

MUNICÍPIO DE ALMEIDA**Regulamento n.º 398/2025**

Sumário: Aprova o Regulamento de Ocupação do Espaço Público e de Afixação e Inscrição de Publicidade no Município de Almeida.

Eng.º António José Monteiro Machado, Presidente da Câmara Municipal de Almeida, torna público que, e para efeitos do artigo 131.º, do Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 04/2015, de 07 de janeiro e de acordo com a deliberação tomada na sessão ordinária da Assembleia Municipal do dia 28 de fevereiro de 2025, nos termos do n.º 1 alínea g) do artigo 24.º da Lei n.º 75/2013 de 12 de setembro, foi aprovada, por unanimidade, a versão definitiva do Regulamento de Ocupação do Espaço Público e de afixação e inscrição de publicidade no Município de Almeida, na sequência da proposta da Câmara Municipal apreciada e aprovada, por unanimidade, em reunião ordinária de 17 de dezembro de 2024. O presente Regulamento, que a seguir se publica, foi submetido a discussão pública, conforme estipulado no artigo 101.º, do referido Código de Procedimento Administrativo.

17 de março de 2025. — O Presidente da Câmara Municipal, António José Monteiro Machado.

Preâmbulo**Regulamento de Ocupação do Espaço Público e de Afixação e Inscrição
de Publicidade No Município de Almeida**

Com a publicação do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, visou-se reduzir encargos administrativos que recaíam sobre os cidadãos e as empresas, por via da eliminação de licenças, autorizações, vistorias e condicionamentos prévios para atividades específicas, substituindo-os por ações sistémicas de fiscalização a posteriori e mecanismos de responsabilização efetiva dos promotores.

Com a iniciativa «Licenciamento zero» visou-se, também, desmaterializar procedimentos administrativos e modernizar a forma de relacionamento da Administração com os cidadãos e empresas, concretizando desse modo as obrigações decorrentes da Diretiva n.º 2006/123/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro, relativa aos serviços no mercado interno, que foi transposta para a ordem jurídica interna pelo Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho.

Para dar cumprimento a todos estes objetivos, o acima referido decreto-lei cria, em primeiro lugar, um regime simplificado para a instalação e a modificação de estabelecimentos de restauração ou de bebidas, de comércio de bens, de prestação de serviços ou de armazenagem. Assim, é substituída a permissão administrativa destes estabelecimentos por uma mera comunicação prévia, num balcão único eletrónico, da informação necessária à verificação do cumprimento dos requisitos legais. A informação registada é partilhada por todas as autoridades com interesse relevante no seu conhecimento, nomeadamente para efeitos de fiscalização ou de cadastro. Em segundo lugar, simplificam-se ou eliminam-se licenciamentos habitualmente conexos com aquele tipo de atividades económicas e fundamentais ao seu exercício.

O presente regulamento define as regras aplicáveis à inscrição e afixação de publicidade e à ocupação do espaço público, ou de domínio público, no Município de Almeida, pretendendo regular ambas as matérias relacionadas entre si, visando assegurar a conveniente utilização do espaço público pelos cidadãos e empresas, no âmbito da sua atividade comercial ou de prestação de serviços.

CAPÍTULO I**Disposições Gerais****Artigo 1.º****Lei Habilitante**

1 — O presente regulamento é elaborado ao abrigo e nos termos do artigo 241.º da Constituição da República, da alínea b) e g), n.º 1 do artigo 25.º e da alínea k) do n.º 1 do artigo 33.º da Lei n.º 75/2013, de 03 de setembro, na redação atual, e do artigo 20.º da Lei n.º 73/2013, de 03 de setembro, na redação atual.

2 – Sempre que se verifique a revogação, substituição e/ou alteração dos diplomas referidos no número anterior, ou em outras disposições referidas no presente regulamento, aplicar-se-ão, com as devidas adaptações, os novos normativos.

Artigo 2.º

Objeto

O presente Regulamento estabelece o regime a que fica sujeita a ocupação do espaço público, ou afeto ao domínio público municipal, e a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial, visíveis do espaço público, assim como a utilização desta em suportes, em toda a área do Município de Almeida.

Artigo 3.º

Âmbito

O presente regulamento estabelece os critérios a que está sujeita a ocupação do espaço público e os requisitos a observar na afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial, qualquer que seja o meio de instalação utilizada no solo, subsolo ou espaço aéreo.

Artigo 4.º

Obrigatoriedade do licenciamento, autorização ou comunicação

1 – Não é permitido qualquer tipo de publicidade ou outra qualquer ocupação do espaço público constante deste regulamento, sem prévio licenciamento, autorização ou comunicação à Câmara Municipal de Almeida, consoante os casos, ou de concessão, nos termos legalmente previstos, com exceção do disposto no n.º 4;

2 – Sempre que a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ou ocupação do espaço público exija a execução de obras de construção civil, ficam as mesmas cumulativamente sujeitas ao respetivo regime legal aplicável, salvo as que sejam consideradas de escassa relevância urbanística;

3 – É proibida a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias em qualquer bem, sem o respetivo consentimento dos proprietários, possuidores ou detentores dos mesmos.

4 – Não se encontra sujeita a licenciamento, a publicidade que se revista das seguintes características:

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, ainda, 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 relacionados com bens ou serviços comercializados no estabelecimento.

5 – Considera-se como contíguo à fachada do estabelecimento, para efeitos da alínea c) do número anterior, a mensagem de publicidade que tenha contacto, suporte ou apoio permanente na sobredita fachada;

6 – A publicidade a que se reportam as alíneas b) e c) do n.º 4 do presente artigo, encontra-se sujeita às especificações técnicas constantes do Regulamento, bem como às medidas de tutela da legalidade e regime sancionatório, em termos contraordenacionais.

Artigo 5.º**Prazo de Duração, Renovação e Caducidade do direito**

1 — O direito de ocupação do espaço público e/ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, adquirido nos termos previstos no presente regulamento, pode ser concedido por qualquer período de tempo, não inferior, no entanto, a um dia, até ao máximo de 365 dias/ano e renova-se anualmente, de forma automática, desde que o interessado liquide a respetiva taxa, nos termos previstos no Regulamento de Taxas, Licenças e Prestação de Serviços do Município de Almeida, até ao final do mês de janeiro do ano a que respeita a licença.

2 — O direito de ocupação do espaço público e ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, adquirido nos termos previstos no presente regulamento, requerido por períodos sazonais e ou mensais, renova-se a pedido do interessado, através do Balcão do Empreendedor, nos casos aplicáveis, ou apresentando requerimento no Município para os restantes casos, liquidando a respetiva taxa.

3 — O processo de licenciamento caduca se o titular não requerer a emissão de licença, no prazo de 30 dias, a contar da notificação do deferimento do pedido.

Artigo 6.º**Taxas**

1 — As taxas decorrentes da aplicação do presente Regulamento são as que se encontram previstas no Regulamento de Taxas, Licenças e Prestação de Serviços do Município de Almeida e respetiva tabela, o qual se encontra divulgado no portal do Município e, nos casos aplicáveis, no “Balcão do Empreendedor”.

2 — A liquidação do valor das taxas no regime de licenciamento é efetuada no prazo de 5 dias, após notificação para o efeito, sob pena de caducidade do respetivo direito;

3 — No caso de mera comunicação prévia ou de autorização, a liquidação das taxas é efetuada no “Balcão do Empreendedor”.

