

**Declaração de Compromisso a que se reporta a Cláusula 14 do Regulamento do Apoio Técnico à Habitação no Município do Corvo**

F....., abaixo assinado, declara, por este meio, para os devidos e legais efeitos, sob compromisso de honra, que reúne todas as condições, de facto e de direito, previstas no Regulamento do Apoio Técnico à Habitação no Município do Corvo para poder beneficiar dos apoios nele contemplados, obrigando-se, por esta forma, a respeitar integralmente todas as condições no mesmo Regulamento estabelecidas para a percepção do apoio técnico requerido.

(Data e assinatura)

**CÂMARA MUNICIPAL DA COVILHÃ**

**Edital n.º 490/2005 (2.ª série) — AP.** — João Manuel Proença Esgalhado, vereador a tempo inteiro da Câmara Municipal da Covilhã:

Torna público que a Assembleia Municipal, em sessão ordinária de 1 de Julho de 2005, no uso da competência que lhe é cometida pela alínea *a*) do n.º 2 do artigo 53.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, alterada e republicada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro, aprovou o Regulamento Municipal de Publicidade no Município da Covilhã, anexo a este edital, que lhe havia sido proposto em cumprimento da deliberação da Câmara Municipal, em reunião ordinária de 6 de Maio de 2005, após inquérito público, conforme determinado no artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo.

Para constar e devidos efeitos se publica o presente edital, que vai ser afixado nos lugares públicos do costume.

19 de Julho de 2005. — O Vereador, com competência delegada na matéria, *João Manuel Proença Esgalhado*.

**Regulamento Municipal de Publicidade no Município da Covilhã**

**Preâmbulo**

A Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, alterada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro — LAL —, estabelece na alínea *a*) do n.º 7 do artigo 64.º, conjugado com a alínea *a*) do n.º 2 do artigo 53.º, que compete à Câmara Municipal elaborar e aprovar propostas de regulamento e submetê-las à aprovação da Assembleia Municipal.

Por outro lado, o artigo 116.º do CPA dispõe que o «projecto de regulamento é acompanhado de uma nota justificativa fundamentada». O que se apresenta neste preâmbulo:

**Nota justificativa**

A afixação e a inscrição de mensagens de publicidade e propaganda é regida pela Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, que consagrou os princípios gerais a que deve obedecer o regime de licenciamento desta actividade, prevendo-se expressamente no seu artigo 11.º a possibilidade dos municípios procederem à elaboração dos regulamentos necessários à execução daquele diploma.

Reconhecendo o município da Covilhã o papel primordial que a publicidade desempenha na divulgação e no desenvolvimento da actividade económica, com o presente regulamento pretende-se regulamentar esta actividade, promovendo a legalização, colocação e a instalação de meios publicitários no concelho da Covilhã através de uma disciplina normativa mais desenvolvida e coerente.

A colocação e a instalação de mensagens publicitárias deve observar uma disciplina que conduza a uma planificação e a uma ordenação criteriosa do licenciamento dessa actividade, por forma a que seja assegurado o equilíbrio do meio urbano e a salvaguarda da protecção ambiental.

Assim sendo:

É proposto, para aprovação da Câmara Municipal da Covilhã, o projecto de Regulamento Municipal de Publicidade no Município da Covilhã, ao abrigo da alínea *a*) do n.º 7 do artigo 64.º da LAL.

Projecto de regulamento que após a aprovação da Câmara Municipal deve ser posteriormente submetido à apreciação pública, ao abrigo do artigo 118.º do CPA, para posterior apreciação e aprovação da Assembleia Municipal, nos termos da alínea *a*) do n.º 2 do artigo 53.º da LAL.

**CAPÍTULO I**

**Disposições gerais**

**Artigo 1.º**

**Lei habilitante**

A actividade publicitária no município da Covilhã encontra-se subordinada às disposições do presente regulamento, de acordo com a Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto.

**Artigo 2.º**

**Âmbito**

1 — Considera-se publicidade, para efeitos de aplicação do presente regulamento, qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de promover quaisquer bens ou serviços, ideias, princípios, iniciativas ou instituições.

2 — O presente regulamento aplica-se a qualquer forma de publicidade, nos termos do exposto no parágrafo anterior, e a todos os suportes ou meios de afixação de mensagens publicitárias.

3 — Para efeitos do presente regulamento, não se considera publicidade a propaganda política.

