

Regulamento da Publicidade Município de Oliveira de Azeméis

-----**Dr. Hermínio José Sobral Loureiro Gonçalves**, Presidente da Câmara Municipal de Oliveira de Azeméis,-----

-----Torna público que, a Assembleia Municipal em sessão de 30 de Abril de 2013, após o decurso da fase de apreciação pública, deliberou aprovar o Regulamento da Publicidade Município de Oliveira de Azeméis, o qual entrará em vigor 15 dias após a sua publicação.-----

Nota Justificativa:

A iniciativa "licenciamento zero", expressa e regulamentada pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, tem como objetivo a simplificação do regime de exercício de diversas atividades económicas, pretendendo a redução de encargos administrativos sobre os cidadãos e as empresas, por via da eliminação de licenças, autorizações, vistorias e condicionamentos prévios para atividades específicas, substituindo-os por um reforço da fiscalização a posterior e mecanismos de responsabilização efetiva dos promotores. A iniciativa "licenciamento zero" tem ainda como objetivo a desmaterialização de procedimentos administrativos e modernização da forma de relacionamento da administração com os cidadãos e as empresas nos termos da diretiva n.º 2006/123/CE transposta pelo Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de Julho.

O atual regulamento de licenciamento de publicidade, agora proposto como a revogar, aprovado em Assembleia Municipal de 29/09/2008 e publicado no Boletim Municipal n.º 46 datado de 17/10/2008 já tinha implementado e antecipado alguns dos objetivos agora propostos com o Decreto-Lei n.º 48/2011. Nomeadamente, o alargamento do regime de isenção de licenciamento de publicidade, a isenção de liquidação de taxas para a grande maioria das atividades comerciais, indústrias e de prestação de serviços.

As alterações que a aplicação do Decreto-Lei n.º 48/2011 implica no atual regulamento de publicidade justificam que o mesmo seja revogado, optando-se por um novo regulamento de publicidade.

A aplicação prática do Regulamento municipal de publicidade aprovado em Assembleia Municipal de 29/09/2008 e publicado no Boletim Municipal n.º 46 datado de 17/10/2008 demonstrou a necessidade de se proceder a ligeiros ajustamentos necessários à realidade da atividade publicitária verificada no Concelho.

Nesse sentido, a proposta de regulamento pretende, face à experiência adquirida com o anterior regulamento, proceder, nomeadamente às seguintes correções/ajustamentos:

- Alargamento do regime de isenção de publicidade verificada durante o decurso das obras de construção civil;
- Menção expressa a um regime de caducidade do deferimento de licenciamento;
- Clarificação do regime e âmbito aplicável à publicidade direcional;
- Uniformização de normas relativas ao licenciamento da publicidade em estradas e caminhos municipais face ao previsto na Lei n.º 2110;
- Ajustamentos nas alturas mínimas dos suportes publicitários ao solo e das larguras mínimas livres de



passado a prever, em conjugação e uniformização com os critérios subsidiários previstos no Decreto-Lei n.º 48/2011;

- Eliminação do cumprimento de distância a estabelecimentos no caso de demonstrações e divulgação de produtos na via pública.
- Clarificação do âmbito da titularidade das licenças de publicidade concedidas no caso de transmissão dos estabelecimentos.
- Definição de um regime de licenciamento de carácter temporário para os suportes publicitários nas vias municipais relativas a atividades publicitárias como a duração máxima de 8 dias. Estas disposições, destinam-se fundamentalmente ao licenciamento de suportes publicitários alusivos a circos.

As alterações necessárias face à publicação do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril consistiram, essencialmente, em:

- Alargamento do âmbito de isenções de licenciamento face às já previstas no atual regulamento municipal;
- Definição de critérios relativos à fixação de suportes publicitários isentos de licenciamento;
- Uniformização de conceitos e definições do atual regulamento face ao previsto neste regime jurídico.

No âmbito da apreciação pública do projeto de regulamento foram consultadas as seguintes entidades, cujas observações foram incluídas nesta versão final:

- Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, I.P.;
- As Estradas de Portugal;
- O Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres, I.P.;
- O Instituto da Conservação da Natureza e da biodiversidade, I.P.;
- A Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária.

CAPÍTULO I

Disposições introdutórias

Artigo 1.º

Lei habilitante

O presente Regulamento é elaborado ao abrigo do disposto no artigo 238.º e 241.º da Constituição da República Portuguesa; Decreto-lei n.º 330/90, de 23 de Outubro com as alterações introduzidas pelo Decreto Lei n.º 74/93, de 10 de Março, Decreto Lei n.º 6/95, de 17 de Janeiro, Decreto Lei n.º 275/98, de 9 de Setembro, e Decreto Lei n.º 51/2001, de 15 de Fevereiro; art. 15.º da Lei n.º 02/2007, de 15 de Janeiro, alterada pelas Leis n.º 22-A/2007, de 29 de Junho, n.º 67-A/2007, de 31 de Dezembro e n.º 3-B/2010, de 28 de Abril; 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 redação da Lei 5-A/2002, de 11 de Janeiro e pela Lei n.º 67/2007, de 31 de Dezembro; artigo 1.º e 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 De Agosto, com as alterações da Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto, Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril; Decreto Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, com as alterações do Decreto Lei n.º 166/99, de 13 de Maio e posteriores alterações.

Artigo 2.º

Âmbito de aplicação

- 1 - Este regulamento aplica-se à área territorial do Município de Oliveira de Azeméis.
- 2 - O presente regulamento aplica-se a qualquer forma de publicidade de natureza comercial e a todos os suportes de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

Artigo 3.º

Conceitos gerais

- 1 - Para efeitos do presente regulamento entende-se por:
 - a) **Publicidade** - qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de:
 - a.1) Promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços;
 - a.2) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições;
 - b) **Atividade publicitária** - o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciante, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários;
 - c) **Anunciante** - a pessoa singular ou coletiva no interesse de quem se realiza a publicidade;
 - d) **Agência de publicidade** - a sociedade comercial que tenha por objeto exclusivo o exercício da atividade publicitária;
 - e) **Suporte publicitário** - o meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária;



f) **Destinatário** - a pessoa singular ou coletiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por ela seja, imediata ou mediatamente atingida.