Artigo 7.º**Isenções**

As isenções específicas, aplicáveis ao disposto no presente Regulamento, são as previstas no Regulamento de Taxas, Licenças e Prestação de Serviços do Município de Almeida

CAPÍTULO II**Princípios****Artigo 8.º****Segurança de Pessoas e Bens**

1 — Não é permitida a ocupação do espaço público ou privado com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público sempre que:

- a) Prejudique a segurança de pessoas e bens, nomeadamente na circulação pedonal ou rodoviária;
- b) Prejudique a saúde e o bem-estar de pessoas, o seu sossego e tranquilidade, nomeadamente ao nível de ruído, devendo, sempre, observar-se o disposto na Lei do Ruído;
- c) Prejudique terceiros;
- d) Dificulte o acesso dos peões a edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos, bem como a imóveis de propriedade privada;

e) Prejudique, a qualquer título, a acessibilidade de cidadãos portadores de deficiência ou pessoas com mobilidade condicionada tanto a edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos como a imóveis de propriedade privada;

f) Prejudique a visibilidade dos automobilistas relativa à sinalização de trânsito, às curvas, cruzamentos e entroncamentos e ao acesso a edificações ou outros espaços;

g) Apresente mecanismos, disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com a sinalização de tráfego e/ou possam distrair ou provocar o encadeamento dos peões ou automobilistas;

h) Diminua a eficácia da iluminação pública;

i) Prejudique ou dificulte a circulação de veículos de socorro ou emergência;

2 – É proibida a ocupação do espaço público com suportes publicitários de qualquer tipo, quando se situem em cruzamentos, entroncamentos, curvas, rotundas e outras situações semelhantes, que correspondam ao prolongamento visual das faixas de circulação automóvel, passíveis de se depararem frontalmente aos automobilistas;

3 – Não pode ser licenciada ou objeto de qualquer tipo de comunicação, a instalação, afixação ou inscrição de mensagens publicitárias sempre que se pretenda colocar em sinais de trânsito, semáforos, postes públicos e candeeiros, placas toponímicas ou sobre edifícios com interesse público;

4 – É interdita a instalação ou inscrição de mensagens em equipamento móvel urbano, nomeadamente papeleiras ou outros recipientes, utilizadas para a limpeza urbana;

5 – É, ainda, proibida a ocupação do espaço público com elementos de equilíbrio precário, com dimensões e características que possam pôr em causa a segurança e as normas de acessibilidade.

Artigo 9.º

Preservação e valorização dos espaços públicos

1 – Não é permitida a ocupação do espaço público ou privado com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público sempre que:

a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade da envolvente edificada e dos espaços públicos;

b) Possa impedir, restringir ou interferir negativamente no funcionamento das atividades urbanas ou de outras utilizações do espaço público, ou, ainda, quando dificulte aos utentes a fruição dessas mesmas atividades em condições de segurança e conforto;

c) Contribua para o mau estado de conservação e salubridade dos espaços públicos;

d) Contribua para a descaracterização da imagem e da identidade dos espaços e dos valores urbanos, naturais ou construídos, emblemáticos do Concelho;

e) Dificulte o acesso e ação das entidades competentes às infraestruturas existentes no Município, para efeitos da sua manutenção e ou conservação.

2 – Os proprietários, concessionários ou exploradores dos estabelecimentos devem manter permanentemente limpos os passeios e o espaço público ocupado com esplanadas abertas, em funcionamento, e num raio de 3,0 metros;

3 – Não é permitida a ocupação do espaço público ou privado com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público sempre que se refira a:

a) Edifícios, monumentos ou locais de interesse histórico, arqueológico, cultural, arquitetónico ou paisagístico e igrejas;

b) Imóveis classificados ou em vias de classificação;

c) Imóveis onde funcionem serviços públicos;

d) Templos ou cemitérios;

e) Obras de arte

4 – Quando a mensagem publicitária seja devidamente enquadrada na fachada ou se circunscreva à identificação da atividade exercida e de quem a exerce e desde que não exceda as dimensões de 0,20 m x 0,30 m e seja colocada junto à porta principal do imóvel, as interdições previstas neste artigo podem não ser aplicadas, mediante autorização da Câmara Municipal e parecer da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, quando aplicável;

Artigo 10.º

Outros Limites

1 – São expressamente proibidos:

a) Os letreiros de natureza comercial diretamente pintados sobre a fachada dos imóveis, com exceção de letras pintadas nas fachadas dos edifícios desde que compatíveis com a estética e a envolvente urbana e quando as condições de localização dos mesmos não permitam ou dificultem outras soluções;

b) As inscrições ou pinturas murais em monumentos, edifícios religiosos, sedes de autarquias locais, sinais de trânsito, placas de trânsito, placas de sinalização rodoviária, interior de serviços públicos, centros históricos;

c) Grafitos, afixações e outras formas de alteração, ainda que temporária, das características originais de superfícies exteriores de edifícios, pavimentos, passeios, muros e outras infraestruturas, exceto quando devidamente licenciadas pela Câmara Municipal de Almeida, nos termos do Decreto-Lei n.º 61/2013, de 23 de agosto;

d) As faixas de pano, papel, plástico ou qualquer outro material similar, situadas em espaço do domínio público ou domínio privado, ainda que autorizadas por outras entidades;

e) Cartazes e afins, afixados sem suporte autorizado, através de perfuração, colagem ou outros meios semelhantes;

f) A ocupação do espaço público com instalações que perturbem a visibilidade das montras dos estabelecimentos comerciais, salvo se instalada pelo proprietário dos mesmos;

g) A instalação de publicidade em construções não licenciadas;

h) A publicidade em estabelecimento comercial ou ocupação do espaço público solicitada pelo proprietário, sem que o estabelecimento se encontre devidamente licenciado;

i) É proibida a utilização, em qualquer caso, de materiais que não sejam biodegradáveis na elaboração, afixação e inscrição de mensagens de publicidade.

Artigo 11.º

Publicidade nas Vias Municipais

1 – Sem prejuízo do disposto nos artigos anteriores, a publicidade a afixar nas imediações das vias municipais fora dos aglomerados urbanos, desde que não visível a partir das estradas nacionais, terá que observar os seguintes condicionalismos:

a) Nas estradas municipais terá que ser colocada a uma distância mínima de 15 m do limite exterior da faixa de rodagem, medida na horizontal;

b) Nos caminhos municipais, terá que ser colocada a uma distância mínima de 10 m do limite exterior da faixa de rodagem, medida na horizontal;

c) Em caso de proximidade de cruzamento ou entroncamento com outras vias de comunicação, terá que ser colocada a uma distância mínima de 25 m do limite exterior da faixa de rodagem, medida na horizontal;

2 — Estão excluídas dos condicionalismos expressos no número anterior, as mensagens publicitárias com interesse turístico reconhecido nos termos do Decreto Regulamentar n.º 22/98, de 21 de setembro;

3 — Estão igualmente excluídas dos condicionalismos indicados, as mensagens publicitárias que se destinem a identificar edifícios ou estabelecimentos públicos ou particulares, desde que as mesmas sejam inscritas ou afixadas nos mesmos.

CAPÍTULO III

Procedimentos Aplicáveis

Artigo 12.º

Disposições Gerais

1 — A ocupação do espaço público está sujeita aos procedimentos de mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo, nos termos do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, ou a licenciamento ou concessão nos termos do regime geral de ocupação do espaço público, conforme regulado nos artigos seguintes.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias está sujeita ao regime de licenciamento.