**Artigo 3.º**

**Excepções**

Excluem-se do âmbito de aplicação do presente regulamento:

- As mensagens sem fins comerciais, nomeadamente políticas, sindicais e religiosas, quando aplicadas nos locais e nas formas autorizadas, a requerimento escrito dos interessados;
- Editais, notificações e demais formas de informação que se relacionem directa ou indirectamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;
- A difusão de comunicados, notas officiosas ou outros esclarecimentos sobre a actividade de órgãos de soberania e da administração central, regional ou local;
- As referências a patrocinadores de actividades promovidas pelas autarquias ou que estas considerem de interesse público, desde que o valor do patrocínio seja superior ao valor da taxa aplicável.

**Artigo 4.º**

**Conceito de actividade publicitária**

1 — Considera-se actividade publicitária o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que efectuem as referidas operações.

2 — Incluem-se entre as operações referidas no número anterior, designadamente, as de concepção, criação, produção, planificação e distribuição publicitárias.

**Artigo 5.º**

**Anunciante, profissional, agência de publicidade, suporte publicitário e destinatário**

Para efeitos do disposto no presente diploma, considera-se:

- Anunciante — a pessoa singular ou colectiva no interesse de quem se realiza a publicidade;
- Profissional ou agência de publicidade — pessoa singular que exerce a actividade publicitária ou pessoa colectiva que tenha por objecto exclusivo o exercício da actividade publicitária;

- c) Suporte publicitário — o veículo utilizado para a transmissão da mensagem publicitária;
- d) Destinatário — a pessoa singular ou colectiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por ela, de qualquer forma, seja atingida.

Artigo 6.º

**Licenciamento**

1 — A afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias em bens ou espaços afectos ao domínio público, ou que sejam deles visíveis, fica sujeita a licenciamento prévio, nos termos e condições estabelecidos no presente regulamento.

2 — disposto no número anterior não é aplicável:

- a) Às mensagens publicitárias amovíveis, expostas no interior de montras, com acesso pelo interior dos estabelecimentos, sem prejuízo de outras autorizações ou licenças exigíveis;
- b) À informação que resulte de imposição legal;
- c) Os distintivos que indiquem a concessão de regalias inerentes à utilização de sistemas de crédito ou de pagamento, nos estabelecimentos onde estejam colocados.

3 — A Câmara Municipal poderá, mediante protocolo de descentralização, deliberar poderes de licenciamento de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nas juntas de freguesia.

4 — No licenciamento de afixação e inscrição de mensagens de publicidade deverão ser cumpridas quando aplicáveis as determinações de legislação específica.

Artigo 7.º

**Licenciamento cumulativo**

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não dispensa as demais licenças exigíveis.

2 — À concessão de licença para a afixação de mensagens publicitárias, precederá sempre a emissão de licença de obras ou de utilização do domínio público, nos casos em que às mesmas houver lugar.

3 — A licença de publicidade será emitida após a emissão das restantes licenças ou alvarás.

Artigo 8.º

**Natureza**

A licença para a colocação de mensagens publicitárias é de natureza precária, salvo quando resultar do regime de concessão ou do título do licenciamento.

Artigo 9.º

**Duração**

As licenças são concedidas pelo período mínimo de um mês e máximo de um ano, sem prejuízo do disposto no artigo anterior.

Artigo 10.º

**Renovação**

As licenças anuais de publicidade são automaticamente renováveis, por iguais e sucessivos períodos, excepto se o seu titular:

- a) Requerer a não renovação da licença, nos 30 dias anteriores ao termo da sua validade;
- b) Requerer a alteração da mensagem publicitária;
- c) For notificado da não renovação da licença, nos 30 dias anteriores ao termo da sua validade.

Artigo 11.º

**Caducidade da licença**

As licenças caducam:

- a) Nos casos de não renovação, nos termos do artigo anterior;

- b) Por falta de pagamento das taxas devidas, nos termos do disposto no artigo 23.º

Artigo 12.º

**Cancelamento**

1 — Sem prejuízo das sanções aplicáveis, a licença para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias é cancelada:

- a) Por desrespeito às condições gerais ou específicas a que aquela está sujeita;
- b) Por motivo de ordem estética, ambiental, de segurança ou comodidade das populações;
- c) Por razões excepcionais de imperioso interesse público.

2 — O cancelamento da licença não confere direito a qualquer indemnização.

