

MUNICÍPIO DE CONDEIXA-A-NOVA**Aviso n.º 12895/2010**

Jorge Manuel Teixeira Bento, Presidente da Câmara Municipal de Condeixa-a-Nova:

Faz público, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea a) do n.º 7 do artigo 64.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, na actual redacção e em cumprimento do disposto no n.º 3 do artigo 3.º do Decreto Lei n.º 555/99, de 16 de Dezembro, na actual redacção, conjugado com o artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, que esta Câmara Municipal na reunião ordinária realizada no dia 7 de Junho de 2010, deliberou submeter à Discussão Pública a alteração do Novo Regulamento Municipal de Taxas e Encargos nas Operações Urbanísticas.

Durante um período de 30 dias úteis contados a partir da data da publicação do presente aviso no *Diário da República*, o citado documento encontra-se à disposição dos interessados, para consulta, na Divisão de Planeamento Urbanístico desta Câmara Municipal, das 09H00 às 12H30 m e das 14H00 às 16H00, podendo os mesmos, durante esse prazo, apresentar, por escrito, críticas, observações, reclamações ou sugestões, dirigidas ao Presidente da Câmara Municipal de Condeixa-a-Nova ou ainda pelo fax n.º 239945445 ou ainda por e-mail para geral@cm-condeixa.pt, para, em fase ulterior, serem devidamente apreciadas pelo Executivo, antes de submeter a proposta final do Regulamento à apreciação e aprovação da Assembleia Municipal.

Município de Condeixa-a-Nova, 17 de Junho de 2010. — O Presidente da Câmara, *Jorge Manuel Teixeira Bento*.

303389765

MUNICÍPIO DE FARO**Regulamento n.º 565/2010****Projecto de Regulamento de Publicidade**

José Macário Correia, Presidente da Câmara Municipal de Faro, torna público, que o executivo camarário, em reunião realizada no dia 16/06/2010, deliberou aprovar o Projecto de Regulamento de Publicidade, conforme anexo.

Assim, nos termos e para os efeitos do disposto no n.º 1, do artigo 117.º e dos n.ºs 1 e 2, do art.º 118º, do C.P.A., submete-se à apreciação pública, para recolha de sugestões, o Projecto de Regulamento em título, por um prazo de trinta dias, contados a partir da data da sua publicação no *Diário da República*.

E para constar e legais efeitos se lavrou o presente edital e outros de igual teor, os quais vão ser afixados nos lugares públicos do estilo.

Paços do Município, 17 de Junho de 2010. — O Presidente da Câmara, *José Macário Correia*.

Projecto de Regulamento de Publicidade do Município de Faro**Nota justificativa**

O crescimento da actividade publicitária no Município de Faro e a consequente pressão que a afixação e inscrição de mensagens publicitárias e respectivos meios de suporte têm exercido sobre valores acautelados por este Município, designadamente o correcto ordenamento do território, o ambiente ou a paisagem, tornaram inadiável a elaboração do presente Regulamento.

Neste contexto, materializam-se no presente Regulamento de publicidade as regras a que aquela actividade deve obedecer.

Assim, no uso do poder regulamentar conferido às autarquias locais pelo artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa; e nos termos do disposto na alínea a), do n.º 6, do artigo 64.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, com a redacção introduzida pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro e pela Lei n.º 67/2007, de 31 de Dezembro, na Lei n.º 97/88 de 17 de Agosto, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto, e no Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de Maio, é elaborado o presente projecto de Regulamento de Publicidade do Município de Faro, que a Câmara Municipal, em cumprimento do disposto no artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, vem submeter a apreciação pública, o qual será posteriormente submetido a aprovação da Assembleia Municipal, nos termos e para os efeitos do previsto na alínea a), do n.º 2 do artigo 53.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, na sua redacção em vigor.

CAPÍTULO I**Disposições preliminares****Artigo 1.º****Lei habilitante**

O Regulamento de Publicidade do Município de Faro é elaborado ao abrigo e nos termos do disposto na alínea a), do n.º 6, do artigo 64.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, com a redacção introduzida pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro e pela Lei n.º 67/2007, de 31 de Dezembro, na Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto, e no Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de Maio.

Artigo 2.º**Âmbito de aplicação**

1 — O presente Regulamento aplica-se a toda a área do Município de Faro e destina-se a estabelecer as regras específicas aplicáveis ao licenciamento dos meios e suportes de afixação, inscrição e difusão de mensagens de publicidade, independentemente do suporte utilizado, quando colocados no espaço público ou do mesmo visíveis, audíveis ou perceptíveis.

2 — Para efeitos do presente Regulamento, não se considera publicidade:

- a) A propaganda política, sindical ou religiosa;
- b) Os editais, avisos, notificações e comunicados relacionados com o cumprimento de prescrições legais;
- c) A indicação de marcas, dos preços ou da qualidade dos produtos colocados nos artigos à venda no interior dos estabelecimentos ou no interior das montras de exposição, desde que digam respeito a produtos ali comercializados;
- d) A afixação nos produtos e ou nos estabelecimentos de símbolos ou certificados de qualidade ou de origem;
- e) As placas afixadas em bens imóveis com indicação de venda ou arrendamento;
- f) As placas ou anúncios destinados à identificação de serviços públicos de saúde, do símbolo de farmácia e de identificação de profissões liberais, desde que especifiquem apenas os titulares, a profissão, o horário de funcionamento e, quando for caso disso, a especialização;
- g) As placas identificativas de organismo público, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos;
- h) A inscrição em bandeiras, quando se trate de publicidade do Estado ou oficial e resulte de iniciativas levadas a cabo pelo Município ou outras entidades públicas.