Artigo 13.º

Regimes aplicáveis à ocupação do espaço público

1 — O interessado na exploração de um estabelecimento deve usar o «Balcão do empreendedor» para declarar que pretende ocupar o espaço público, entendido como a área de acesso livre e de uso coletivo afeta ao domínio público das autarquias locais, para algum ou alguns dos seguintes fins:

- a) Instalação de toldo e respetiva sanefa;
- b) Instalação de esplanada aberta;
- c) Instalação de estrado e guarda-ventos;
- d) Instalação de vitrina e expositor;
- e) Instalação de suporte publicitário, nos casos em que é dispensado o licenciamento da afixação ou da inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial;
- f) Instalação de arcas e máquinas de gelados;
- g) Instalação de brinquedos mecânicos e equipamentos similares;
- h) Instalação de floreira;
- i) Instalação de contentor para resíduos.

2 — Aplica-se o regime da mera comunicação prévia no “Balcão do Empreendedor”, à declaração referida no número anterior, caso as características e localização do mobiliário urbano respeitem os seguintes limites:

a) No caso dos toldos e das respetivas sanefas, das floreiras, das vitrinas, dos expositores, das arcas e máquinas de gelados, dos brinquedos mecânicos e dos contentores para resíduos, quando a sua instalação for efetuada junto à fachada do estabelecimento;

b) No caso das esplanadas abertas, quando a sua instalação for efetuada em área contígua à fachada do estabelecimento e a ocupação transversal da esplanada não exceder a largura da fachada do respetivo estabelecimento;

c) No caso dos guarda-ventos, quando a sua instalação for efetuada junto das esplanadas, perpendicularmente ao plano marginal da fachada e o seu avanço não ultrapassar o da esplanada;

d) No caso dos estrados, quando a sua instalação for efetuada como apoio a uma esplanada e não exceder a sua dimensão;

e) No caso dos suportes publicitários:

i) Quando a sua instalação for efetuada na área contígua à fachada do estabelecimento e não exceder a largura da mesma; ou

ii) Quando a mensagem publicitária for afixada ou inscrita na fachada ou em mobiliário urbano referido nas alíneas anteriores.

3 – A mera comunicação prévia referida no número anterior consiste numa declaração que permite ao interessado proceder imediatamente à ocupação do espaço público, após o pagamento das taxas devidas.

4 – Aplica-se o regime da comunicação prévia com prazo no “Balcão do Empreendedor”, à declaração prevista no n.º 1 do presente artigo, caso as características e a localização do mobiliário urbano não respeitem os limites mencionados no n.º 2 deste artigo;

5 – A ocupação do espaço público para fins distintos dos mencionados no n.º 1 do presente artigo, está sujeita a licenciamento, nos termos do regime geral de ocupação do domínio público das autarquias locais e do presente regulamento, não podendo as correspondentes pretensões ser submetidas no “Balcão do Empreendedor”;

6 – Compete ao interessado proceder no “Balcão do Empreendedor” às demais comunicações e atualizações de dados, exigidas pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, no que se refere às utilizações previstas no n.º 1 do presente artigo.

7 – Pela ocupação do espaço público para os fins previsto no n.º 1 do presente artigo, será devida uma taxa, cobrada em função da área a utilizar, nos termos do disposto no Regulamento de Taxas, Licenças e Prestação de Serviços em vigor no Município e divulgadas no “Balcão do Empreendedor”.

Artigo 14.º

Elementos que integram a Comunicação Prévia

1 – Sem prejuízo de outros elementos identificados em portaria dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da modernização administrativa, das autarquias locais e da economia, a mera comunicação prévia referida no artigo anterior contém:

a) A identificação do titular da exploração do estabelecimento, com menção do nome ou firma e do número de identificação fiscal;

b) O endereço da sede da pessoa coletiva ou do empresário em nome individual;

c) O endereço do estabelecimento ou armazém e o respetivo nome ou insígnia;

d) A indicação do fim pretendido com a ocupação do espaço público;

e) A identificação das características e da localização do mobiliário urbano a colocar;

f) A declaração do titular da exploração de que respeita integralmente as obrigações legais e regulamentares sobre a ocupação do espaço público.

2 – Nos 10 dias subsequentes à data da apresentação da mera comunicação prévia poderão ser solicitados ao interessado elementos essenciais à apreciação da mesma, dispondo o interessado do prazo de 10 dias para suprir a falta;

3 – As comunicações prévias com prazo referidas no artigo anterior têm de ser acompanhadas de todos os elementos considerados obrigatórios e identificados em portaria dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da modernização administrativas, das autarquias locais e da economia, conforme o disposto no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril;

4 – As comunicações prévias com prazo só se consideram entregues quando estiverem acompanhadas de todos os elementos referidos no número anterior e estiverem pagas as taxas devidas.

Artigo 15.º

Instrução do Pedido de Licenciamento de Ocupação do Espaço Público e de Mensagens Publicitárias

1 – Aplica-se o regime geral de licenciamento a todas as situações não abrangidas pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, sendo as respetivas pretensões, apresentadas através de requerimento dirigido ao Sr. Presidente da Câmara de Almeida, acompanhado dos seguintes elementos:

a) Documento comprovativo de que é proprietário, possuidor, locatário, mandatário ou titular de qualquer outro direito sobre o bem no qual se pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária ou que se baseie a sua pretensão de ocupação do espaço público;

b) Memória descritiva detalhada, com indicação dos materiais, forma e cores;

c) Planta de localização à escala 1:1000 com indicação do local pretendido;

d) Indicação da área total que pretende ocupar;

e) Fotografia a cores e com sinalização do local pretendido, englobando toda a fachada onde se pretende a instalação, quando se trate de reclames;

f) Desenho do suporte publicitário, com indicação da forma, materiais a utilizar, dimensões para afixação, ou fotomontagem/fotocomposição esclarecedora da situação final pretendida, apresentada em formato A4 ou A3, quando entregue em suporte de papel. Em ambos o caso tem de indicar o resumo dos textos/mensagem a projetar;

g) Plantas de localização, com indicação, tão precisa quanto possível, do edifício previsto para a afixação, bem como do suporte/dispositivo e onde será afixado;

h) Declaração emitida pelo requerente em como este se responsabiliza por quaisquer danos emergentes causados ao Município ou a terceiros;

2 – O requerimento para a obtenção de licença para a distribuição de impressos na via pública, para além do nome, identificação fiscal do requerente e período de distribuição, terá que ser acompanhado de um exemplar dos mesmos;

3 – O licenciamento para afixação de cartazes fica apenas dependente de pedido a efetuar à Câmara Municipal de Almeida, para efeitos de registo, arquivo e licenciamento, tendo a comunicação que ser acompanhada de 1 exemplar do cartaz ou da maquete do mesmo;

4 – O pedido de licenciamento deve ser requerido com a antecedência mínima de 30 dias em relação à data pretendida;

5 – Poderão ainda ser exigidos outros elementos considerados necessários para uma melhor compreensão do que é pretendido.

6 – A falta de apresentação dos elementos, esclarecimentos ou indicações solicitadas, dentro do prazo concedido, implicará o indeferimento liminar do processo e o consequente arquivamento.