**CAPÍTULO II**

**Proibições e condicionamentos ao licenciamento**

Artigo 13.º

**Proibições e condicionamentos de natureza ambiental**

1 — Não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que, por si só ou através dos respectivos meios ou suportes, prejudiquem o ambiente, obstruam perspectivas panorâmicas, afectem a estética ou a salubridade dos lugares ou causem danos a terceiros, nomeadamente as que constem de:

- a) Inscrições, pinturas murais ou afins;
- b) Faixas de pano, plástico, papel ou qualquer outro material análogo, situadas em espaço do domínio público ou domínio privado, excepto em situações de manifesto interesse público;
- c) Cartazes ou afins, afixados sem suporte autorizado, através de colagem ou outros meios semelhantes.

2 — É interdita a utilização de panfletos publicitários ou semelhantes, projectados ou lançados por meios terrestres ou aéreos.

3 — É proibida a publicidade sonora, quando a mesma desrespeite os limites impostos pela legislação aplicável a actividades ruidosas.

Artigo 14.º

**Proibições e condicionamentos de segurança**

1 — Não é permitida a afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias sempre que estas prejudiquem a segurança de pessoas ou coisas, nomeadamente:

- a) Nas vias rodoviárias, ferroviárias e pedonais;
- b) Nos suportes ou equipamentos de iluminação pública.

2 — É interdita a fixação ou a inscrição de mensagens publicitárias nas placas toponímicas.

Artigo 15.º

**Proibições e condicionamentos decorrentes da circulação rodoviária e de peões**

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

- a) Em sinais de trânsito, placas de sinalização rodoviária e semafórica;
- b) Em rotundas, ilhas para peões e separadores de trânsito automóvel;
- c) Em túneis e viadutos;
- d) Em abrigos para utentes de transportes públicos, salvo nos casos em que o contrário resulte de contratos de concessão de exploração ou deliberação camarária.

2 — De igual modo é proibida a afixação ou inscrição de publicidade, sempre que:

- a) Em passeios com largura inferior ou igual a 1 m;

- b) A menos de 5,00 m e no alinhamento de sinalização vertical;
- c) A menos de 1,20 m para a direita de sinal vertical;
- d) A menos de 0,50 m em relação ao limite exterior do passeio.

#### Artigo 16.º

##### Proibições e condicionamentos decorrentes do local

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

- a) Nos imóveis classificados como património cultural e suas zonas de protecção;
- b) Nos imóveis contemplados com prémios de arquitectura ou outros análogos;
- c) Nos imóveis onde funcionem exclusivamente serviços públicos;
- d) Nos edifícios escolares;
- e) Nos templos e cemitérios;
- f) Nas placas toponímicas;
- g) Nas árvores;
- h) Nos terrenos onde tenham sido encontrados, ou existam indícios de conterem vestígios arqueológicos de interesse e relevância local ou nacional;
- i) Nos edifícios escolares, parques e jardins excepto em casos de reconhecido interesse público;
- j) Nas estátuas e monumentos;
- k) Nos parques e jardins.

### CAPÍTULO III

#### Processo de licenciamento

##### Artigo 17.º

###### Requerimento

1 — O licenciamento deve ser pedido à Câmara Municipal, mediante requerimento dirigido ao seu presidente, com a antecedência mínima de 30 dias em relação à data pretendida para o início da utilização, salvo em casos devidamente fundamentados a apreciar casuisticamente.

2 — O requerimento deve conter as seguintes menções:

- a) Nome, estado, profissão, residência e número de contribuinte fiscal do requerente;
- b) O pedido, em termos claros e precisos;
- c) Indicação exacta do local, do meio ou suporte a utilizar, assim como o período de utilização pretendida.

##### Artigo 18.º

###### Instrução do processo

1 — O requerimento deve ser instruído com os seguintes elementos:

- a) Plantas de localização onde pretende efectuar a instalação, à escala de 1/1000 e 1/2000, com indicação exacta do local;
- b) Peça desenhada, à escala de 1/100, ou outra considerada adequada com indicação da forma, dimensão, balanço e distância a elementos como passeios, fachadas, sinaléticas, árvores ou quaisquer elementos que se julguem relevantes;
- c) Memória descritiva referindo o material, forma e cor;
- d) Fotografia a cores do local e envolvente, com a representação do meio ou suporte publicitário;
- e) Autorização do proprietário, possuidor ou titular de outros direitos, sempre que o meio ou suporte onde se pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária seja fixado ou instalado em propriedade alheia;
- f) Documento comprovativo de qualidade invocada;

- g) Documento comprovativo da aprovação pela entidade pública que exerça poderes de jurisdição na área onde se pretende afixar a publicidade;
- h) Imagem digitalizada do local com simulação de implantação do elemento publicitário pretendido, quando aplicável.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, podem ser exigidos outros documentos que se mostrem necessários à instrução, designadamente:

- a) Autorização de outros proprietários, possuidores ou titulares de outros direitos que possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição da mensagem publicitária pretendida.