3 — A afixação, inscrição e difusão de mensagens de publicidade em área abrangida pelo Regulamento Municipal das Intervenções nos Núcleos Históricos de Faro, obedece ao disposto no presente Regulamento, com as especificidades e condicionantes estabelecidas naquele.

Artigo 3.º**Definições**

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

- a) Actividade publicitária — O conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que efectuem as referidas operações;
- b) Aglomerado urbano — Área como tal delimitada em plano municipal de ordenamento de território;
- c) Alpendre — Elemento rígido de protecção contra agentes climáticos, com pelo menos uma água, aplicável a vãos de portas, janelas e montras de estabelecimentos comerciais;
- d) Anúncio ou reclamo luminoso — Suporte gráfico que emite luz própria;
- e) Anúncio electrónico — Sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo;
- f) Anunciante — A pessoa singular ou colectiva no interesse de quem se realiza a publicidade;
- g) Bandeirola — Suporte gráfico afixado em poste, candeeiro ou outra estrutura semelhante;

h) Blimps, balões, zepelins, insufláveis e outros — Todos os suportes que para a sua exposição suspensa careçam de gás, podendo estabelecer-se a ligação ao solo por elementos de fixação;

i) Campanhas publicitárias de rua — Todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémero que impliquem acções de rua e o contacto directo com o público, nomeadamente as que ocorrem através da distribuição de panfletos, de produtos e outras acções promocionais de natureza comercial;

j) Cartaz — Suporte gráfico constituído por material adequado;

k) Coluna publicitária — Peça de mobiliário urbano de forma predominantemente cilíndrica, dotada de iluminação interior, apresentando por vezes uma estrutura dinâmica que permite a rotação das mensagens publicitárias;

l) Destinatário — a pessoa singular ou colectiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por esta seja, por qualquer forma, mediata ou imediatamente cognoscível;

m) Domínio público — Todos os espaços públicos afectos ao domínio público municipal, nomeadamente passeios, avenidas, alamedas, ruas, praças, caminhos, estradas, pontes, viadutos, parques, jardins, lagos e fontes;

n) Expositor — Qualquer estrutura de exposição destinada a apoiar estabelecimentos de comércio;

o) Mastro-bandeira — Peça de mobiliário urbano derivada do mupi, com a particularidade de estar integrada num mastro, que tem como principal função elevar a área de afixação publicitária acima dos 2,20 metros de altura. O mastro tem como função complementar, ostentar uma bandeira;

p) Mupi — Tipo de mobiliário urbano destinado a publicidade, podendo em alguns casos conter também informação;

q) Painel/Outdoor — Suporte gráfico constituído por moldura e respectiva estrutura fixada directamente no solo ou fixado em tapumes, vedações ou elementos congêneres;

r) Pala — Elemento rígido de protecção contra agentes climatéricos, com predomínio da dimensão horizontal, fixo aos paramentos das fachadas e funcionando como suporte para afixação/inscrição de publicidade;

s) Pendão — Todo o suporte em pano, lona, plástico ou outro material não rígido, fixo a um poste, candeeiro ou equipamento semelhante, que apresenta como forma característica, o predomínio acentuado da dimensão vertical;

t) Placa — O suporte não luminoso afixado em parâmetro visível, com ou sem emolduramento, e não excedendo na sua menor dimensão 0,60 metros;

u) Plataforma da estrada — O conjunto constituído pela faixa de rodagem e pelas bermas;

v) Profissional ou agência de publicidade — A pessoa singular que exerce a actividade publicitária ou pessoa colectiva cuja actividade tenha por objecto o exercício da actividade publicitária;

w) Publicidade — Qualquer forma de comunicação feita por entidade de natureza pública ou privada, no âmbito de 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, bem como promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, e também qualquer forma de comunicação da Administração Pública que tenha por objectivo, directo ou indirecto, promover o fornecimento de bens ou serviços;

x) Publicidade aérea — A que se refere aos dispositivos publicitários instalados, inscritos ou afixados em veículos ou dispositivos aéreos, nomeadamente em transportes aéreos (aviões, helicópteros, zepelins, balões, parapentes, pára-quedas e outros), bem como dispositivos publicitários aéreos cativos (insufláveis, sem contacto com o solo, mas a ele espiados);

y) Publicidade em veículos — A que se refere aos dispositivos publicitários instalados, inscritos ou afixados em veículos e a inscrita em transportes públicos, nomeadamente os que ostentam inscrições publicitárias não relacionadas com a actividade que desempenham;

z) Publicidade sonora — Toda a difusão de som, com fins comerciais, emitida no espaço público, dele audível ou perceptível;

aa) Rede nacional complementar e rede municipal — As vias definidas como tal no plano rodoviário nacional;

aa) Suporte publicitário — O meio ou veículo utilizado para a colocação ou transmissão da mensagem publicitária;

bb) Tabuleta — O suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios com mensagens publicitárias nas faces, não excedendo as dimensões de 0,50 metros de largura e 0,70 metros de altura;

cc) Toldo — Toda a cobertura amovível, que se destine a proporcionar protecção em relação ao sol e chuva, aplicável sobre vãos de portas, janelas e montras de estabelecimentos, onde estejam inscritas mensagens publicitárias;

dd) Unidades móveis publicitárias — Veículos e ou atrelados utilizados exclusivamente para o exercício da actividade publicitária.

Artigo 4.º

Delegação e subdelegação de competências

As competências atribuídas no presente Regulamento à Câmara Municipal, podem ser delegadas no seu Presidente, e subdelegadas em qualquer dos Vereadores.