Artigo 4.º

Definições

1 - Para efeitos deste regulamento deverá entender-se por:

a) **Anúncio eletrónico** - o sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo e similares;

b) **Anúncio iluminado** - o suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;

c) **Anúncio luminoso** - o suporte publicitário que emita luz própria;

d) **Bandeirola** - o suporte rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;

e) **Chapa** - o suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso;

f) **Expositor** - a estrutura própria para apresentação de produtos comercializados no interior do estabelecimento comercial, instalada no espaço público;

g) **Letras soltas, símbolos, cartaz ou autocolante** - a mensagem publicitária não luminosa, diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;

h) **Pendão** - o suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;

i) **Placa** - o suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não excede 1,50 m;

j) **Outdoor** - todo o suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão exceda 1,50 m; fixado diretamente no solo;

l) **Publicidade sonora** - a atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária;

m) **Sanefa** - o elemento vertical de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

n) **Suporte publicitário** - o meio utilizado para a transmissão de uma mensagem publicitária;



o) **Tabuleta** - o suporte não luminoso, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, muros ou outros locais adequados para o efeito, que permite a afixação de mensagens publicitárias numa ou em ambas as faces;

p) **Toldo** - o elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas ou portas de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

q) **Palas, alpendres** - o elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, não rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas ou portas de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

r) **Vitrina** - o mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, colocado na fachada dos estabelecimentos comerciais, onde se expõem objetos e produtos ou se afixam informações.

s) **Mupi** - tipo de mobiliário urbano destinado a publicidade podendo em alguns casos conter também informação.

t) **Unidades móveis publicitárias** - todos os veículos e ou atrelados, utilizados exclusivamente para o exercício da atividade publicitária.

u) **Balão e insuflável** - todos os suportes a afixar temporariamente que, para sua exposição no ar careçam de gás, podendo ou não estabelecer-se a sua ligação ao solo por elementos de fixação.

v) **Zona de estrada** - o solo ocupado pela estrada, abrangendo a faixa de rodagem, as bermas, as pontes e os viadutos nela incorporados e, quando existam, as valetas, os passeios, as banquetas e os taludes;

2- Todos os instrumentos, veículos, ou objetos utilizados para transmitir mensagens publicitárias não incluídas no número anterior são, para efeitos deste Regulamento, considerados outros suportes publicitários.

Artigo 5.º

Exclusões

1 - O presente regulamento não se aplica à publicidade adjudicada pelo Município em concurso público ou hasta pública sob o regime de concessão a qual, sendo esse o caso, será regida pelo respetivo contrato.

2 - Não se aplica ainda à designada propaganda política, sindical ou religiosa.

3 - À propaganda política realizada em períodos de campanha eleitoral, são aplicadas as normas da legislação especialmente prevista para este fim.

CAPÍTULO II

Pressupostos de que depende o exercício da atividade publicitária



Artigo 6.º

Atividade publicitária

1 - A afixação ou inscrição de publicidade de natureza e finalidade comercial, industrial, liberal ou artesanal, esta desde que produzida com fins lucrativos, a ser levada a efeito no âmbito territorial do Município de Oliveira de Azeméis, depende de licenciamento prévio da Câmara Municipal, com exclusão das situações previstas no art. 5º e 7º do presente Regulamento.

2 - Sem prejuízo do número anterior, estão ainda sujeitas a licenciamento prévio, quaisquer outras formas de difusão publicitária, nomeadamente através de meios sonoros fixos ou móveis, demonstrações e divulgação de produtos ou serviços, mediante contacto direto com o público e distribuição de impressos publicitários.

3 - Excetuam-se do disposto nos números anteriores as marcas, objetos e quaisquer referências a bens ou produtos expostos no interior do estabelecimento e nele comercializados.

Artigo 7.º

Isenções

1 - Sem prejuízo das regras sobre a utilização do espaço público e do regime jurídico da conservação da natureza e biodiversidade, a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial não estão sujeitas a licenciamento, a autorização, a autenticação, a validação, a certificação, a atos emitidos na sequência de comunicações prévias com prazo, a registo ou a qualquer outro ato permissivo, nem a mera comunicação prévia nos seguintes casos:

- a) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e não são visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
- b) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e a mensagem publicita os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou está relacionada com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
- c) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial ocupam o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento.
- d) Os anúncios colocados ou afixados em prédios urbanos com a simples indicação de venda ou arrendamento;
- e) Os dizeres que resultem de imposição legal, mormente as tabuletas colocadas em execução do Regime Jurídico de Licenciamento de Obras Particulares e de Licenciamento de Operações de Loteamento.



Encontra-se abrangida pela isenção a identificação das empresas ou pessoas singulares, intervenientes no projeto, execução e promoção imobiliária da obra, durante o decurso de validade do alvará de licença de construção, desde que o suporte publicitário se encontre instalado/montado no interior da área da obra.

- f) Os anúncios respeitantes a serviços de transportes coletivos públicos concedidos;
- g) Os anúncios de organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à atividade que prosseguem;
- h) As referências a patrocinadores de atividades promovidas pela Câmara Municipal ou que esta considere de interesse público;
- i) A designação do nome do edifício.
- j) A publicidade, em viaturas, a atividades comerciais, de prestação de serviços, indústrias, com exceção das unidades móveis publicitárias.

2 - No caso dos bens imóveis, a afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias no próprio bem consideram-se abrangidas pelo disposto na alínea b) do número anterior.