3 — Nos casos em que o meio ou suporte possa constituir risco para a segurança das pessoas e bens, é exigido seguro de responsabilidade civil.

##### Artigo 19.º

###### Rejeição liminar

1 — Compete à Câmara Municipal, apreciar ou decidir as questões de ordem formal e processual que possam obstar ao conhecimento do pedido de licenciamento, nomeadamente a legitimidade do requerente e a regularidade formal do requerimento.

2 — Deve ser proferido despacho de rejeição liminar do pedido, no prazo de 10 dias, se o requerimento e os respectivos elementos instrutores apresentarem omissões ou deficiências.

3 — Quando as omissões ou deficiências sejam supráveis ou sanáveis, ou quando forem necessárias cópias adicionais, o interessado é notificado, no prazo de 10 dias, contados da data da recepção do processo, para corrigir o requerimento, num prazo não inferior a cinco dias, sob pena de rejeição do pedido.

4 — A notificação referida no número anterior suspende os termos posteriores do processo, dela devendo constar a menção de todos os elementos em falta ou a corrigir.

5 — Havendo rejeição do pedido, nos termos do presente artigo, e caso seja efectuado novo pedido para o mesmo fim, é dispensada a apresentação dos documentos utilizados anteriormente que se mantenham válidos e adequados.

##### Artigo 20.º

###### Decisão final

1 — A decisão sobre o pedido de licenciamento de publicidade deve ser proferida no prazo máximo de 30 dias.

2 — O prazo conta-se a partir:

- a) Da data da entrega do requerimento, ou dos elementos solicitados, nos termos do n.º 2 do artigo 16.º ou do n.º 3 do artigo 17.º;
- b) Da data da recepção dos pareceres, autorização ou aprovação emitidos pelas entidades consultadas, ou do termo do prazo estabelecido para a emissão dos mesmos.

##### Artigo 21.º

###### Emissão de alvará de licença

1 — Em caso de deferimento, o requerente dispõe de 15 dias para levantar a licença e proceder ao pagamento da taxa devida, de acordo e nos termos da regulamentação em vigor.

2 — O levantamento da licença pode ser condicionado à apresentação do contrato de seguro de responsabilidade civil de valor adequado, exigido nos termos do n.º 3 do artigo 16.º

##### Artigo 22.º

###### Reserva de espaço publicitário

O licenciamento de suportes publicitários pode determinar a reserva de algum espaço ou alguns espaços de publicidade, para a divulgação de mensagens relativas às actividades da Câmara, juntas de freguesia ou outras aprovadas por estas.

## CAPÍTULO IV

## Deveres dos titulares das licenças

## Artigo 23.º

## Utilização da licença

1 — Constituem deveres do titular da licença:

- a) Cumprir as condições gerais ou específicas, a que a licença está sujeita;
- b) Conservar o meio ou suporte, assim como a mensagem, em boas condições de conservação e segurança;
- c) Eliminar quaisquer danos em bens públicos resultantes da afixação da mensagem publicitária.

## Artigo 24.º

## Remoção

1 — Ocorrendo a caducidade ou cancelamento da licença, o seu titular deve proceder à remoção da mensagem publicitária e dos meios ou suportes respectivos no prazo de 10 dias.

2 — Não havendo lugar à renovação da licença, por vontade do respectivo titular, o prazo a que alude o número anterior expira no termo do respectivo prazo de validade da licença.

3 — Não havendo lugar à renovação da licença, por iniciativa municipal, a remoção deve ser efectuada no prazo fixado no respectivo mandato de notificação.

4 — Em caso de recusa ou inércia do titular, a Câmara Municipal procederá à remoção e armazenamento, a expensas do titular.

5 — Tratando-se de publicidade não licenciada, bem como de meios e suportes publicitários sem mensagem afixada, a Câmara procederá à remoção imediata da mensagem publicitária e à eliminação do respectivo meio de suporte, caso não seja possível a sua remoção.