CAPÍTULO II

Princípios

SECÇÃO I

Disposições gerais

Artigo 5.º

Regras gerais

1 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em bens ou espaços afectos ao domínio público ou deles visíveis, audíveis ou perceptíveis, está sujeita a prévio licenciamento camarário.

2 — A concessão do espaço público para a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias obedece às regras aplicáveis à contratação pública.

3 — O licenciamento de publicidade no espaço público deve determinar a reserva de algum ou de alguns dos espaços publicitários para a difusão de mensagens relativas a actividades do Município ou apoiadas por este.

Artigo 6.º

Publicidade em veículos

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção que circulem na área do Município está sujeita a prévio licenciamento, nos termos do presente Regulamento e da demais legislação aplicável.

2 — A actividade publicitária em veículos que não lhe estejam primordialmente afectos e se destine a ser produzida em vários concelhos, só está sujeita a licenciamento pela Câmara Municipal de Faro quando o titular do veículo tiver a sua residência, sede ou representação neste Município.

3 — A publicidade inscrita em veículos, não poderá constituir perigo para a segurança de pessoas e bens, devendo limitar-se ao mínimo essencial, de forma a não desviar a atenção dos outros condutores.

4 — Não constitui mensagem publicitária a afixação ou inscrição em veículos, do nome, firma ou denominação social da empresa.

Artigo 7.º

Licenciamento cumulativo

1 — O licenciamento da publicidade não dispensa as demais licenças exigíveis.

2 — Nos casos em que a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias exigir a realização de obras sujeitas a licença ou comunicação prévia, esta deve ser requerida ou comunicada cumulativamente, nos termos do Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação e demais legislação aplicável.

SECÇÃO II

Restrições

Artigo 8.º

Princípio geral

O licenciamento da publicidade visa definir os critérios de localização, instalação e adequação, formal e funcional, dos diferentes tipos de suportes publicitários e outras utilizações do espaço público, relativamente à envolvente urbana, numa perspectiva de qualificação do espaço público, de respeito pelas componentes ambientais e paisagísticas e de melhoria da qualidade de vida, o que implica a observância dos critérios constantes dos artigos seguintes.

Artigo 9.º

Segurança e circulação de pessoas e veículos

1 — Não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias sempre que prejudique:

- a) A segurança de pessoas e bens;
- b) A circulação de peões e de veículos;
- c) A iluminação pública;
- d) A visibilidade de placas toponímicas, semáforos e demais sinais de trânsito.

2 — Não é igualmente permitida a afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias:

- a) Quando não fique um espaço livre para a circulação pedonal no mínimo de 1,5 metros;
- b) Nos postes ou candeeiros de iluminação;
- c) Nos semáforos e demais sinais de trânsito;
- d) Nos corredores para os peões ou para suporte de sinalização;
- e) A menos de 10 metros do início ou do fim das rotundas, cruzamentos e entroncamentos;
- f) Quando colocada a menos de 50 metros do limite da plataforma da estrada ou dentro da zona de visibilidade e a menos de 100 metros além da linha limite da zona da via municipal, para estradas e caminhos municipais;
- g) Quando viole o disposto no Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de Agosto, no que se refere às acessibilidades.

3 — A publicidade em transportes aéreos e dispositivos publicitários aéreos cativos não poderá ser utilizada em conjunto ou simultaneamente com a publicidade sonora.

4 — Os materiais que atravessem a via pública, nomeadamente, faixas de pano, plástico, papel ou outro material semelhante, são excepcionalmente permitidos, desde que instalados por curto período de tempo, para anunciar exposições, feiras, festas, jogos ou espectáculos e desde que não prejudiquem a circulação rodoviária, sujeitando-se a prévia licença.

Artigo 10.º

Ordenamento, ambiente e paisagem

1 — Não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que, por si só ou através dos meios de suporte que utilizam, afetem a estética ou o ambiente dos lugares e ou a beleza da paisagem, ou causem danos a terceiros.

2 — Não é, em especial, permitida:

- a) A utilização de panfletos ou meios semelhantes projectados ou lançados por meios marítimos, terrestres ou aéreos;
- b) A afixação de cartazes ou afins sem suporte próprio através de colagem ou outros meios semelhantes;
- c) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que violem o estabelecido no Código de Publicidade;
- d) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, fora dos aglomerados urbanos, em quaisquer locais onde a mesma seja visível das estradas nacionais;
- e) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, em qualquer tipo de contentorização instalado para a recolha de Resíduos Sólidos Urbanos.

3 — Não é ainda permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que, através dos meios de suporte que utilizam, não se coadunem com a capacidade de uso face aos instrumentos de gestão territorial.

4 — A publicidade sonora não será autorizada por períodos superiores a cinco dias úteis, salvo casos devidamente fundamentados.

5 — As campanhas publicitárias de rua apenas são autorizadas por um período máximo de três dias úteis, salvo casos devidamente fundamentados.

Artigo 11.º

Património cultural

Não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em locais, edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico, nomeadamente:

- a) Imóveis classificados ou em vias de classificação de interesse nacional, público ou municipal;
- b) Imóveis contemplados com prémios de arquitectura;
- c) Templos de culto religioso e cemitérios;
- d) Estabelecimentos de ensino;
- e) Árvores e espaços verdes.

Artigo 12.º

Ordem pública

A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não pode colocar em causa ou em perigo a ordem ou segurança públicas, nem constituir uma ofensa à moral pública ou aos valores, princípios e instituições fundamentais constitucionalmente consagrados.