3- Para efeitos do disposto no n.º 1 deste artigo, considera-se espaço público contíguo à fachada do edifício a área paralela ao edifício ou fração com a largura máxima resultante do cumprimento em simultâneo das seguintes condições:

- a) Em passeio de largura superior a 1,20 m, o espaço público contíguo à fachada tem obrigatoriamente que salvaguardar um espaço livre de circulação no passeio público igual ou superior a 0,90 m em relação ao limite externo do passeio;
- b) Em passeio de largura igual ou inferior a 1,20 m, o espaço público contíguo à fachada tem obrigatoriamente que salvaguardar um espaço livre de circulação no passeio público igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio;
- c) A largura máxima admissível, sendo esta medida paralelamente à fachada do estabelecimento, é de 1,0m.
- d) A largura máxima de 1,0m não é aplicável à ocupação do espaço aéreo contíguo à fachada, todavia, sem prejuízo do disposto no art. 18º, n.º 8 e 9.
- e) No caso de não existir passeio as distâncias referidas nas alíneas anteriores são medidas à berma.

4- O disposto no presente artigo não isenta a observância das normas legais e regulamentares aplicáveis, designadamente, o cumprimento dos critérios que devem ser observados na afixação e inscrição de mensagens publicitárias previstas no presente Regulamento.

5- Toda a publicidade não abrangida pela definição prevista no n.º 3 do artº. 1º da Lei n.º 97/88 na sua atual redação, continuará a estar sujeita a prévia autorização da EP, nos termos do disposto no n.º 2 do artº. 2º da Lei n.º 97/88.



CAPÍTULO III

Regime e processo de licenciamento

SECÇÃO I

Disposições comuns

Artigo 8.º

Competência para o licenciamento

- 1- É da competência da Câmara Municipal a decisão final sobre o pedido de licenciamento da publicidade.
- 2- A competência referida no número anterior pode ser delegada no Presidente e subdelegada no Vereador.

Artigo 9.º

Caducidade do licenciamento

A falta de pagamento da taxa devido pelo licenciamento nos 30 dias úteis seguintes a contar da sua notificação implica a caducidade imediata da decisão do deferimento do pedido de licenciamento.

Artigo 10.º

Período de validade da licença

- 1- Os alvarás de licença não terão prazo de validade superior a 1 ano.
- 2- Poderão ser emitidas novos alvarás de licença por iguais períodos, sem necessidade de apresentação de quaisquer outros documentos, desde que o anunciante o requeira e declare manterem-se os mesmos pressupostos aquando da emissão da primeira licença.
- 3- A faculdade prevista no número anterior deverá ser requerida até 15 dias antes ao expirar do prazo do alvará de licença válida.
- 4- A titularidade do alvará de publicidade é transmitida automaticamente com a transmissão do suporte publicitário ou do bem em que se fixa este.

Artigo 11.º



Pedido de licenciamento

1 - Os pedidos de licenciamento devem ser instruídos, acrescidos de tantas cópias quantas as entidades exteriores a consultar, quando pelo meio ou suporte publicitário utilizado tal se justifique, de acordo com as seguintes exigências:

- a) Requerimento dirigido ao Presidente da Câmara Municipal, onde deve constar o nome, a designação, a identificação fiscal, a residência ou a sede do requerente, tipo de publicidade e local onde se pretenda a inscrição ou quaisquer outras formas de difusão publicitária;
- b) Certidão da Conservatória do Registo Predial comprovativa de que o requerente é proprietário, locatário ou titular de outros direitos sobre os bens onde pretende afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária, ou não sendo o caso apresentar documento que prove que o proprietário autoriza a afixação ou inscrição, bem como quaisquer outras formas de difusão publicitária;
- c) Memória descritiva pormenorizada, mas não exaustiva, indicando obrigatoriamente os materiais, forma e cores a utilizar e a área de ocupação;
- d) Planta topográfica de localização à escala mínima de 1/2000 ou 1/1000 com indicação do local previsto para a afixação, inscrição ou difusão da mensagem publicitária;
- e) Peça desenhada devidamente cotada, e no caso de se tratar de publicidade a colocar em fachada de edifício, deverá conter ainda os alçados de conjunto numa extensão de 10 metros para cada um dos lados e cortes, à escala de 1/100 ou 1/50, podendo os elementos ser substituídos ou esboço ou esquema que permita avaliar pretensão;
- f) Fotografias a cores do local onde pretende ser instalada ou difundida a publicidade, apresentadas em suporte de papel A4.

2 - Após a entrega dos elementos referidos no número anterior e quando, pela localização da pretendida afixação inscrição ou quaisquer outras formas de difusão publicitária devam ser consultadas entidades exteriores ao Município, cabe a este proceder a essas consultas com vista à obtenção de parecer sobre o pedido de licenciamento no prazo máximo de 30 dias após à entrada do requerimento.

3- Os processos devem, sempre que possível, ser instruídos em formato digital.

4- Para efeitos do disposto no número anterior, a instrução dos processos em formato digital deverá ser em ficheiros com a extensão PDF.

Artigo 12.º

Publicidade em edificações

1 - Para efeitos do disposto no presente regulamento podem, os projetos de arquitetura referentes a novas edificações onde se encontrem previstas atividades comerciais, de prestação de serviços e industriais, identificar



as áreas e locais afetos à afixação de suportes publicitários.

2 - Os suportes publicitários, a identificar nos projetos de arquitetura nos termos do número anterior, deverão ser fixados de forma a que não ultrapassem o pé-direito, sejam fixados na parede exterior ou na área frontal, do estabelecimento a que se destinam.