6 — A perda, total ou parcial, dos meios ou suportes publicitários utilizados, que possa resultar da remoção, não confere direito a indemnização.

## Artigo 25.º

## Taxas

1 — O titular da licença para inscrição ou afixação das mensagens publicitárias, fica sujeita ao pagamento das taxas devidas, nos termos da regulamentação em vigor.

2 — Concluído o prazo de licenciamento de um suporte publicitário e verificado que o mesmo se mantém colocado após o termo deste prazo, são devidas taxas ao município pelo período decorrido entre o termo do licenciamento anteriormente efectuado e a:

- a) Data de remoção do suporte publicitário pelo município;
- b) Data de emissão de novo licenciamento.

3 — A manutenção de suporte ou inscrições publicitárias para além do prazo de licenciamento efectuado constitui contra-ordenação passível de aplicação de coima.

## CAPÍTULO V

## Meios e suportes publicitários

## SECÇÃO I

## Chapas, placas e tabuletas

## Artigo 26.º

## Noções

1 — Para efeitos deste regulamento, entende-se por:

- a) Chapa — suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não exceda 0,60 m e máxima saliência de 0,03 m;

- b) Placa — suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, não excedendo na sua maior dimensão 1,50 m;
- c) Tabuleta — suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, permitindo afixar mensagem publicitária em ambas as faces.

2 — Poderá a Câmara Municipal em caso devidamente justificado autorizar o licenciamento de chapas ou placas com dimensões superiores às estabelecidas nas alíneas anteriores.

## Artigo 27.º

## Limites

1 — A instalação das placas e chapas deve observar os seguintes requisitos:

- a) Não se sobrepor a gradeamentos ou zonas vazadas em varandas;
- b) Não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas.

2 — A instalação das tabuletas deve observar o seguinte:

- a) O limite inferior da tabuleta deve ficar a uma distância do solo igual ou superior a 2,60 m quando afixada em estruturas edificadas, não pode exceder o balanço de 1,50 m em relação ao plano marginal do edificado, excepto, no caso de ruas sem passeios, em que o balanço não pode exceder 0,20 m;
- b) A distância entre tabuletas não pode ser inferior a 3 m.

3 — As cores, materiais e inscrições publicitárias inscritas nas chapas, placas ou tabuletas devem ser compatíveis com o meio e área envolvente, e ou a fachada do edifício, quando aplicável, podendo determinar-se a obrigatoriedade de cor, material ou modelo preestabelecido, em determinados locais.

## SECÇÃO II

## Toldos e palas

## Artigo 28.º

## Noções

1 — Para os efeitos do presente regulamento, entende-se por:

- a) Toldo — elemento de protecção contra agentes climáticos, feito em lona ou material idêntico, aplicável a vãos, portas, janelas e montras de estabelecimentos comerciais, no qual está inserida uma mensagem publicitária;
- b) Pala — elemento rígido, com estrutura autónoma, com domínio da dimensão horizontal, fixado aos paramentos das fachadas, e com função decorativa e de protecção contra agentes climáticos, contendo uma mensagem publicitária.

## Artigo 29.º

## Limites

1 — Não é permitida a instalação de toldos que não respeitam as seguintes condições:

- a) A distância da sua base ao solo, não pode ser inferior a 2,40 m, salvo quando os elementos da fachada não o permitam, não podendo em caso algum, ser inferior a 2,00 m;
- b) Exceda a linha do nível do tecto do estabelecimento a que pertençam;
- c) Exceda lateralmente os limites das instalações pertencentes ao titular da licença.

2 — A cor dos toldos e as inscrições publicitárias neles inseridas, devem ser compatíveis com o meio envolvente e a fachada do edifício, podendo determinar-se a obrigatoriedade da cor e modelo preestabelecidos, em determinados locais.

3 — No caso de aplicação de vários toldos ou palas no mesmo edifício, deve ser apresentado um estudo de conjunto para a salvaguarda da estética da fachada.

## SECÇÃO III

## Painéis

## Artigo 30.º

## Noção

Para os efeitos do presente regulamento, entende-se por painel o suporte constituído por moldura e respectiva estrutura, fixado directamente ao solo.

