipal os espaços designados pela Câmara Municipal, destinados fundamentalmente, à venda a retalho de produtos alimentares e outros de consumo diário, que congregam periodicamente no mesmo local vários agentes económicos que exercem a actividade de feirante;

g) Feira Anual a que se realiza anualmente no mês de Junho na freguesia de Pavia, e em Setembro nas freguesias de Cabeção e Mora, sendo que em Cabeção ocorre ainda a Feira dos Passos quinze dias antes da Páscoa, nos recintos estabelecidos para esse efeito.

CAPÍTULO II

Dos Vendedores

Artigo 5.º

Do Pedido de cartão de feirante

1 — A Actividade comercial exercida em qualquer recinto de feira ou mercado só poderá ser exercida por quem seja titular do cartão de feirante;