Artigo 13.º

Indeferimento

1 - O pedido de licenciamento de publicidade é indeferido, quando seja violada alguma disposição legal e, especificamente, quando:

- a) Sejam violados os conteúdos essenciais de direitos fundamentais constitucionalmente consagrados;
- b) Provocar obstrução de perspetivas panorâmicas ou afetar a estética ou ambiente dos lugares ou da paisagem;
- c) Prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de serem classificados pelas entidades públicas;
- d) Causar sérios prejuízos a terceiros;
- e) Afetar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente no que diz respeito à circulação rodoviária e de peões;
- f) Prejudicar ou dificultar a circulação de veículos de socorro e emergência;
- g) Prejudicar a visibilidade de placas toponímicas, semáforos e sinais de trânsito;
- h) Prejudicar acessos dos edifícios;
- i) Apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com as da sinalização de tráfego e quando, nas proximidades de vias municipais e nacionais, seja constituída por material de natureza refletora;
- j) Provocar ruído para além dos limites impostos pela legislação reguladora do ruído;
- l) Afetar a iluminação pública;
- m) Afetar a circulação de peões, especialmente dos cidadãos com mobilidade

reduzida. 2 - Sem prejuízo do estabelecido no número anterior não é autorizada:

- a) A utilização em qualquer caso, de materiais não biodegradáveis na afixação ou inscrição de mensagens de



publicidade;

b) A utilização de panfletos ou meios semelhantes projetados ou lançados por meios terrestres ou aéreos;

3 - Salvo se a mensagem publicitária se circunscrever à identificação da atividade exercida no imóvel ou daquele que a exerce, não é permitida afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, designadamente:

a) Os imóveis classificados ou em vias de classificação, nomeadamente os de interesse público, nacional ou municipal;

b) Os imóveis contemplados com prémios de arquitetura.

c) Imóveis onde funcionem exclusivamente serviços públicos;

d) Templos do culto ou cemitérios.

4 - É também indeferido o pedido de licenciamento que se destine à afixação ou inscrição de publicidade ou quaisquer outras formas de difusão publicitária em bens ou espaços afetos ao domínio público, nomeadamente árvores e espaços verdes, candeeiros, postes de iluminação pública, elementos do mobiliário urbano e de sinalização, salvo as exceções expressamente previstas neste regulamento.

5 - O licenciamento é por último indeferido quando se pretenda com o seu pedido realizar inscrições ou pinturas murais ou afins, em bens afetos ao domínio público ou privado que não pertençam ao autor da mensagem, ao titular desses direitos ou a quem dela resulte identificável, e ainda quando se pretenda afixar cartazes ou afins, sem suporte autorizado, através de colagem ou outros meios semelhantes.

Artigo 14.º

Revogação

1 - A licença para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias bem como para quaisquer outras formas de difusão publicitária pode ser revogada sempre que se verifique uma das seguintes situações:

a) Situações excecionais de imperioso interesse público assim o exigirem;

b) O seu titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigação a que se tenha vinculado no licenciamento.

2 - A revogação não confere ao interessado direito a devolução de taxas.

SECÇÃO II

Licenciamentos especiais



Artigo 15.º

Licenciamento cumulativo

1 - Sem prejuízo das exigências constantes do artigo 5º do presente regulamento, quando a afixação ou inscrição de publicidade bem como quaisquer outras formas de difusão publicitária exigir a execução de obras, estas estão sujeitas à observância das condições estabelecidas no Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação.

2 - O Presidente da Câmara Municipal é competente para ordenar o embargo, a demolição e ou a reposição na situação anterior àquela em que se encontrava antes da data do início das obras relacionadas com a atividade publicitária de acordo com o estatuído no regime jurídico da urbanização e da edificação.

Artigo 16.º

Publicidade na proximidade das vias municipais

1 - Sem prejuízo da aplicabilidade das regras previstas para o licenciamento em geral e das disposições legais previstas no Código da Estrada sobre a afixação de publicidade nas proximidades de estradas e quando a publicidade seja para afixar ou inscrever nas imediações das vias municipais fora do perímetro urbano, desde que não visível das estradas nacionais, o licenciamento deve ainda obedecer às seguintes exigências:

a) Nas estradas municipais os suportes publicitários devem ser colocados a uma distância igual ou superior a 25 metros do limite da zona de estrada;

b) Nos caminhos municipais ou arruamentos os suportes publicitários devem ser colocados a uma distância igual ou superior a 20 metros do limite da zona de estrada;

c) Na proximidade de cruzamento ou entroncamento com outras vias de comunicação ou com vias férreas, a publicidade só pode ser colocada a uma distância superior a 50 metros do limite da zona de estrada, numa extensão, medida segundo o eixo desta, de 100m para cada um e outro lado do entroncamento ou cruzamento dos eixos das vias.

2 - Sem prejuízo do disposto no artigo 13.º do presente regulamento os condicionamentos previstos nas diversas alíneas do número anterior não são aplicáveis aos seguintes meios de publicidade, quando não visíveis das estradas nacionais:

a) De interesse cultural ou turístico;

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

c) Publicidade direcional

3 - Sem prejuízo no disposto no artigo 13.º e no n.º 1 do presente artigo, é proibida a afixação, inscrição ou difusão

de mensagens publicitárias nas rotundas, quer dentro, quer fora do perímetro urbano, com exceção dos meios de publicidade que se destinem a identificar edifícios ou estabelecimentos públicos, e desde que tal publicidade seja afixada ou inscrita nos mesmos. Exclui-se ainda a publicidade destinada a direcionar os utentes e o público. Exclui-se também a publicidade quando em regime de concessão ao abrigo do disposto no art. 5.º, n.º 1.

4 - No raio de 100 metros, tendo como centro os locais objeto de concessão do domínio público para afixação de suportes publicitários, não poderá ser licenciado qualquer outro suporte publicitário, à exceção dos suportes isentos de licenciamento previstos no art. 7.º e outros suportes publicitários em regime de concessão.