CAPÍTULO III

Procedimento de licença

Artigo 13.º

Pedido de licença

1 — O procedimento com vista à concessão de licença de publicidade inicia-se através de requerimento, dirigido ao Presidente da Câmara Municipal, do qual deve constar obrigatoriamente:

- a) No caso de se tratar de pessoa singular, a identificação do requerente, com a indicação do nome e residência, bem como número de identificação fiscal (NIF), número e data de emissão do bilhete de identidade ou cartão de cidadão;
- b) No caso de se tratar de pessoa colectiva, denominação social, sede ou filial e número de identificação de pessoa colectiva (NIPC);
- c) Indicação da qualidade de titular de qualquer direito que lhe confira legitimidade (proprietário, locatário, mandatário ou outra qualidade);
- d) A formulação do pedido em termos claros e precisos, indicando designadamente para o efeito, o local onde pretende efectuar o licenciamento, os elementos a utilizar e o período de tempo pretendido;
- e) A data e a assinatura do requerente ou de outrem, devidamente mandatado para o efeito.

2 — O requerimento referido no número anterior deve ser acompanhado dos seguintes elementos instrutórios:

- a) Documentos comprovativos da qualidade de titular de qualquer direito que confira ao requerente legitimidade para a pretensão em causa;
- b) Memória descritiva com indicação dos materiais, forma, cores e inscrição;
- c) Planta de localização assinalando o local previsto para a instalação à escala 1:2000;
- d) Desenho que pormenorize a instalação, incluindo meio ou suporte, com a indicação da forma, cor, dimensão, balanço de afixação e distância ao extremo do passeio respeitante e largura deste;
- e) Fotografia a cores, indicando o local previsto para a afixação, aposta em folha A4;
- f) No caso de o requerente não possuir qualquer direito sobre os bens a que se refere o pedido de licenciamento, deverá juntar autorização do respectivo proprietário ou possuidor, bem como documento que prove essa qualidade;
- g) Fotocópia do Alvará de utilização, quando existente;
- h) Certidão da Conservatória do Registo Comercial, quando se tratar de pessoas colectivas nos termos previstos na lei;
- i) Certidão da Conservatória do Registo Predial, quando os pedidos incidam sobre bens imóveis;
- j) No caso de edifícios submetidos ao regime de propriedade horizontal nos termos da lei em vigor, o requerente deve juntar acta da assembleia de condóminos, da qual conste deliberação de autorização da instalação de publicidade, bem como fotomontagem a cores dos alçados de conjunto numa extensão de 10 metros para cada um dos lados, com a integração do suporte publicitário na sua forma final;
- k) Procuração, quando os pedidos sejam apresentados em nome de outrem.

3 — Quando o pedido respeite a licença de publicidade em unidades móveis e o suporte publicitário utilizado exceda as dimensões do veículo, ou seja um atrelado, o pedido inicial deve ainda ser acompanhado de uma autorização emitida pela entidade competente, de acordo com o Código da Estrada e demais legislação aplicável.

4 — O licenciamento previsto no número anterior fica condicionado, quando do levantamento do alvará de licença, à entrega de fotocópia do contrato de seguro de responsabilidade civil.

5 — Os interessados podem utilizar para efeitos de requerimento de licença de publicidade, o formulário disponibilizado no sítio da Internet da Câmara Municipal, devendo o mesmo ser entregue, devidamente preenchido, na Loja do Município, sita no Largo Dr. Francisco Sá Carneiro, em Faro.

Artigo 14.º

Saneamento

1 — Sempre que o pedido não contenha menção ou elemento instruído exigível que seja indispensável e cuja falta não possa ser oficiosamente suprida, o requerente é notificado para, no prazo de 15 dias, corrigir ou completar o pedido, ficando suspensos os termos ulteriores do procedimento, sob pena de rejeição.

2 — Quando a mensagem publicitária esteja relacionada com actividade promovida em edifício que não disponha de alvará de utilização, o pedido de licença de publicidade será liminarmente rejeitado.

Artigo 15.º

Elementos complementares

Até à decisão final, pode a Câmara Municipal notificar o requerente à apresentação de quaisquer elementos ou esclarecimentos complementares que se entendam por necessários à apreciação do pedido, designadamente:

a) Autorização de outros proprietários, comproprietários ou locatários, por escrito e com as respectivas assinaturas devidamente reconhecidas, no caso de pessoas colectivas, ou a junção de fotocópia do bilhete de identidade ou cartão de cidadão, no caso de pessoas singulares, que, justificadamente, nos termos legais, possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição da publicidade pretendida;

b) Desenho, à escala 1:50, que indique as dimensões, o afastamento ao plano da fachada, a distância ao passeio na vertical e ao limite do mesmo, bem como a outros elementos publicitários ou a elementos arquitectónicos mais próximos.

Artigo 16.º

Consulta a entidades externas

1 — A Câmara Municipal deve proceder à consulta das entidades que, nos termos da lei, devam emitir parecer, autorização ou aprovação sobre o pedido.

2 — Considera-se haver concordância das entidades consultadas com a pretensão formulada, se os respectivos pareceres não forem recebidos no prazo de 10 dias contados da data em que foram solicitados.

3 — Quando os pedidos sejam susceptíveis de introduzir alterações substanciais nas características do espaço público poderão ainda ser consultadas as respectivas Juntas de Freguesia.

Artigo 17.º

Deliberação

A deliberação final sobre o pedido de licença deve ser proferida no prazo de 30 dias, a contar da data em que o processo se encontre devidamente instruído.