Artigo 16.º**Condições de Indeferimento**

1 – Constituem motivo de indeferimento do pedido de licenciamento a violação de disposições legais e regulamentares e ou de normas técnicas gerais e específicas que sejam aplicáveis, bem como a verificação de impedimentos e proibições previstas neste e noutros regulamentos e diplomas legais;

2 – Previamente à decisão de indeferimento do pedido de licenciamento proceder-se-á à audiência dos interessados, de acordo com o previsto no Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 17.º**Decisão Final**

1 – A decisão final sobre o pedido de licenciamento deve ser notificada por escrito no prazo de 30 dias, contado da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à tomada de decisão, nos termos do disposto no presente regulamento;

2 – No caso de deferimento a licença consubstancia-se na notificação da decisão que é título bastante, desde que acompanhada do comprovativo de pagamento da taxa respetiva, constante na Tabela do Regulamento de Taxas, Licenças e Prestação de Serviços da Câmara Municipal de Almeida.

CAPÍTULO IV**Deveres do Titular do Direito****Artigo 18.º****Obrigações do Titular**

1 – O titular da licença de publicidade e outras utilizações do espaço público fica vinculado às seguintes obrigações:

- a) Cumprir as disposições legais e as contidas no presente Regulamento;
- b) Não pode proceder à modificação dos elementos tal como aprovados ou a alterações da demarcação efetuada;
- c) Não pode proceder à transmissão da licença a outrem, salvo mudança de titularidade autorizada;
- d) Não pode proceder à cedência da utilização da licença a outrem, mesmo que temporariamente;
- e) Deve retirar a mensagem e o respetivo suporte, bem como os elementos de ocupação do espaço público, no prazo de 5 dias a contar do termo da licença;
- f) Deve repor a situação existente no local, tal como se encontrava antes da instalação do suporte da afixação ou inscrição da mensagem publicitária, da utilização com o evento publicitário ou da ocupação do espaço público, procedendo às obras de reparação necessárias, findo o prazo da licença;
- g) Deve prestar caução quando, estejam em causa intervenções que interfiram com calçadas, infraestruturas, ou com outros elementos naturais ou construídos de responsabilidade municipal, compatível com a intervenção em causa e em função dos valores constantes da tabela anexa ao Regulamento de Taxas, licenças e Prestação de Serviços do Município de Almeida;
- h) Deve acatar as determinações da Câmara Municipal de Almeida e das autoridades policiais, dadas presencialmente em sede de fiscalização ou formalmente comunicadas por notificação, quando exista qualquer violação ao teor da licença ou às disposições legais ou contidas neste Regulamento;
- i) Colaborar com a Câmara Municipal de Almeida, procedendo à remoção temporária da ocupação do espaço público para a realização de eventos públicos promovidos pelo Município de Almeida, sempre que tal lhe seja solicitado.

2 – A segurança, a vigilância e o bom funcionamento dos suportes publicitários e demais equipamentos incumbem ao titular da licença;

3 – O titular da licença deve proceder com prontidão adequada, à realização de obras de conservação que se tornem necessárias, no âmbito do disposto na alínea f) do anterior ponto n.º 1, necessitando, as mesmas, de licenciamento sempre que ocorra alteração das condições estabelecidas no licenciamento inicial;

4 – Caso o titular não proceda à realização das obras mencionadas no número anterior, a Câmara Municipal pode notificar o mesmo para que execute os trabalhos necessários à conservação;

5 – Se, decorrido o prazo fixado na notificação, referida no número anterior, o titular não tiver procedido à execução dos trabalhos que lhe tenham sido impostos, caberá aos serviços da Câmara Municipal proceder à sua remoção, a expensas do titular da licença, sem prejuízo da instauração do competente processo de contraordenação;

6 – Sem prejuízo do disposto nos números anteriores, carece de autorização prévia a realização de obras de conservação em elementos do mobiliário urbano, suportes publicitários e demais equipamentos de apoio, propriedade do Município;

7 – Sem prejuízo das obrigações legais, em matéria de comportamentos ambientais corretos, que impendem sobre a generalidade dos cidadãos, relativamente à higiene e limpeza pública, constitui obrigação do titular da licença a manutenção das mesmas, no espaço circundante;

8 – As obrigações constantes do presente artigo aplicam-se, com as devidas adaptações aos demais procedimentos constantes do presente Regulamento que sigam a tramitação de mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo;

CAPÍTULO V

Ocupação do Espaço Público, Afixação, Inscrição e Difusão de Publicidade

Artigo 19.º

Noções

1 – Para efeitos do estipulado no presente Regulamento entende-se por:

a) Atividade publicitária – Conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários;

b) Alpendre ou pala – Elementos rígidos de proteção contra agentes climatéricos com, pelo menos, uma água, fixos aos paramentos das fachadas e aplicáveis a vãos de portas, janelas, montras de edifícios ou estabelecimentos comerciais;

c) Anúncio eletrónico – Sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo e similares;

d) Anúncio iluminado – Suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;

e) Anúncio luminoso – Suporte publicitário que emita luz própria;

f) Aparelho de ar condicionado (sistema de climatização) – Equipamentos combinados de forma coerente com vista a satisfazer um ou mais dos objetivos da climatização (arrefecimento, ventilação, aquecimento, humedificação, desumidificação e purificação do ar);

g) Área contígua, a aplicar no regime de mera comunicação prévia – Corresponde à área que não excede a largura da fachada do estabelecimento e que não se sobrepõe ao corredor pedonal do respetivo passeio;

h) Bandeirola – Suporte rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;

- i) Balão, insuflável e semelhantes — Todos os suportes que, para a sua exposição no ar, careçam de gás, podendo estabelecer-se a ligação ao solo por elementos de fixação;
- j) Campanhas publicitárias de rua — Meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional ou efêmero, que impliquem ações de rua e o contacto direto com o público, não sendo possível a distribuição de panfletos;
- k) Chapa — Suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não excede os 0,60 m e a máxima saliência não excede os 0,05 m, usualmente utilizada para assinalar escritórios, consultórios médicos ou outras atividades similares;
- l) Corredor pedonal — Percurso linear para peões, livre de obstáculos ou de qualquer elemento urbano, preferencialmente salvaguardado na parcela interior dos passeios, com uma largura não inferior a 1,50 m;
- m) Equipamento urbano — Conjunto de elementos instalados no espaço público com função específica de assegurar a gestão das estruturas e sistemas urbanos, nomeadamente sinalização viária, semaforica, vertical, horizontal e informativa (direcional e de pré-aviso), candeeiros de iluminação pública, armários técnicos, guardas metálicas, pilaretes e outros elementos congêneres;
- n) Espaço público — Toda a área não edificada, de livre acesso, infraestruturas e espaços verdes e de utilização coletiva;
- o) Esplanada aberta — Instalação no espaço público de mesas, cadeiras, guarda-ventos, guarda-sóis, estrados, floreiras, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano, sem qualquer tipo de proteção fixa ao solo, destinada a apoiar estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares ou empreendimentos turísticos;
- p) Esplanada fechada — Esplanada integralmente protegida dos agentes climatéricos, mesmo que, qualquer dos elementos da estrutura/cobertura seja rebatível, extensível ou amovível;
- q) Expositor — Estrutura própria para apresentação de produtos comercializados no interior do estabelecimento, instalada no espaço público;
- r) Fachada lateral ou empena cega — Fachada lateral de um edifício, sem janelas, a qual confina com o espaço público ou privado;
- s) Floreira — Vaso ou recetáculo para plantas, destinado ao embelezamento, marcação ou proteção do espaço público;
- t) Guarda-vento — Armação que protege o espaço ocupado por uma esplanada do vento;
- u) Letras soltas ou símbolos — Mensagem publicitária não luminosa, diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;
- v) Letreiro — Dispositivo publicitário constituído por letras ou símbolos recortados, fixos aos paramentos das fachadas;
- w) Mobiliário urbano — Todas as coisas instaladas, projetadas ou apoiadas no espaço público, destinadas a uso público, que prestam um serviço coletivo ou que complementam uma atividade, ainda que de modo sazonal ou precário;
- x) Ocupação do espaço público — Qualquer implantação, ocupação, utilização, difusão, instalação, afixação ou inscrição, promovida por suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público, no solo, espaço aéreo, fachadas, empenas e coberturas de edifícios;
- y) Pala — Elemento rígido, com estrutura autónoma, com predomínio da dimensão horizontal, fixo aos paramentos das fachadas, com função decorativa e de proteção contra agentes climatéricos, funcionando como suporte para afixação/inscrição de mensagens publicitárias;
- z) Pilaretes — Elementos metálicos ou de outro material inerte, fixos, rebatíveis ou retráteis, instalados no passeio ou outro tipo de espaço exterior, que têm como função a delimitação de espaço;