5- Podem ser licenciados suportes publicitários nas vias municipais, com carácter temporário, desde que estes não colidam com os motivos de indeferimento que constam do art. 13º ou qualquer outra norma de aplicação comum aos diversos suportes publicitários conforme expresso nos art.º. 15º, 16º e 17º.

Os suportes publicitários com carácter temporário são nomeadamente, a publicidade alusiva a circos.

A duração máxima da fixação dos suportes publicitários não poderá ser superior a 8 dias corridos.

Artigo 17.º

Publicidade na proximidade da rede de estradas nacionais e regionais

1 - A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias na proximidade da rede de estradas nacionais e regionais abrangidas pelo n.º 3 do art. 1º da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, deverá obedecer aos seguintes critérios adicionais para além dos que constam dos definidos no n.º 2 do art. 11º do DL 48/2011:

- a) A mensagem ou os seus suportes não poderão ocupar a zona de estrada que constitui domínio público rodoviário do Estado;
- b) A ocupação temporária da zona da estrada para instalação ou manutenção das mensagens ou dos seus suportes está sujeita ao prévio licenciamento da EP;
- c) A mensagem ou os seus suportes não deverão interferir com as normais condições de visibilidade da estrada e/ou com os equipamentos de sinalização e segurança;
- d) A mensagem ou os seus suportes não deverão constituir obstáculos rígidos em locais que se encontrem na direção expectável de despiste de veículos;
- e) A mensagem ou os seus suportes não deverão possuir qualquer fonte de iluminação direcionada para a estrada capaz de provocar encadeamento;
- f) A luminosidade das mensagens publicitárias não deverá ultrapassar as 4 candelas por m²;
- g) Não deverão ser inscritas ou afixadas quaisquer mensagens nos equipamentos de sinalização e segurança da estrada;
- h) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não poderá obstruir os órgãos de drenagem ou

condicionar de qualquer forma o livre escoamento das águas pluviais;

i) Deverá ser garantida a circulação de peões em segurança, nomeadamente os de mobilidade reduzida; para tal, a zona de circulação pedonal livre de qualquer mensagem ou suporte publicitário não deverá ser inferior a 1.5m.

CAPÍTULO IV

Dos meios ou suportes publicitários em especial

Artigo 18.º

Disposições comuns

- 1 - Os suportes publicitários devem ser fixados por forma a apresentar solidez e resistência suficientes, sempre de modo a não causar perigo ou danos a terceiros.
- 2 - A estrutura de suporte será devidamente pintada em cores discretas de reduzido impacto visual e adequada ao ambiente e estética do local.
- 3 - A estrutura dos suportes publicitários, devem ficar tanto quando possível encobertas e devem ainda ser pintadas com cor discreta e com reduzido impacto visual.
- 4 - Sem prejuízo de outra legislação aplicável, os suportes publicitários que, pelas suas dimensões ou peso, implique a construção de aparato de sustentação, obriga a que se junte ao requerimento inicial de licenciamento um termo de responsabilidade, assinado por técnico habilitado, bem como deve ainda ser junto contrato de seguro de responsabilidade civil.
- 5 - Quando não sejam juntos os elementos referentes ao número antecedente a Câmara Municipal notificará o anunciante para a sua junção.
- 6 - O titular do alvará de licença é responsável por todos os danos resultantes da instalação e manutenção dos suportes publicitários.
- 7 - Os suportes publicitários devem obrigatoriamente ser mantidos pelo titular do alvará de licença em bom estado de conservação, limpeza e estabilidade, caso contrário ficarão sujeitos às sanções previstas no artigo 42.º e seguintes do presente regulamento.
- 8 - Qualquer suporte publicitário que apresente saliência e possa causar perigo para os transeuntes na via pública devem cumprir uma das seguintes condições:
 - a) A distância da parte inferior ao solo ser menor ou igual a 0,50 m e prolongar-se até uma altura mínima ao solo de 2.0 metros.
 - b) A distância da parte inferior ao solo ser superior ou igual a 2,2 metros. Excecionalmente, poderá admitir-se

uma distância ao solo de 2.0m desde que garantido o disposto no art.º.13.º, alíneas e), f) e g).

9 - A instalação de qualquer suporte publicitário deve respeitar as seguintes condições:

- a) Em passeio de largura superior a 1,20 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,90 m em relação ao limite externo do passeio;
- b) Em passeio de largura igual ou inferior a 1,20 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio e na extensão máxima de 0,40m.
- c) No caso de não existir passeio as distâncias referidas nas alíneas anteriores são medidas à berma.

SECÇÃO I

Anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos, tabuletas e placas

Artigo 19.º

Limitações da afixação

1- Os suportes publicitários a que se refere a presente secção, colocados ou não em espaço do domínio público, sem prejuízo do disposto no art. 18.º, estão não ainda sujeitos às seguintes limitações:

- a) Respeitar uma distância mínima de 0,80m ou 0,90m ao limite exterior do passeio, em função da largura deste, podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão de equipamento o justifiquem;
- b) A distância entre o solo e a parte inferior do suporte publicitário não pode ser menor do que 2,2 metros;
- c) No caso de não existir passeio as distâncias referidas na alínea a) são medidas à berma.

2- Os suportes publicitários a que se refere a presente secção em balanço sobre a fachada dos edifícios sobre o espaço do domínio público, sem prejuízo do disposto no n.º 1 estão também ainda sujeitos às seguintes limitações:

- a) Não podem ter um balanço superior a 1,00 metro, b) A distância entre o solo e a parte inferior do suporte publicitário não pode ser menor do que 2,2 metros;
- c) Se o balanço não for superior a 0,15 m a distância entre a parte inferior do suporte publicitário e o solo não pode exceder os 0,50 m e a parte superior não pode exceder os 3,0 metros.