## Artigo 31.º

## Limites

Na instalação de painéis deve observar-se o seguinte:

- a) A estrutura deve ser composta por material e cor adequados ao ambiente e estética do local, não podendo manter-se no local sem mensagem por período superior a 10 dias úteis;
- b) Na estrutura deve ser afixado, no canto inferior esquerdo, e num rectângulo de 0,40 x 20 m, o número da respectiva licença e respectiva data, o telefone e a identificação da empresa de publicidade, responsável pela sua colocação ou exploração.
- c) Nas via de comunicação para além do cumprimento das serventias non edificandi legalmente aplicáveis, a colocação dos painéis deve respeitar uma distância entre eles, não inferior a 50 m. A distância aos lancis quando existentes deverá ser igual ou superior a 10 m, salvo quando encostados a um muro confinante com passeio. A dimensão do painel quando encostado a muro não pode ultrapassar a dimensão deste;
- d) Em todas as vias de comunicação a direcção dos painéis colocados quando não encostados a um muro de suporte, deve perfazer um ângulo de 60 graus em relação à respectiva via;
- e) Os painéis afixados em tapume, vedação ou elemento análogo, não podem ultrapassar a dimensão daqueles, devendo ser colocados de forma nivelada excepto, quando em arruamentos inclinados;
- f) Não obstante o disposto na alínea anterior, tratando-se de arruamentos inclinados, é admissível a disposição dos painéis em socalcos, desde que acompanhem a inclinação do terreno de forma harmoniosa.

## SECÇÃO IV

## Mupis

## Artigo 32.º

## Noção

Para os efeitos do presente regulamento, o mupi constitui um suporte informativo com duas faces, podendo conter mensagens publicitárias.

## Artigo 33.º

## Limites

1 — A colocação dos mupis não pode prejudicar a circulação de peões, reservando sempre, em relação à maior largura do suporte informativo, um corredor com as seguintes larguras:

- a) 0,50 m a partir do rebordo exterior do lancil, em passeios e caldeiras;
- b) 1,20 m a partir do limite interior, ou balanço do respectivo elemento mais próximo da fachada do estabelecimento, em passeios e caldeiras;

2 — A colocação deve ainda respeitar as seguintes condições:

- a) Não pode dificultar o acesso a estabelecimentos ou edifícios em geral, localizando-se a uma distância não inferior a 1,00 m das respectivas entradas;
- b) Observar uma distância igual ou superior a 5,00 m em relação a quaisquer outros elementos existentes na via pública.

## SECÇÃO V

## Bandeirolas

## Artigo 34.º

## Noção

Para os efeitos do presente regulamento, entende-se por bandeirola, todo o suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica.

## Artigo 35.º

## Limites

A instalação de bandeirolas deve observar os seguintes requisitos:

- a) A dimensão máxima das bandeirolas é de 0,60 m de comprimento e 1 m de altura;
- b) A sua colocação tem de ser feita em posição perpendicular à via mais próxima, no lado interior do poste;
- c) A distância entre a parte inferior da bandeirola e o solo não pode ser inferior a 3 m;
- d) A distância entre bandeirolas afixadas ao longo das vias não pode ser inferior a 25 m, salvo casos particulares devidamente aprovados, de reconhecido interesse público.

## SECÇÃO VI

## Anúncios luminosos, iluminados e electrónicos

## Artigo 36.º

## Noção

Para os efeitos do presente regulamento, entende-se por:

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

## Artigo 37.º

## Limites

1 — Os anúncios, a que se refere o número anterior, desde que colocados em saliências sobre fachadas, devem observar o disposto nos n.ºs 1 e 2, alínea a), do artigo 25.º

2 — Os anúncios não podem ser colocados em telhados, salvo casos particulares devidamente aprovados.

## SECÇÃO VII

## Unidades móveis publicitárias

## Artigo 38.º

## Noção

Para efeitos deste regulamento, entende-se por unidades móveis publicitárias, os veículos automóveis ou atrelados utilizados exclusivamente para o exercício da actividade publicitária.

## Artigo 39.º

## Restrições

1 — Nas unidades móveis publicitárias não pode ser usado material sonoro, que despreste os limites e índices sonoros impostos pela legislação aplicável a actividades ruidosas.

2 — Os veículos automóveis ou atrelados com mensagens publicitárias, quando visíveis a partir do espaço do domínio público, não podem permanecer em local fixo público ou privado.

SECÇÃO VIII

**Distribuição de folhetos publicitários**

Artigo 40.º

**Publicidade em folhetos**

A distribuição de folhetos publicitários está sujeita a licenciamento prévio, devendo o requerimento mencionar os locais ou zonas onde se pretende proceder à sua distribuição, bem como o tipo de produto que se pretende publicitar e o método utilizado para o efeito.