aa) Placa — Suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja dimensão não excede 1,50 m;

bb) Publicidade — Toda e qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal, com o objetivo direto ou indireto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, ideias, princípios, iniciativas ou instituições, que não tenham natureza política;

cc) Publicidade exterior — Todas as formas de comunicação publicitária previstas na alínea anterior quando destinadas e visíveis do espaço público;

dd) Publicidade sonora — Atividade publicitária que utilize o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária, emitida no espaço público, dele audível ou perceptível;

ee) Propaganda política — Atividade de natureza ideológica ou partidária de cariz não eleitoral que visa diretamente promover os objetivos desenvolvidos pelos seus subscritores;

ff) Quiosque — Elemento de mobiliário urbano de construção aligeirada, composto, de um modo geral, por uma base, um balcão, o corpo e a proteção;

gg) Sanefa — 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;

hh) Suporte publicitário — Meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária, nomeadamente, painel, outdoor, muppi, coluna publicitária, anúncio, reclamo, bandeira, moldura, placa, pala, faixa, bandeirola, pendão, cartaz, toldo, sanefa, vitrina, veículos e outros;

ii) Tabuleta ou bandeira — Suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios com mensagens publicitárias nas faces;

jj) Toldo — 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 e industriais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

kk) Mupi (Mobiliário Urbano de Publicidade e Informação) — Peça de mobiliário urbano biface, dotada de iluminação interior, concebida para servir de suporte à afixação de cartazes publicitários;

ll) Unidades móveis publicitárias — Veículos automóveis e outros meios de locomoção, veículos exclusivamente para o exercício da atividade publicitária;

mm) Vitrina — Mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, colocado na fachada dos estabelecimentos, onde se expõem objetos e produtos ou se afixam informações;

nn) Outros suportes publicitários — Todos os restantes veículos ou objetos utilizados para transmitir mensagens publicitárias não incluídos nas alíneas anteriores.

2 — Os suportes referidos no número anterior, independentemente da mensagem inscrita ter ou não natureza publicitária, estão sujeitos ao cumprimento do disposto no presente Regulamento.

Artigo 20.º

Condições de instalação e manutenção de um toldo e uma sanefa

1 — A instalação de um toldo e respetiva sanefa tem que respeitar as seguintes condições:

a) Em passeio de largura superior a 2 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio;

b) Em passeio inferior a 2 m, tem de deixar livre um espaço igual ou superior a 0,40 m em relação ao limite externo do passeio;

c) Observar uma distância do solo igual ou superior a 2,50 m, mas nunca acima do nível do teto do estabelecimento comercial a que pertença;

d) Não exceder um avanço superior a 3 m;

e) Não exceder os limites laterais pertencentes ao respetivo estabelecimento;

f) O limite inferior de uma sanefa tem que observar uma distância do solo igual ou superior a 2,5 m;

g) Nas áreas definidas como centro histórico, a distância mínima do toldo e ou sanefa, quando exista, ao solo terá que ser igual ou superior a 2,20 m;

h) Nas áreas definidas como centro histórico, os toldos e sanefa têm que ter a cor igual à porta e aros de caixilharia;

i) Não pode sobrepor-se a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo;

2 – O toldo e respetiva sanefa não podem ser utilizados para pendurar ou afixar qualquer tipo de objetos;

3 – A configuração do toldo terá que ter em conta o ambiente e a estética do local em que se situa o estabelecimento;

4 – O titular do estabelecimento é responsável pelo bom estado de conservação e limpeza do toldo e respetiva sanefa;

5 – O não cumprimento das características previstas na alínea g) do n.º 1, sujeita a pretensão ao procedimento de comunicação prévia com prazo, previsto no n.º 4 do artigo 12.º, do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, sendo a mesma apreciada tendo em consideração, nomeadamente, critérios de enquadramento estético e urbano.

Artigo 21.º

Esplanadas abertas – Condições Gerais

1 – A localização e funcionamento das esplanadas está sujeita a controlo da Câmara Municipal de Almeida e ao pagamento de uma taxa pela ocupação da via pública, que será cobrada nos termos do disposto na Tabela de Taxas, Licenças e Prestação de Serviços em vigor no Município de Almeida;

2 – A comunicação de abertura terá que ser efetuada através do balcão do empreendedor em www.portaldaempresa.pt, através de requerimento dirigido ao Presidente da Câmara Municipal de Almeida, com uma antecedência mínima de 30 dias em relação à data pretendida para a colocação da esplanada;

3 – A comunicação de abertura terá que ser acompanhada dos documentos de apresentação obrigatória:

a) Planta de localização à escala de 1/1000;

b) Fotografia, catálogo ou desenho do equipamento amovível a utilizar (mesas, cadeiras e chapéus de sol);

c) Fotografia a cores e com sinalização do local pretendido, englobando toda a fachada onde se pretende a instalação;

d) Memória descritiva referindo cores, materiais e restantes características;

e) Desenho indicando com precisão a área de implantação total requerida;

f) Cópia da licença de utilização do estabelecimento a que a esplanada se destina a apoiar;

g) Indicação da área total que pretende ocupar.

4 – A instalação de esplanadas obedece, também, ao disposto no Decreto-Lei n.º 163/2006, de 08 de agosto, que torna obrigatória a adoção de medidas de eliminação de barreiras arquitetónicas em

edifícios públicos, estabelecimentos e equipamentos de utilização pública e via pública, para melhoria da acessibilidade das pessoas com mobilidade condicionada;

5 – A instalação de esplanadas no interior ou exterior de bens imóveis classificados ou em vias de classificação, fica sujeita à autorização expressa do órgão competente, conforme os casos, observando-se o disposto na Lei n.º 107/2001, de 08 de setembro.

Artigo 22.º

Localização e enquadramento

1 – A ocupação do espaço público com esplanadas obedece às seguintes condições:

a) É permitida a instalação de esplanadas em passeios desde que garanta que um terço do perfil transversal dessas mesmas superfícies fique disponível para uso de peões, com um mínimo de 1,50 m;

b) Não pode exceder a fachada do respetivo estabelecimento, nem dificultar o acesso livre e direto ao mesmo em toda a largura do vão da porta, num espaço não inferior a 1,50 m;

c) Quando a fachada do estabelecimento for comum a outros estabelecimentos, é obrigatória a autorização escrita de todos os proprietários dos mesmos.