SECÇÃO II



Chapas

Artigo 20.º

Condição de afixação de chapas

1 - A afixação de chapas não poderá exceder a saliência máxima de 5 cm e cumprir as condições referidas no art. 18.º.

2 - Em cada edifício as chapas devem apresentar dimensão, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

SECÇÃO III

Toldos, Palas e Alpendres

Artigo 21.º

Condições de instalação

A aplicação de toldos, palas, alpendres e outros com publicidade, só é permitida ao nível do rés-do-chão. Pode admitir-se a colocação a outro nível quando não coloquem em causa valores de segurança ou estética.

Artigo 22.º

Limitações à instalação

1 - A instalação de toldos com publicidade fica sujeita às seguintes limitações:

- a) A distância entre o solo e a parte inferior do toldo, incluindo franjas ou outras pendências, não pode ser menor que 2,20 metros;
- b) Em caso algum a instalação poderá exceder os limites do respetivo estabelecimento;
- c) Em casos devidamente fundamentados e reconhecidos como excecionais, podem ser admitidas outras condições de instalação distintas das previstas nas alíneas anteriores, desde que não se verifiquem os motivos de indeferimento constantes do art. 13.º do presente regulamento;
- d) Em passeio de largura inferior a 2 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,90 m em relação ao limite externo do passeio
- e) Em passeio de largura superior a 2 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao



limite externo do passeio.

f) No caso de não existir passeio as distâncias referidas nas alíneas anteriores são medidas à berma.

SECÇÃO IV

Vitrina, Expositor

Artigo 23.º

Condições de instalação de uma vitrina

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

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

Artigo 24.º

Condições de instalação de um expositor

1 - Por cada estabelecimento é permitido apenas um expositor, instalado exclusivamente durante o seu horário de funcionamento.

2 - O expositor apenas pode ser instalado em passeios com largura igual ou superior a 2 m, devendo respeitar as seguintes condições de instalação:

- a) Ser contíguo ao respetivo estabelecimento;
- b) Reservar um corredor de circulação de peões igual ou superior a 1,50 m entre o limite exterior do passeio e o prédio;
- c) Não prejudicar o acesso aos edifícios contíguos;
- d) Não exceder 1,50 m de altura a partir do solo;
- e) Reservar uma altura mínima de 0,20 m contados a partir do plano inferior do expositor ao solo ou 0,40 m

quando se trate de um expositor de produtos alimentares.

SECÇÃO V

Cartaz, autocolante, letras soltas ou símbolos

Artigo 25.º

Condição de afixação de cartazes

1 - Só é permitida a afixação de cartazes em vedações ou tapumes provisórios, ou locais do domínio público ou privado devidamente autorizados para o efeito.

A fixação de autocolantes só é permitida em montras, janelas ou portas.

2 - A Câmara Municipal pode estabelecer condicionamentos à afixação, designadamente quanto ao número de cartazes a afixar em determinado local, bem como quanto à distância que os separa.

Artigo 26.º

Condições de aplicação de letras soltas ou símbolos

1 - A aplicação de letras soltas ou símbolos, ao nível do rés-do-chão, deve respeitar as seguintes condições:

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

SECÇÃO VI

Painel ou outdoor

Artigo 27.º

Estrutura

1 - Os suportes publicitários devem ser fixados diretamente no solo e montados de liga metálica ou em madeira,



desde que apresentem solidez e resistência suficientes, sempre de modo a não causar perigo ou danos a terceiros.

Sem prejuízo do disposto no art. 18º, os painéis podem ser fixados em edifícios ou muros.

2 - A estrutura de suporte dos placares será devidamente pintada em cores discretas de reduzido impacto visual e adequada ao ambiente e estética do local, devendo a essa estrutura estar obrigatoriamente agregada uma chapa de licenciamento, onde conste o nome da entidade proprietária da estrutura, bem como o ano e número do alvará de licença.

SECÇÃO VII

Bandeirola, pendão

Artigo 28.º

Condições de instalação das bandeiras

As bandeiras têm de permanecer oscilantes, só podendo ser colocadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado do poste ou candeeiro oposto a essa via.

Artigo 29.º

Condições de instalação dos pendões

Os pendões têm de permanecer oscilantes, sendo colocados em posição perpendicular à via de trânsito e nas fachadas exteriores dos edifícios ou em qualquer outro local considerado adequado.

Artigo 30.º

Dimensões, distâncias e material das bandeiras

1 - A distância entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente da bandeira, em qualquer caso, não pode ser inferior a 2 metros.

2 - A distância entre a parte inferior da bandeira e o solo não pode ser inferior a 3 metros.

3 - As bandeiras só poderão ser constituídas por material leve, mormente plástico, papel ou pano.

4 - A dimensão máxima das bandeiras deve ser de 0,60 m de comprimento e 1 m de altura.



5 - A distância entre bandeirolas afixadas ao longo das vias deve ser igual ou superior a 50 m.

Artigo 31.º

Dimensões, distâncias e material dos pendões

1 - Os pendões não devem exceder a largura do passeio, devendo ainda distar do bordo exterior do passeio em 0,20 metros.

2 - Os pendões devem ser colocados a uma altura nunca inferior a 3 metros, não devendo em caso algum constituir perigo para a circulação pedonal e rodoviária.

Artigo 32.º

Similares

Para os efeitos deste regulamento, são considerados similares aos pendões e bandeirolas os suportes publicitários colocados perpendicularmente à via de trânsito, mas que não sejam oscilantes.

Artigo 33.º

Licenciamento excecional

Poderão ser licenciados, a título excecional devidamente fundamentado, pendões e bandeirolas não cumprindo as condições referidas nos artigos anteriores desde que não fique posta em causa a visibilidade da sinalização de trânsito, nem o ambiente e a estética dos locais objeto da pretensão.