Artigo 18.º

Indeferimento do pedido

O pedido de licença ou renovação de licença de publicidade é indeferido quando:

a) Violar plano municipal de ordenamento do território ou quaisquer servidões estabelecidas;

b) Violar as condições técnicas estabelecidas no presente Regulamento;

c) Violar as restrições previstas na Secção II, do Capítulo II do presente Regulamento;

d) Tiver sido objecto de parecer negativo ou recusa de aprovação ou autorização de qualquer entidade consultada nos termos legais, cuja decisão seja vinculativa;

e) Violar os limites legalmente estabelecidos no Regulamento Geral do Ruído (RGR), quando se trate de publicidade sonora fixa ou volante;

f) Se verifique a reincidência na não remoção dos suportes publicitários, quando o mesmo tenha sido exigido nos termos do presente Regulamento, ou ao seu responsável, em processo de contra-ordenação, tenha sido aplicada a pena acessória de interdição de toda e qualquer actividade publicitária, pelo prazo máximo de dois anos;

g) Quando esteja em causa o interesse público devidamente fundamentado.

Artigo 19.º

Notificação

1 — A deliberação final de indeferimento do pedido de licença deve ser precedida de audiência dos interessados, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

2 — Em caso de deferimento do pedido, o requerente deve, no prazo de 8 dias úteis, ser notificado:

a) Do prazo concedido para proceder ao levantamento do alvará de licença de publicidade, o qual está dependente do pagamento das taxas previstas no Regulamento e Tabela de Taxas do Município de Faro; e

b) De que, nos casos especialmente previstos no presente Regulamento, deve exhibir aquando do levantamento do alvará de licença de publicidade, o correspondente contrato de seguro de responsabilidade civil.

CAPÍTULO IV

Licença

Artigo 20.º

Alvará de licença

1 — A licença de publicidade é titulada pelo respectivo alvará.

2 — O alvará de licença de publicidade deve conter, nos termos da licença, a especificação dos seguintes elementos, consoante forem aplicáveis:

a) A identificação do titular da licença, pelo nome ou denominação social, número de identificação fiscal, domicílio ou sede;

b) O ramo de actividade exercido;

c) O número de ordem atribuído à licença;

d) O objecto do licenciamento, referindo igualmente o local e área permitidos;

e) O período de validade da licença;

f) Valor da taxa paga ou menção da sua isenção.

Artigo 21.º

Natureza

As licenças revestem-se de carácter precário, ainda que resultem de atribuição em regime de concessão.

Artigo 22.º

Renovação

1 — As licenças são concedidas pelo período máximo de 1 ano, podendo ser renovadas por igual período.

2 — A renovação será requerida com a antecedência mínima de 30 dias, reportada ao término da data de licenciamento.

3 — A indicação expressa pelo requerente de que mantém as condições de licenciamento solicitadas e aprovadas no período anterior, origina dispensa de apreciação técnica, com emissão imediata da nova licença, excepto se tiver ocorrido alguma alteração regulamentar.

Artigo 23.º

Averbamento

Sempre que haja alteração de qualquer dos elementos constantes do alvará de licença, a entidade titular do mesmo deve, para efeitos de averbamento, comunicar o facto à Câmara Municipal, no prazo de 30 dias a contar da data dessa alteração.

Artigo 24.º

Transmissão

1 — A licença é pessoal e não pode ser cedida a qualquer título, nomeadamente, por contrato de arrendamento ou cedência de exploração.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, poderá haver transmissão para o cônjuge, descendentes ou ascendentes, em 1.º grau, em situações devidamente fundamentadas.

Artigo 25.º

Caducidade

A licença caduca, designadamente, nos seguintes casos:

a) Quando o titular não cumpra os prazos estipulados para proceder ao pagamento das taxas devidas pela sua concessão;

b) Quando o titular não proceda ao levantamento do alvará de licença no prazo de 30 dias, a contar da notificação do deferimento do pedido;

c) Por morte ou dissolução de pessoa colectiva;

d) Por cessação do exercício da actividade a que se refere a licença.

Artigo 26.º

Revogação

1 — Sempre que estejam em causa imperativos de reordenamento do espaço público ou outros interesses públicos, tais como aprovação de planos municipais de ordenamento do território, realização de obras ou outros, poderá ser ordenada, pelo Presidente da Câmara ou pelo Vereador com competência delegada, a remoção de equipamentos urbanos, mobiliário urbano e suportes publicitários, e revogada a respectiva licença, salvo se for possível efectuar a sua transferência para outro local do Município.

2 — A revogação da licença nos termos previstos no número anterior não dá lugar a qualquer indemnização.

Artigo 27.º

Cassação do alvará

O alvará de licença é cassado quando ocorra a sua caducidade, nos termos previstos no artigo 24.º do presente Regulamento, bem como nos casos em que a mesma seja revogada ao abrigo do disposto no artigo anterior.

CAPÍTULO V

Deveres do titular da licença

Artigo 28.º

Deveres gerais

1 — O titular da licença fica, em especial, obrigado a:

a) Respeitar integralmente as condições de licenciamento, em conformidade com os elementos constantes do respectivo alvará;

b) À exibição, em local visível, do número do respectivo alvará de licença, e identificação do seu titular;

c) Conservar os suportes publicitários, e demais equipamentos de apoio que utiliza, nas melhores condições de apresentação, higiene e segurança;

d) Repor a situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem publicitária ou da utilização com o evento publicitário, findo o prazo da licença.

2 — A segurança e vigilância dos suportes publicitários e demais equipamentos de apoio incumbem ao titular da licença.

CAPÍTULO VI

Condições específicas

SECÇÃO I

Publicidade em espaço público e privado

Artigo 29.º

Toldos e alpendres

1 — Os toldos e alpendres não se poderão sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos.