2 – Nos passeios com paragem de veículos de transportes coletivos de passageiros, não é permitida a instalação de esplanada aberta numa zona de 5 m para cada lado da paragem;

3 – Poderá ser aceite a instalação de esplanadas afastadas das fachadas dos respetivos estabelecimentos, desde que devidamente autorizadas pela Câmara Municipal de Almeida.

Artigo 23.º

Condições de Instalação

1 – A ocupação do espaço público com esplanadas contempla o espaço necessário para a instalação do mobiliário afeto à esplanada, bem como, o espaço mínimo imprescindível para a circulação do empregado de mesa e dos utilizadores;

2 – A ocupação do espaço público com esplanadas não pode exceder mais que 100 % da área do piso térreo do respetivo estabelecimento, salvo nos casos devidamente fundamentados, em que se verifique que a ocupação não colide com as restantes normas do presente regulamento;

3 – O mobiliário a utilizar nas esplanadas tem que apresentar qualidade em termos de desenho, materiais e construção.

Artigo 24.º

Prazos

1 – O prazo de ocupação do espaço público com esplanadas é indicado pelo requerente;

2 – A ocupação é sempre a título precário, podendo a Câmara Municipal de Almeida proceder ao seu cancelamento ou suspensão, quando tal se justifique, suspendendo-se igualmente os seus efeitos, pelo tempo necessário, perante evento organizado ou considerado relevante pela Autarquia, que careça do referido espaço;

3 – Na situação referida na parte final do número anterior, as taxas serão devolvidas no valor correspondente ao período não utilizado.

Artigo 25.º

Condicionantes

1 – Não são autorizadas as ocupações que, pelas suas características, possam provocar obstrução de panorâmicas, colidir com o equilíbrio estético local, impedir a normal circulação de viaturas e peões

ou ser a causa de prejuízos para terceiros, nomeadamente, no que respeita a segurança, salubridade e emissão de cheiros ou de ruídos;

2 – A Câmara Municipal de Almeida poderá definir e restringir, caso assim o entenda, limites da área a ocupar e horário de funcionamento diferentes do solicitado.

Artigo 26.º

Obrigações do titular da licença

Os proprietários das esplanadas ficam obrigados a:

a) Demarcar os limites da esplanada em conformidade com a área proposta observando as regras estabelecidas no presente regulamento. A demarcação terá que ser efetuada em tinta branca assinalando unicamente os cantos em forma de L e as linhas terem a dimensão de 0,50 m x 0,05 m;

b) Respeitar a área de distribuição da esplanada que se encontra licenciada, por forma a não prejudicar o trânsito ou a circulação de peões;

c) Proceder à limpeza dos passeios e das esplanadas abertas na parte ocupada e na área dos passeios envolventes numa faixa contígua a 3 m;

d) Respeitar o horário de funcionamento atribuído no licenciamento;

e) Não emitir sons do interior do estabelecimento para a esplanada através de altifalantes ou equipamentos análogos, exceto em situações extraordinárias e devidamente fundamentadas, e mediante a emissão de licença especial de ruído por parte da Câmara Municipal de Almeida.

Artigo 27.º

Máquinas de Venda Automática

A colocação de máquinas de venda automática no exterior dos estabelecimentos, sempre que se verifique a ocupação do espaço público, carece de licença não podendo, todavia, prejudicar a circulação de peões e terá que salvaguardar o ambiente e a estética dos respetivos locais.

Artigo 28.º

Condições de instalação de estrados

1 – É permitida a instalação de estrados como apoio a uma esplanada, quando o desnível do pavimento ocupado pela esplanada for superior a 5 % de inclinação;

2 – Os estrados têm que ser amovíveis e construídos, preferencialmente, em módulos de madeira;

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

4 – Nas zonas definidas como zonas históricas, os estrados não podem exceder a cota máxima da soleira da porta do respetivo estabelecimento;

5 – Sem prejuízo do disposto no n.º 2 do artigo 11 do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril e do disposto no artigo 8.º do presente regulamento, na instalação de estrados são salvaguardadas as condições de segurança da circulação pedonal, especialmente a acessibilidade dos cidadãos com mobilidade reduzida, nos termos da legislação em vigor.

Artigo 29.º

Condições de instalação de um guarda-vento

1 – O guarda-vento tem que ser amovível e instalado exclusivamente durante o horário de funcionamento do respetivo estabelecimento;

2 – A instalação de um guarda-vento tem que ser feita nas seguintes condições:

- a) Junto de esplanadas, perpendicularmente ao plano marginal da fachada;
- b) Não ocultar referências de interesse público, nem prejudicar a segurança, salubridade e boa visibilidade local ou as árvores porventura existentes;
- c) Não exceder 2 m de altura contados a partir do solo;
- d) Sem exceder 3,5 m de avanço, nunca podendo exceder o avanço da esplanada junto da qual está instalado;
- e) Garantir no mínimo 0,05 m de distância do seu plano inferior ao pavimento, desde que não tenha ressaltos superiores a 0,02 m;
- f) Utilizar vidros inquebráveis, lisos e transparentes, que não excedam as seguintes dimensões:
 - i) Altura: 1,35 m
 - ii) Largura: 1 m;
- g) A parte opaca do guarda-vento, quando exista, não pode exceder 0,60 m contados a partir do solo;
- h) Tem que se respeitar uma distância igual ou superior a:
 - i) 0,80 m entre o guarda-vento e outros estabelecimentos, montras e acessos
 - ii) 2 m entre o guarda-vento e outro mobiliário urbano;

3 – Nas zonas definidas como zonas históricas, o material de que é constituído o guarda-vento tem que estar de harmonia com o restante mobiliário urbano da esplanada na qual se insere.

Artigo 30.º

Condições de instalação de uma vitrina

Na instalação de uma vitrina têm que se respeitar 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 tem que ser igual ou superior a 1,40 m;
- c) Não pode exceder 0,15 m de balanço em relação ao plano da fachada do edifício.

Artigo 31.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, tendo que ser respeitadas 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 1,5 m de altura a partir do solo;
- e) Reservar uma altura mínima de 0,20 m contados a partir do plano inferior do expositor ao solo ou 0,40 m quando se trate de um expositor de produtos alimentares.

Artigo 32.º**Condições de instalação de uma máquina ou arca de gelados**

1 — Na instalação de uma arca ou máquina de gelados têm que ser respeitadas as seguintes condições de instalação:

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

2 — O proprietário/usufrutuário do estabelecimento tem que garantir a manutenção da arca ou máquina de gelados por forma a estar permanentemente em boas condições;

3 — Nas áreas delimitadas como zona histórica, não é permitida a colocação de arcas ou máquinas de gelados no espaço público.

Artigo 33.º**Condições de instalação e manutenção de uma floreira**

1 — A instalação de uma floreira só pode ser feita observando o disposto no artigo 8.º do presente regulamento;

2 — As plantas utilizadas na floreira não podem ter espinhos ou bagas venenosas;

3 — O titular do estabelecimento a que pertença a floreira tem que proceder à sua limpeza, rega e substituição das plantas, se necessário.

Artigo 34.º**Situações especiais**

Em situações especiais devidamente fundamentadas, poderá a Câmara Municipal de Almeida dispensar alguns dos requisitos previstos no presente capítulo, nomeadamente por razões de interesse público.