SECÇÃO VIII

Publicidade sonora

Artigo 34.º

Condições de licenciamento

1 - A difusão de publicidade através de meios sonoros fixos ou móveis, é objeto de licenciamento temporário.

2 - É permitida a difusão de mensagens publicitárias sonoras de natureza comercial que possam ser ouvidas dentro dos respetivos estabelecimentos ou na via pública, cujo objetivo imediato seja atrair ou reter a atenção do



público.

3 - A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial apenas pode ocorrer:

- a) No período compreendido entre as 9 e as 20 horas;
- b) A uma distância mínima de 300 m de edifícios escolares, durante o seu horário de funcionamento, de hospitais, cemitérios e locais de culto.

4 - A difusão de publicidade sonora está sujeita ao respeito pelos limites estabelecidos na legislação especial sobre ruído.

5 - A difusão de publicidade sonora não está sujeita a licenciamento municipal por ocasião de festas tradicionais, sem prejuízo do respeito pelos limites estabelecidos na legislação especial sobre ruído.

SECÇÃO IX

Unidades móveis publicitárias

Artigo 35.º

Limites

1 - As unidades móveis poderão fazer uso de material sonoro respeitando os limites impostos em legislação especial sobre o ruído.

2 - As unidades móveis publicitárias não podem permanecer estacionadas no mesmo local público por período superior a duas horas.

Artigo 36.º

Autorização e seguro

1 - Sempre que o suporte utilizado exceda as dimensões do veículo deve ser obrigatoriamente junto ao requerimento inicial a que se refere o artigo 11.º alínea a) uma autorização emitida pela entidade competente que deverá estar de acordo com o disposto no 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 respetivo titular.



SECÇÃO X

Balão e insuflável

Artigo 37.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 afixação destes suportes publicitários.

Artigo 38.º

Limites à instalação

O licenciamento de balões, insufláveis e semelhantes com publicidade, é sempre objeto de prévia e expressa autorização das entidades com jurisdição sobre os espaços onde se pretende a sua instalação.

SECÇÃO XI

Outras formas de difusão publicitária

Artigo 39.º

Limites à instalação

1 - A difusão de publicidade através de demonstrações e divulgação de produtos ou serviços, mediante contacto direto com o público ou distribuição publicitária é objeto de licenciamento temporário.

2- Podem ser licenciados outros suportes publicitários, desde que estes não colidam com os motivos de indeferimento que constam do art. 13º ou com qualquer norma de aplicação comum aos diversos suportes publicitários conforme expresso nos art. 15º, 16º e 17º.

CAPÍTULO V

Fiscalização e sanções

Artigo 40.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 41.º

Infrações ao Código da Publicidade

Sempre que forem verificadas violações às normas do Código da Publicidade, deve o município comunicá-las ao Instituto do Consumidor.

Artigo 42.º

Coimas

1 - A afixação, inscrição, difusão de mensagens publicitárias que não possua alvará de licença ou estando dela isenta não cumpra os requisitos previstos neste regulamento constitui contra-ordenação punível com coima de €150 a€ 4000 para pessoas singulares, e de €300 a€ 40.000 para pessoas coletivas.

2 - A afixação, inscrição, difusão de mensagens publicitárias que não respeite as condições do alvará de licença, designadamente quanto ao meio difusor, ao conteúdo da mensagem publicitária ou ao material autorizado, constitui contra-ordenação punível com coima de €100 a€ 749 para pessoas singulares, e de €200 a€ 1497 para pessoas coletivas.

3 - A afixação, inscrição, difusão de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença, constitui contra-ordenação punível com coima de €150 a€ 1247 para pessoas singulares, e de €300 a€ 2494 para pessoas coletivas.

4 - A não remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e ou dentro do prazo fixado para esse efeito, constitui contra-ordenação punível com coima de €150 a€ 1247 para pessoas singulares, e de €300 a€ 2494 para pessoas coletivas.

5 - A infração ao disposto no n.º 7 do art. 18º é punível com coima de €150 a€ 4.000 para pessoas singulares, e de €300 a€ 40.000 para pessoas coletivas.

6 - Para efeitos do disposto no presente artigo presume-se responsável pela contra-ordenação o anunciante, salvo se este, no prazo de 15 dias após a receção da notificação da infração identificar outrem.

7 - A tentativa e a negligência são sempre puníveis.

8 - A aplicação das coimas a que se referem os números anteriores, a instrução dos processos de contra-ordenação e as decisões finais desses processos competem ao Presidente da Câmara Municipal, com a

faculdade de delegação em qualquer dos restantes membros da Câmara Municipal.

Artigo 43.º

Sanções acessórias

1 - Em caso de reincidência ou sempre que a infração 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 65/98, de 24 de Abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de Maio.

2 - A aplicação das sanções acessórias a que se anterior é da competência do Presidente da Câmara Municipal, com a faculdade de delegação em qualquer dos restantes membros da Câmara Municipal.

Artigo 44.º

Acção directa

1 - Ocorrendo caducidade ou revogação do direito do titular, o mesmo deve proceder à respetiva remoção dos respetivos suportes publicitários, no prazo de 10 dias úteis.

2 - A remoção é da responsabilidade do anunciante ainda que seja um serviço público, ou, quando for o caso, da agência de publicidade ou do titular do meio ou suporte que tenha efetuado a publicidade.

3 - Ocorrendo determinação de remoção por motivos de ocupação ilícita ou por necessidade de transferência do suporte publicitário, os mesmos devem ser removidos pelas entidades referidas no número anterior no prazo de 10 dias úteis.

4 - Em caso de recusa ou inércia do titular, o Município procederá à remoção e armazenamento, se aplicável, dos elementos, equipamento/mobiliário urbano, a expensas do infrator.