2 — Os toldos devem ser rebativeis.

3 — A cor dos toldos e alpendres deve integrar-se nas características cromáticas do edifício e da envolvente, ou respeitar indicações cromáticas constantes em regulamentação específica.

4 — É proibido afixar ou pendurar quaisquer objectos nos toldos e alpendres.

5 — Quando se trate da instalação de toldos acima do piso térreo, deverá o requerente entregar um projecto tipo, com a respectiva autorização do condomínio, no caso de edifício constituído de acordo com o regime da propriedade horizontal, a fim de ser utilizado o mesmo modelo em toda a fachada do edifício.

6 — Nos casos em que os estabelecimentos estejam inseridos em imóveis classificados ou em vias de classificação ou abrangidos por zonas de protecção dos mesmos, as únicas referências publicitárias permitidas são as respeitantes ao nome do estabelecimento e à actividade do mesmo e apenas quando inscritas na aba dos toldos.

Artigo 30.º

Palas

1 — As palas não podem exceder o limite lateral dos estabelecimentos, nem um balanço de 0,50 metros em relação à fachada.

2 — A instalação deve fazer-se a uma distância do solo igual ou superior a 2,50 metros e nunca acima do nível do tecto do estabelecimento a que pertencem.

Artigo 31.º

Painéis

1 — A estrutura de suporte dos painéis deve ser metálica e na cor que melhor se integre no espaço envolvente;

2 — A estrutura não pode, em caso algum, permanecer no local sem mensagem;

3 — Na estrutura deve ser afixado o número da licença de publicidade, a data de emissão da mesma e a identidade do titular.

4 — Os painéis deverão estar sempre nivelados, excepto quando o tapume, vedação ou elemento congénere, se localize em arruamento inclinado, caso em que se admite a sua disposição em socalcos, acompanhando de forma harmoniosa a pendente do terreno.

5 — Os painéis de publicidade exterior só podem ter as seguintes dimensões:

- a) 2,40 metros de largura por 1,70 metros de altura;
- b) 4 metros de largura por 3 metros de altura;
- c) 8 metros de largura por 3 metros de altura.

6 — Podem ser licenciados painéis com outras dimensões aquando da realização de concursos públicos.

Artigo 32.º

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

1 — Só é permitida a instalação de painéis em tapumes, vedações ou elementos congéneres enquanto decorram obras no local.

2 — O número máximo de painéis a instalar em tapumes, vedações ou elementos congéneres será definido caso a caso.

3 — Na instalação dos painéis, a sua estrutura de fixação ao solo terá de ficar colocada no interior do tapume, vedação ou elemento congénere.

4 — Os painéis só podem permanecer no local enquanto decorrerem os trabalhos, sendo que, se os trabalhos forem interrompidos por período superior a 30 dias, deverão ser removidas, salvo em casos devidamente fundamentados.

Artigo 33.º

Anúncios electrónicos

Os anúncios electrónicos colocados em saliência sobre as fachadas, estão sujeitos ao cumprimento dos seguintes requisitos:

a) Não podem exceder o balanço total de 1,5 metros, perpendicular à fachada do edifício, e devem ficar afastados, no mínimo, 0,50 metros do limite exterior do passeio;

b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser inferior a 2,5 metros;

c) Se o balanço não for superior a 0,15 metros a distância entre a parte inferior do anúncio e o solo poderá ser de 2,2 metros;

d) O dispositivo de iluminação dos anúncios publicitários não poderá, em caso algum, perturbar a tranquilidade e segurança de pessoas e bens, nem colocar em causa a circulação rodoviária;

e) Não devem colocar em risco a estrutura do edifício onde estão fixados;

f) Não devem esconder elementos dos edifícios que globalmente afectem, negativamente, a sua qualidade e valor arquitectónico.

Artigo 34.º

Estrutura, termo de responsabilidade e seguro

1 — As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados, electrónicos ou semelhantes, nas fachadas de edifícios e ou em espaços afectos ao domínio público, devem, salvo razões devidamente justificadas, ficar encobertas e ser pintadas com a cor que lhes dê o menor destaque.

2 — Após o deferimento do pedido, o levantamento do respectivo alvará 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 instalação e manutenção dos dispositivos publicitários.

Artigo 35.º

Mupis

1 — A área máxima de superfície publicitária permitida é de 1,75 metros por 1,20 metros.

2 — Exceptuam-se do disposto no número anterior os casos em que, contratualmente, tenham sido cedidas à empresa concessionária as duas faces do equipamento, em que a superfície máxima publicitária será 2 vezes 1,75 metros por 1,20 metros.

3 — A largura do pé ou suporte deve ter, no mínimo, 40% da largura máxima do equipamento.

Artigo 36.º

Mastros-bandeira

Na instalação de mastros-bandeira devem observar-se as seguintes condições:

a) Devem ser instalados preferencialmente em placas separadoras de sentidos de tráfego;

b) A distância entre o solo e a parte inferior da bandeira não pode ser inferior a 2,20 metros.

Artigo 37.º

Colunas publicitárias

As colunas publicitárias devem ser instaladas em espaços amplos, preferencialmente em praças, largos e passeios de largura igual ou superior a 6 metros.

Artigo 38.º

Publicidade instalada em edifícios

1 — A instalação de publicidade em edifícios só é permitida 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

2 — Os suportes publicitários não devem ser colocados acima do piso térreo, excepto quando a própria natureza do suporte o justifique ou em casos devidamente fundamentados.

3 — A espessura dos anúncios não deve exceder 0,20 metros, quando emitam luz própria ou 0,05 metros, quando não emitam luz própria.