Artigo 35.º**Condições de Instalação de Suporte publicitário**

1 — A instalação de um suporte publicitário tem que respeitar as seguintes condições:

- a) Em passeio de largura superior a 1,50 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio;
- b) Tem de ser contíguo à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
- c) Em passeios com largura igual ou inferior a 1,50 m, não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

Artigo 36.º**Condições de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias
de natureza comercial em mobiliário urbano**

1 — É permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano;

2 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial numa esplanada, tem que se limitar ao nome comercial do estabelecimento, ou a mensagem comercial relacionada com bens ou serviços comercializados no estabelecimento, ou ao logótipo da marca comercial;

3 – Nas áreas delimitadas como zona histórica, as mensagens publicitárias referidas no ponto anterior têm que se limitar a ser afixadas ou inscritas nas costas das cadeiras, com as dimensões máximas de 0,10 m x 0,05 m, e nas abas dos pendentes dos guarda-sóis e nas sanefas dos toldos, com as dimensões máximas de 0,20 m x 0,10 m, por cada nome ou logótipo.

Artigo 37.º

Condições de Aplicação de Chapas

1 – A colocação de chapas não pode ocultar quaisquer elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas;

2 – A dimensão das chapas não pode exceder o máximo de 0,60 m. Excecionalmente, quando devidamente justificado, poderão ser admissíveis dimensões ligeiramente diferentes;

3 – As chapas não podem ser colocadas acima do nível do 1.º piso dos edifícios;

4 – As chapas de proibição de afixação de anúncios são colocadas, preferencialmente, nos cunhais dos edifícios, mas nunca próximo das que designam arruamentos, e as suas dimensões não podem exceder 0,20 m x 0,15 m.

Artigo 38.º

Condições de Aplicação de Placas

1 – A colocação de placas não pode exceder a altura dos gradeamentos ou zonas vazadas em varandas;

2 – Estes suportes publicitários não podem ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas;

3 – A dimensão das placas não podem exceder o máximo de 1,50 m x 0,50 m e máxima saliência de 0,10 m. Excecionalmente, quando devidamente justificado (por exemplo, atendendo à dimensão do vão onde a placa será colocada), poderão ser admissíveis dimensões ligeiramente diferentes;

4 – O intervalo mínimo entre as placas de anunciantes diferentes tem de ser de 1,00 m, exceto quando tal não seja física ou materialmente possível.

Artigo 39.º

Condição de Aplicação de Tabuletas

1 – A dimensão das tabuletas não pode exceder 0,50 m x 0,50 m. Excecionalmente, quando devidamente justificado, poderão ser admissíveis dimensões ligeiramente diferentes;

2 – Em cada edifício não pode ser afixada mais que uma tabuleta, exceto se no edifício for exercida mais que uma atividade, caso em que o intervalo entre tabuletas terá que ser de 3 m, exceto se física ou materialmente impossível;

3 – As tabuletas não podem distar menos que 2,50 m do solo, com exceção das áreas delimitadas como zona histórica, em que a distância mínima do solo a salvaguardar é de 2,20 m;

4 – Não pode ser excedido o balanço de 0,70 m em relação ao plano marginal do edifício.

Artigo 40.º

Condições de Aplicação de Letras Soltas ou Símbolos

1 – A aplicação de letras soltas ou símbolos tem de 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) Tem que ter em atenção a forma e a escala, de modo a respeitar a integridade estética dos próprios edifícios;

d) Se este tipo de suporte publicitário se encontrar a menos de 2,50 m de altura relativamente ao solo, não pode registar quaisquer arestas vivas ou elementos cortantes.

Artigo 41.º

Painéis, Outdoors, Mupis e Semelhantes

1 – Este tipo de suporte publicitário não pode ser afixado em edifícios, salvo nos casos excecionais previstos no n.º 3 do presente artigo, nem ser colocado em frente aos vãos dos mesmos;

2 – Quando afixados em tapumes, vedações ou elementos congéneres, os painéis têm que estar nivelados;

3 – Excecionalmente, podem ser colocados painéis em empenas cegas de edifícios, nas seguintes condições:

a) A altura total não pode ultrapassar a linha inferior do beirado nem alterar a forma e contorno dos edifícios;

b) Tem que ser prevista uma distância segura que impeça o batimento na parede, ocasionado pela sua oscilação;

c) O pedido de licenciamento, nestes casos, terá que ser instruído com a respetiva autorização do condomínio do edifício em causa;

4 – A estrutura de suporte tem que ser sempre metálica e na cor que melhor se enquadre no ambiente e estética circundantes;

5 – No canto inferior direito será colocada uma placa identificativa da entidade requerente, contendo o seu nome, contacto telefónico, bem como o número do alvará de licença;

6 – Uma vez deferido o pedido, o levantamento da respetiva licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil, com plena assunção de responsabilidades por todos os danos resultantes da instalação, assumidos pelo titular da licença, assumindo, ainda, a manutenção dos respetivos suportes publicitários.

Artigo 42.º

Dimensão dos Painéis e Outdoors

1 – Os painéis têm que possuir as seguintes dimensões:

a) 4 m de largura por 3 m de altura

b) 8 m de largura por 3 m de altura

c) 2,4 m de largura por 1,75 de altura

2 – Poderão ser licenciados, excecionalmente, painéis com dimensões distintas dos indicados no ponto anterior, desde que não afetem o ambiente e a estética dos locais pretendidos e respetivos espaços envolventes;

3 – A distância entre a moldura inferior de cada painel e o solo não pode ser inferior a 2,5 m.

Artigo 43.º

Condições de utilização dos Mupis

1 – A instalação deste tipo de suporte publicitário tem que salvaguardar a segurança e integridade das pessoas e bens, nomeadamente nas condições de circulação pedonal e rodoviária;

2 – Tem, ainda, que ser salvaguardada uma largura mínima de passeio de 2,40 m e uma distância mínima ao lancil de 0,60 m.

Artigo 44.º

Prazos

Os suportes publicitários não podem manter-se no local sem publicidade, por mais de 30 dias seguidos, tendo o respetivo titular que proceder, no prazo de 10 dias após notificado, à sua remoção, sob pena de ser a Câmara Municipal a proceder à mesma, a expensas do titular da licença.

Artigo 45.º

Condições de Instalação de Bandeiras

1 – As bandeiras têm que permanecer oscilantes, só podendo ser colocadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado interior do poste;

2 – A dimensão máxima das bandeiras tem que ser de 0,80 m de comprimento e 1,40 m de altura;

3 – A distância entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente da bandeira tem que ser igual ou superior a 2 m;

4 – A distância entre a parte inferior da bandeira e o solo tem que ser igual ou superior a 3 m;

5 – A distância entre bandeiras afixadas ao longo das vias tem que ser igual ou superior a 20 m;

6 – A colocação de bandeiras fica confinada à instalação dentro da propriedade onde se localiza o estabelecimento ou, exceção, em espaço público apenas no caso de eventos efémeros promovidos pelo Estado, seus institutos, organismos autónomos personalizados, bem como as demais pessoas coletivas de direito público.

Artigo 46.º

Condições de Aplicação de Cartazes, Dísticos Colantes e Outros Semelhantes

Só podem ser afixados cartazes, dísticos colantes e outros em locais do domínio público ou privado devidamente autorizados para o efeito.