SECÇÃO IX

**Outros meios de publicidade**

Artigo 41.º

**Publicidade em propriedade privada**

A inscrição de mensagens publicitárias em lugares de domínio privado, visíveis do domínio público, está sujeita a licenciamento prévio, e aplicação de taxas.

SECÇÃO X

**Identificação em suportes e inscrições publicitárias**

Artigo 42.º

**Identificação em publicidade**

Em todos os suportes e inscrições publicitárias é obrigatória a identificação dos seguintes elementos:

- a) Promotor da publicidade;
- b) Proprietário da publicidade.

CAPÍTULO VI

**Contra-ordenações**

Artigo 43.º

**Fiscalização**

A fiscalização do cumprimento do presente regulamento é da competência do serviço de fiscalização municipal e das autoridades policiais.

Artigo 44.º

**Contra-ordenações e coimas**

1 — Constitui contra-ordenação punível com coima, a prática dos seguintes actos:

- a) A afixação, a inscrição e ou divulgação de publicidade sem licença;
- b) A colocação, a afixação e a divulgação de mensagens publicitárias em violação do disposto nos artigos 11.º a 14.º;
- c) A colocação, a afixação e a divulgação de mensagens publicitárias que não respeitem os limites, a que se referem os artigos 25.º, 27.º, 29.º, 31.º, 33.º e 35.º;
- d) A permanência da mensagem publicitária e do respectivo suporte no local, quando a correspondente licença não foi renovada, caducou ou foi cancelada, nos termos do disposto nos artigos 8.º, 9.º e 10.º;
- e) O incumprimento dos prazos de remoção estipulado no n.º 1 do artigo 22.º;
- f) A não identificação do titular da licença nos termos da alínea b) do artigo 29.º;

g) A permanência de veículos automóveis ou atrelados em violação do disposto no n.º 2 do artigo 37.º

2 — A tentativa e a negligência são sempre puníveis.

3 — Ao montante da coima é aplicável o disposto no artigo 17.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, com a nova redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 de Setembro.

4 — Nos casos previstos nas alíneas a), b) e c) do n.º 1, os montantes mínimo e máximo da coima são, respectivamente, de 50 euros e 2500 euros.

5 — Nos casos previstos na alínea d) do n.º 1, os montantes mínimo e máximo da coima são, respectivamente, de 100 euros e 2500 euros.

6 — No caso previsto na alínea e) do n.º 1, o montante da coima é de 50 euros.

7 — No caso previsto na alínea f) do n.º 1, o montante da coima é de 100 euros.

8 — No caso previsto na alínea g) do n.º 1, o montante da coima é de 100 euros.

Artigo 45.º

**Responsabilidade pela contra-ordenação**

São punidos como agentes das contra-ordenações previstas no presente regulamento, o anunciante, o profissional, a agência de publicidade ou qualquer outra entidade que exerça a actividade publicitária, o titular do suporte publicitário ou o respectivo concessionário, bem como qualquer outro interveniente na emissão da mensagem publicitária.

CAPÍTULO VII

**Disposições finais e transitórias**

Artigo 46.º

**Norma transitória**

As licenças existentes à data de entrada em vigor do presente regulamento, que não estejam em conformidade com o mesmo, deverão ser regularizadas até 31 de Dezembro do ano em curso.

Artigo 47.º

**Norma revogatória**

No que respeita ao licenciamento publicitário, fica revogado o disposto no regulamento aprovado por deliberação da Assembleia Municipal de 20 de Novembro de 1992, bem assim todas as deliberações municipais que contrariem o presente regulamento.

Artigo 48.º

**Dúvidas e omissões**

As dúvidas e omissões surgidas na aplicação do presente regulamento serão resolvidas por deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 49.º

**Entrada em vigor**

O presente regulamento entra em vigor 15 dias após a sua publicação no *Diário da República*.

**CÂMARA MUNICIPAL DE CUBA**

**Rectificação n.º 446/2005 — AP.** — Por se ter verificado uma inexactidão na publicação do Regulamento n.º 15/2005, relativo ao Regulamento de liquidação e cobrança de taxas e outras receitas municipais e respectiva tabela anexa, publicado no apêndice n.º 93 ao *Diário da República*, 2.ª série, n.º 130, de 8 de Ju-