4 — A distância entre o bordo exterior do elemento e o limite do passeio não poderá prejudicar a circulação de peões, o tráfego automóvel, nem a existência ou previsão de instalação de equipamento urbano, não podendo ser inferior a 0,50 metros.

5 — O limite inferior dos anúncios de dupla face ou dos anúncios que possuam saliência superior a 0,10 metros não poderá distar menos de 2,50 metros do solo.

6 — As placas de proibição de afixação de publicidade são colocadas, preferencialmente, nos cunhais dos prédios, mas nunca próximo das que designam os arruamentos, não podendo as dimensões exceder 0,35 metros por 0,40 metros.

Artigo 39.º

Publicidade instalada em fachadas e empenas

A instalação de suportes publicitários em fachadas ou empenas, só poderá ocorrer quando, cumulativamente, forem observadas as seguintes condições:

a) As mensagens publicitárias e os suportes respectivos não excederem os limites físicos das empenas que lhes servem de suporte;

b) O motivo publicitário a instalar seja constituído por um único dispositivo, não sendo por isso admitida mais do que uma licença por fachada ou empena.

SECÇÃO II

Unidades móveis publicitárias e publicidade em veículos

Artigo 40.º

Estacionamento

1 — As unidades móveis publicitárias não podem permanecer estacionadas no mesmo local público por período superior a oito 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 41.º

Transportes públicos

Nos transportes públicos, a inscrição ou afixação de mensagens publicitárias não pode, por questões de segurança, sobrepor-se ou cobrir as superfícies transparentes dos veículos, nomeadamente, portas e janelas, com excepção do vidro da retaguarda.

SECÇÃO III

Publicidade em transportes aéreos e dispositivos publicitários aéreos cativos

Artigo 42.º

Meios de apoio

1 — Serão observados os princípios e as condições gerais de ocupação do espaço público, relativamente aos meios de apoio, aos dispositivos publicitários aéreos cativos, instalados no solo.

2 — Os meios aqui referidos apenas podem ser utilizados como integrantes de campanhas publicitárias e com as respectivas restrições, conforme Secção II, do Capítulo II do presente Regulamento.

SECÇÃO IV

Publicidade sonora e campanhas publicitárias de rua

Artigo 43.º

Princípios reguladores

1 — A publicidade sonora deve respeitar os limites impostos pelo Regulamento Geral do Ruído, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 9/2007, de 17 de Janeiro.

2 — As diferentes formas de campanhas publicitárias de rua não poderão ocasionar conflitos com outras funções urbanas que interessa salvaguardar, nomeadamente no que se refere às condições de circulação pedonal e automóvel e ao estado de salubridade dos espaços públicos.

3 — É obrigatória a remoção de todos os panfletos, invólucros de produtos, ou quaisquer outros resíduos resultantes de cada campanha publicitária de rua, abandonados no espaço público, num raio de 100 metros em redor dos locais de distribuição, pelo que no final de cada dia e de cada campanha, não poderão existir quaisquer vestígios da acção publicitária ali desenvolvida.

CAPÍTULO X

Taxas, fiscalização e sanções

Artigo 44.º

Taxas

Pela emissão da licença de publicidade prevista presente Regulamento e respectivas renovações, são devidas as taxas estabelecidas no Regulamento e Tabela de Taxas do Município de Faro.

Artigo 45.º

Fiscalização

1 — A fiscalização das normas constantes do presente Regulamento compete à Câmara Municipal e às autoridades policiais, sem prejuízo das competências atribuídas por lei a outras autoridades administrativas.

2 — As autoridades administrativas e policiais que verifiquem infracções ao presente Regulamento devem elaborar os respectivos autos de notícia e remetê-los a esta Câmara Municipal no mais curto espaço de tempo.

3 — Todas as entidades fiscalizadoras devem prestar a esta Câmara Municipal a colaboração que lhes seja solicitada.

Artigo 46.º

Contra-ordenações

1 — São puníveis como contra-ordenação, no âmbito do presente Regulamento:

a) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial sem o respectivo licenciamento municipal;

b) A afixação ou inscrição de mensagens de publicidade nos lugares ou espaços de propriedade particular sem consentimento do respectivo proprietário, usufrutuário ou possuidor;

c) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e respectivo s meios amovíveis, que provoque obstrução de perspectivas panorâmicas ou afecte a estética e o ambiente dos lugares ou da paisagem;

d) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e respectivos meios amovíveis, que prejudique a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, edifícios de interesse público ou outros, susceptíveis de serem classificados pelas entidades competentes;

e) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e respectivos meios amovíveis, que cause prejuízos a terceiros;

f) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e respectivos meios amovíveis, que afecte a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária ou ferroviária;

g) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e respectivos meios amovíveis, que apresente disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os da sinalização de tráfego;

h) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e respectivos meios amovíveis, que prejudique a circulação do peões, designadamente dos que possuam mobilidade condicionada;

i) A afixação ou inscrição de publicidade e respectivos meios amovíveis, de pinturas murais ou de outras inscrições em monumentos nacionais, edifícios religiosos, sedes de órgãos de autarquias locais, em sinais de trânsito, placas de sinalização rodoviária, interior de quaisquer repartições ou edifício públicos ou franquizados ao público, incluindo centros históricos como tal declarados ao abrigo da competente regulamentação urbanística;

j) A afixação ou inscrição de publicidade fora dos aglomerados urbanos em quaisquer locais onde a mesma for visível das estradas nacionais;

k) A afixação ou inscrição de publicidade em infracção ao disposto nas alíneas e) e f), do n.º 2, do artigo 9.º do presente Regulamento;

l) O estacionamento de unidades móveis publicitárias no mesmo local público por período superior a 8 horas;

m) O estacionamento de unidades móveis publicitárias, que sejam também emissoras de som, dentro dos aglomerados urbanos e cujo equipamento de som esteja ligado;

n) Não reposição da situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem publicitária ou da sua utilização com o evento publicitário, findo o prazo da licença;

o) A não remoção dos suportes publicitários ou outros elementos de utilização do espaço público dentro do prazo de remoção imposto pela Câmara Municipal;

p) A falta de conservação e manutenção dos suportes publicitários e demais equipamentos;

q) A não observância das obrigações decorrentes do licenciamento previstas no n.º 1, do artigo 27.º do presente Regulamento.