5 - Da eventual perda ou deterioração dos elementos, equipamento/mobiliário urbano não emerge qualquer direito a indemnização.

6 - Os custos da remoção do mobiliário urbano, outros equipamentos, da publicidade e dos respetivos suportes ou materiais são suportados pelas entidades responsáveis pela sua instalação, afixação, inscrição ou difusão.

7 - Serve de título de execução a nota de despesa quando esta não seja voluntariamente acatada.



Disposições finais e transitórias

Artigo 45.º

Taxas

1 - O licenciamento da publicidade tal como se encontra definida no presente regulamento implica o pagamento das taxas previstas no regulamento e tabela de taxas, licenças e outras receitas municipais do município de Oliveira de Azeméis em vigor.

2 - Não poderá haver lugar à afixação ou inscrição de publicidade bem como qualquer outra forma de difusão da mensagem publicitária sem prévio pagamento das respetivas taxas, de licenciamento.

3 - As taxas de publicidade, serão atualizadas nos termos do disposto no regulamento e tabela de taxas, licenças e outras receitas municipais do município de Oliveira de Azeméis em vigor.

4 - Para efeitos de cálculo da área da mensagem publicitária nos termos previstos no regulamento da tabela de taxas em vigor, considera-se:

a) Se o suporte publicitário ou a mensagem publicitária possuir forma regular a área é calculada em função desses limites.

b) Caso o suporte publicitário ou a mensagem publicitária não possua forma regular, a área corresponde ao retângulo regular e paralelo com a linha do solo capaz de integrar por completo no seu interior a mensagem publicitária.

Artigo 46.º

Acumulação de taxas

O pagamento das taxas relativas à publicidade, não isentam o interessado do pagamento de quaisquer outras previstas no Regulamento e Tabela de Taxas, Licenças e outras receitas Municipais em vigor no Município de Oliveira de Azeméis.

Artigo 47.º

Direito subsidiário

Em tudo o que não esteja especialmente previsto no presente regulamento recorrer-se-á à lei geral aplicável à publicidade, aos princípios gerais de direito e ao disposto no Código de Procedimento Administrativo.

Artigo 48.º



Dúvidas e omissões

- 1 - Em tudo o que não estiver disposto no presente regulamento, aplicar-se-á a legislação em vigor sobre a atividade publicitária.
- 2 - As dúvidas na interpretação do presente regulamento serão resolvidas por deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 49.º

Norma revogatória

São revogados o Regulamento Municipal sobre Publicidade bem como todas as disposições regulamentares que contrariem o estabelecido neste regulamento.

Artigo 50.º

Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor 15 dias após a sua publicação.

TAXAS

As taxas a cobrar no âmbito de licenciamento de processos de publicidade constam dos quadros seguintes.

O valor das taxas (T) resulta do somatório de três parciais e é traduzida na seguinte formula:

$$T = te + (v \times a \times p) + (ad \times ca)$$

Em que:

T - Taxas a liquidar

te - taxa referente à emissão do alvará

v - valor unitário por metro quadrado e por mês

a - área referente ao suporte publicitário



p - prazo referente à fixação do suporte publicitário

ad - número de aditamentos apresentados

ca - custo unitário de cada aditamento

QUADRO I

Suportes publicitários em geral

1- É de aplicação à totalidade dos suportes publicitários previstos no presente regulamento à exceção dos expressamente previstos nos quadros seguintes.

2- Emissão do alvará de licença (te) **45,63 €**

3- O valor unitário por metro quadrado e por mês é de: **2,58 €**

4- O valor unitário por aditamento é de: **28,24 €**

5- No caso de toldos e similares com ocupação da via pública, acresce ao valor da taxa calculada para publicidade o valor da taxa correspondente à ocupação de domínio público calculada nos termos do respetivo regulamento.

QUADRO II

Unidades móveis publicitárias

1- É de aplicação às unidades móveis publicitárias e outros meios de locomoção.

2- Emissão do alvará de licença (te) **43,54 €**

3- O valor unitário por metro quadrado e por dia é de: **0,09€**

4- O valor unitário por aditamento é de: **28,24 €**

QUADRO III

Impressos publicitários

1- É de aplicação à distribuição de impressos publicitários na via pública.



2- O valor das taxas (T), para efeito de aplicação em exclusivo deste quadro, resulta do somatório de três parciais e é traduzida na seguinte fórmula:

$$T = te + (v \times n \times p) + (ad \times ca)$$

Em que:

- te** - taxa referente à emissão do alvará
- v** - valor unitário impresso e por dia
- n** - número de impressos a distribuir
- p** - prazo referente à distribuição (em dias)
- ad** - número de aditamentos apresentados
- ca** - custo unitário de cada aditamento

3- Emissão do alvará de licença (te) **43,54 €**

4- O valor unitário por impresso e por dia é de: **0,003 €**

5- O valor unitário por aditamento é de: **28,24 €**

QUADRO IV

Publicidade sonora

1- É de aplicação à realização de publicidade sonora.

2- O valor das taxas (T), para efeito de aplicação em exclusivo deste quadro, resulta do somatório de dois parciais e é traduzida na seguinte fórmula:

$$T = te + p + (ad \times ca)$$

Em que:

- te** - taxa referente à emissão do alvará
- p** - prazo referente à emissão sonora de mensagens publicitárias.



ad - número de aditamentos apresentados

ca - custo unitário de cada aditamento

3- Emissão do alvará de licença (te) **43,54 €**

4- Incidência sobre o prazo (p):

a) Por cada dia **61,81 €**

5- O valor unitário por aditamento é de: **28,24 €**

O Relatório de fundamentação económico e financeira (Implementação do Regime Geral de Taxas das Autarquias Locais - Lei nº 53-E/2006) relativo às taxas de publicidade previstas neste regulamento pode ser consultado, e é disponibilizado, [aqui](#).