Artigo 47.º

Condições de Instalação de Anúncios Luminosos, Iluminados, Eletrónicos e Semelhantes

1 – Os anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes têm que ser colocados sobre as saliências das fachadas e respeitar as seguintes condições:

a) O balanço total não pode exceder 2 m, sendo que nas áreas delimitadas como zona histórica não pode exceder 0,60 m;

b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser menor que 2,50 m. Caso o balanço não exceda 0,15 m a distância entre a parte inferior do anúncio e o solo não pode ser menor que 2 m;

c) No caso de anúncios iluminados, a distância mínima ao solo da fonte de iluminação não pode ser inferior a 2,50 m, salvaguardando-se as restantes normas para o tipo de suporte publicitário em causa;

d) Nas Zonas Históricas a distância mínima ao solo da fonte de iluminação, será de 2,20 m para edifícios onde a norma anterior não se possa aplicar;

2 – As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes, instalados nas fachadas de edifícios e em espaço público, têm que ficar, tanto quanto possível, encobertas e ser pintadas com a cor que lhes dê o menor destaque. Quando as estruturas ou suportes antes referidos

forem instalados em edifícios e espaços afetos ao domínio público, têm que o ser na cor mais adequada ao ambiente e estética local;

3 – Após deferimento do pedido, o levantamento da respetiva licença fica condicionado à entrega de documento comprovativo de ter sido celebrado seguro de responsabilidade civil, sendo o titular da licença responsável por todos e quaisquer danos emergentes da instalação e manutenção dos suportes publicitários;

4 – No caso de os suportes publicitários mencionados no presente artigo estarem sujeitos apenas ao procedimento de mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo, terá que o respetivo proprietário/usuário do estabelecimento ser detentor dos documentos referidos no número anterior.

Artigo 48.º

Licenciamento de Unidades Móveis Publicitárias

1 – No caso de veículos que não estejam afetos unicamente à atividade publicitária, mas sobre os quais se manifeste a intenção de afixar ou instalar publicidade, as condições de licenciamento são as fixadas pelo IMT – Instituto de Mobilidade e dos Transportes, I. P.;

2 – As unidades móveis publicitárias podem recorrer à utilização de material sonoro, desde que sejam respeitados os limites previstos na Lei do ruído, o qual não é, contudo, permitido quando o veículo se encontre estacionado dentro de aglomerados urbanos;

3 – As unidades móveis publicitárias não podem, em caso algum, permanecer estacionadas no mesmo local público por período superior a 3 horas;

4 – A publicidade por inscrição, afixação ou difusão de mensagens em unidades móveis publicitárias está sujeita, pelas dimensões das inscrições, ao estabelecido no Regulamento de Taxas, Licenças e Prestação de Serviços do Município de Almeida.

Artigo 49.º

Condições e Restrições de Difusão de Mensagens Publicitárias Sonoras

1 – A difusão de publicidade através de meios sonoros fixos ou móveis é objeto de licenciamento temporário, e tem que ser observado o disposto na respetiva Lei do ruído;

2 – No caso de se tratar de publicidade sonora prevista na alínea b) do n.º 3 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, na atual redação, é aplicável o seguinte:

a) 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;

b) A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial apenas pode ocorrer:

i) No período compreendido entre as 9 e as 20 horas;

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

CAPÍTULO VI

Fiscalização, Contraordenações, Sanções e Disposições Finais

Artigo 50.º

Fiscalização

1 – Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, nomeadamente, à Autoridade de Segurança Alimentar e Económica, nos termos do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, incumbe aos serviços municipais competentes a fiscalização do disposto no presente Regulamento;

2 – Os serviços de fiscalização, mediante eventual recurso às forças de segurança, poderão acionar medidas cautelares para impedir o desaparecimento de provas.

Artigo 51.º

Ocupação Ilícita do Espaço Público

1 – O Presidente da Câmara pode, notificado o infrator, ordenar a remoção ou por qualquer forma a inutilização dos elementos que ocupem o espaço público em violação das disposições do presente regulamento;

2 – O Presidente da Câmara, notificado o infrator, é igualmente competente para ordenar o embargo ou demolição de obras quando contrariem o disposto no presente regulamento;

3 – As quantias relativas às despesas realizadas nos termos dos números anteriores, incluindo quaisquer indemnizações ou sanções pecuniárias que o Município tenha que suportar para o efeito, são de conta do infrator;

4 – Quando as quantias devidas nos termos do número anterior não forem pagas, decorridos 30 dias da respetiva notificação, são cobradas judicialmente em processo de execução fiscal, servindo de título executivo certidão passada pelos serviços competentes, comprovativa das despesas efetuadas.

Artigo 52.º

Regime Contraordenacional

1 – Constituem contraordenações puníveis com coima, as situações tipificadas na Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, na atual redação, e no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, aplicando-se ao montante das coimas e às sanções acessórias o disposto nos diplomas referidos, consoante estejam em causa infrações praticadas no âmbito de um ou de outro;

2 – Constitui ainda contraordenação punível com coima de € 350 a € 2.500, no caso de pessoa singular, e de € 1.000 a € 7.500, no caso de pessoa coletiva, a ocupação de espaço público em condições diferentes das previstas no presente regulamento;

3 – A negligência é sempre punível;

4 – Às regras processuais aplica-se o disposto no Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, na atual redação;

5 – Sempre que se verifique a violação ao disposto no Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, na atual redação, a Câmara Municipal, tem que as comunicar ao Instituto do Consumidor, em conformidade com o disposto no artigo 37.º e para os efeitos no preceituado nos artigos 38.º e 39.º daquele diploma legal ou, em caso de alterações, nos termos da legislação subsequente;

6 – Compete ao Presidente da Câmara ou ao Vereador com Competência delegada determinar a instauração e decidir sobre os processos contraordenacionais que, por lei, sejam da sua competência;

7 – O produto das coimas reverte, nos termos do n.º 2 do artigo 29.º da Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, na totalidade, para a Câmara Municipal de Almeida.

Artigo 53.º

Responsabilidade

1 – Respondem pelo desrespeito às normas estabelecidas no presente regulamento, os proprietários ou exploradores dos estabelecimentos comerciais, bem como os titulares de licenças de publicidade ou as empresas cujos produtos ou atividades sejam publicitadas;

2 – Caso a publicidade não tenha sido licenciada, respondem pelos ilícitos:

a) Os exploradores dos estabelecimentos onde as mensagens estejam afixadas;

b) No caso de inserida em dispositivos mencionados nos artigos 33.º a 49.º ou não afixadas em estabelecimentos, as entidades, pessoas singulares ou coletivas, expressamente aí indicadas;

3 – Os anunciantes, os profissionais, as agências de publicidade e qualquer outra entidade, que exerçam a atividade publicitária, bem como os titulares dos suportes publicitários utilizados ou os respetivos concessionários, respondem também civil e solidariamente, nos termos gerais, pelos prejuízos causados a terceiros em resultado da difusão de mensagens publicitárias ilícitas.

Artigo 54.º

Normas supletivas, transitórias e casos omissos

1 – Em tudo o que não estiver disposto no presente regulamento, aplicar-se-ão as disposições constantes do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, e legislação conexas, bem como as disposições da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, da Lei n.º 34/2015, de 27 de abril, todos na atual redação, e demais legislação em vigor sobre as matérias objeto do presente regulamento;

2 – As dúvidas suscitadas na aplicação das disposições contidas no presente regulamento, serão resolvidas por deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 55.º

Entrada em Vigor

O presente regulamento entra em vigor 10 dias após a sua publicação no *Diário da República*.

318822338