2 — As contra-ordenações previstas nas alíneas a) a i) do número anterior são puníveis com coima graduada de € 150 a € 3.500 ou € 45.000 consoante se trate de pessoa singular ou de pessoa colectiva.

3 — As contra-ordenações previstas nas alíneas j), n), o) e p) do n.º 1 são puníveis com coima graduada de € 250 a € 3.500, no caso de pessoa singular ou de € 500 a € 45.000, no caso de pessoa colectiva.

4 — As contra-ordenações previstas nas alíneas k), l), m) e q) do n.º 1 são puníveis com coima graduada de € 250 a € 3.500, no caso de pessoa singular ou de € 500 a € 40.000, no caso de pessoa colectiva.

5 — A tentativa e a negligência são puníveis.

Artigo 47.º

Sanções acessórias

1 — Às contra-ordenações previstas no artigo anterior são aplicáveis as seguintes sanções acessórias, em função da gravidade da infracção e da culpa do agente:

a) Perda de objectos pertencentes ao agente e utilizados na prática da infracção;

b) Privação do direito a subsídio ou benefício outorgado por este Município;

c) Privação do direito de participar em arrematações ou concursos públicos que tenham por objecto a empreitada ou a concessão de obras públicas, o fornecimento de bens e serviços, a concessão de serviços públicos e a atribuição de licenças ou alvarás;

d) Suspensão de licenças.

2 — As sanções acessórias previstas nas alíneas b) a d), do número anterior, têm a duração máxima de dois anos, contados a partir da decisão condenatória definitiva.

3 — A sanção acessória referida na alínea a), do n.º 1, só pode ser decretada quando os objectos servirem ou estavam destinados a servir para a prática da contra-ordenação.

4 — A sanção acessória referida na alínea b), do n.º 1, só pode ser decretada quando a contra-ordenação tiver sido praticada no exercício ou por causa da actividade a favor da qual é atribuído o subsídio.

5 — A sanção acessória referida na alínea c), do n.º 1, só pode ser decretada quando a contra-ordenação tiver sido praticada durante ou por causa dos actos públicos ou no exercício ou por causa das actividades mencionadas nessa alínea.

6 — A sanção acessória referida na alínea d), do n.º 1, só pode ser decretada quando a contra-ordenação tenha sido praticada no exercício ou por causa da actividade a que se referem as licenças.

Artigo 48.º

Competência sancionatória

1 — A instauração, a instrução e a aplicação de coimas e das sanções acessórias previstas no presente Regulamento compete ao Presidente da Câmara Municipal, sem prejuízo da faculdade de delegação de competências nesta matéria.

2 — O produto da aplicação das coimas referidas no artigo anterior reverte para o Município

Artigo 49.º

Remoção

1 — Quando se verifique a caducidade, revogação da licença ou a afixação, inscrição ou difusão em violação às condições previstas no presente Regulamento, pode a Câmara Municipal notificar o infractor à remoção do mobiliário urbano, dos veículos e dos suportes publicitários, bem como eliminar as mensagens publicitárias, concedendo-lhe o prazo de 30 dias para o efeito.

2 — Caso o infractor não dê cumprimento ao estipulado no número anterior, poderá a Câmara Municipal efectuar a remoção do mobiliário urbano, dos veículos e dos suportes publicitários, bem como eliminar as mensagens publicitárias, a expensas do mesmo.

3 — Quando necessário, para efeitos da boa execução da operação de remoção, o Município pode determinar a posse administrativa do prédio, nos termos legais.

4 — Caso o titular não proceda ao pagamento voluntário das despesas previstas no número 2, serão as mesmas cobradas através de processo de execução fiscal.

5 — A Câmara Municipal de Faro não se responsabiliza por eventuais danos que possam advir dessa remoção.

6 — Os proprietários ou possuidores de locais onde forem afixadas ou inscritas mensagens publicitárias que em violação ao preceituado no presente Regulamento podem destruir, rasgar, apagar ou por qualquer forma inutilizar os meios utilizados e as mensagens publicitárias difundidas.

CAPÍTULO XI

Disposições finais

Artigo 50.º

Omissões

Os casos omissos no presente Regulamento serão resolvidos por deliberação da Câmara Municipal, sem prejuízo da legislação aplicável.

Artigo 51.º

Disposição transitória

1 — O presente Regulamento é aplicável aos pedidos que foram registados antes da sua entrada em vigor, desde que os mesmos não tenham ainda sido objecto de decisão.

2 — O disposto no presente Regulamento aplica-se às situações de renovação dos licenciamentos existentes à data da sua entrada em vigor.

Artigo 52.º

Norma revogatória

Com a entrada em vigor do presente Regulamento é revogado o Regulamento de Publicidade da Câmara Municipal de Faro, aprovado pela Assembleia Municipal, em 3 de Novembro de 1995.

Artigo 53.º

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor 15 dias após a publicação nos termos legais.