

CÂMARA MUNICIPAL DE MELGAÇO**Aviso n.º 2381/2006 — AP****Regulamento Municipal de Publicidade****Preâmbulo**

O disposto no artigo 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 Agosto, sobre afixação e inscrição de mensagens de publicidade e propaganda, determina a obrigatoriedade de elaboração de regulamentos municipais de execução do regime nela contemplado.

Assim, nos Municípios que não dispõem ainda de um regulamento que discipline normativamente a actividade publicitária, torna-se premente a sua elaboração e aprovação de modo a regulamentar esta actividade à luz de critérios de licenciamento específicos e adequados à realidade sócio-económica do concelho.

A urgência deste Regulamento resulta, em primeiro lugar, da necessidade de estender tal disciplina a todo o tipo suportes publicitários e de nela incluir quer os aspectos relativos às características, dimensões e condições específicas da respectiva instalação, quer os trâmites administrativos procedimentais relativos ao licenciamento da afixação e inscrição de mensagens e instalação dos respectivos suportes.

Em segundo lugar, resulta da ausência de definição clara dos direitos e obrigações dos titulares das licenças de publicidade e do modo de actuação da autoridade administrativa competente, sendo certo que a tutela do interesse público determina a obrigatoriedade de explicitação dos condicionamentos ao licenciamento de publicidade bem como a fixação dos motivos de indeferimento dos pedidos de licenciamento e respectivas renovações.

Depois, resulta também da necessidade de definir mecanismos de fiscalização efectiva do cumprimento das respectivas disposições e de sanções destinadas a punir o desacatamento das mesmas.

Por fim, resulta da necessidade de prever os critérios de aplicação das taxas devidas pelo licenciamento da publicidade, tendo em conta, nomeadamente, o impacto ambiental de cada suporte publicitário, a respectiva aptidão para difusão de mensagens publicitárias e a potencialidade económica da actividade publicitada no contexto sócio-económico do Município.

Nos termos das disposições conjugadas dos artigos 53.º, n.º 2, alínea *a)* e 64.º, n.º 6, alínea *a)* da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, compete à Câmara Municipal elaborar propostas de regulamentos a submeter à aprovação da Assembleia Municipal. Assim, ao abrigo do disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa e da alínea *a)* do n.º 6 do artigo 64.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, a Câmara Municipal de Melgaço propõe o presente Regulamento Municipal de Publicidade à Assembleia Municipal que o aprovou em sessão ordinária de 29/04/2006.

CAPÍTULO I**Disposições gerais****Artigo 1.º****Legislação habilitante e aprovação**

Ao abrigo do disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, em conjugação com a alínea *a)* do n.º 6 do artigo 64.º, e alínea *a)* do n.º 2 do artigo 53.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, na redacção da Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro, artigo 16.º, alínea *c)* da Lei 42/98 de 6 de Agosto, e tendo em vista o estabelecido no artigo 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, é aprovado o presente Regulamento.

Artigo 2.º**Âmbito**

1 — O presente regulamento aplica-se a qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com objectivo de promover o fornecimento de bens ou serviços, incluindo direitos e obrigações.

2 — Também se considera publicidade qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, sem prejuízo do disposto no número seguinte.

3 — Está excluída do âmbito de aplicação deste regulamento:

- a)* A afixação de mensagens sem fins comerciais;
- b)* A afixação de propaganda política, sindical ou religiosa;
- c)* A publicidade adjudicada em concurso público e em regime de concessão pela Câmara Municipal;

d) As mensagens e dizeres divulgados através de éditos, notificações e demais formas de sensibilização que se relacionem, directa ou indirectamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;

e) A difusão de comunicados, notas oficiosas e demais esclarecimentos que se prendam com a actividade de órgãos de soberania e das administrações central e local.

Artigo 3.º**Isenções**

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

- a)* Os dizeres que resultam de disposição legal;
- b)* A indicação da marca, do preço ou da qualidade colocados nos artigos à venda;
- c)* Os distintivos, de qualquer natureza, destinados a indicar que nos estabelecimentos onde estejam apostos se concedem regalias inerentes à utilização de sistemas de crédito, ou outros análogos, criados com o fim de facilitar viagens turísticas;
- d)* As montras apenas com acesso pelo interior dos estabelecimentos ou que não tenham sobre a via pública saliência superior a 10 cm;
- e)* Os anúncios respeitantes a serviços de transportes colectivos concedidos;
- f)* Os anúncios colocados ou afixados em prédios urbanos com a simples indicação de venda ou arrendamento;
- g)* Os anúncios de organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à actividade que prosseguem;
- h)* Os anúncios destinados à identificação de serviços públicos de saúde, de símbolo oficial de farmácias e de profissões liberais, desde que especifiquem apenas os titulares, o horário de funcionamento e, quando for caso disso, a especialização;
- i)* As referências a patrocinadores de actividades promovidas pela Câmara Municipal ou que esta considere de interesse público, desde que o valor do patrocínio seja superior ao valor da taxa que seria aplicável;
- j)* A designação do nome de edifícios;
- k)* Os dizeres exclusivamente identificativos do estabelecimento (nome e actividade) quando inserido na fachada do estabelecimento.

Artigo 4.º**Definições**

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

- a)* Publicidade — 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, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, bem como ideias, princípios, iniciativas, ou instituições; qualquer forma de comunicação da Administração Pública, não prevista no parágrafo anterior, que tenha objectivo, directo ou indirecto, promover o fornecimento de bens ou serviços;
- b)* Actividade publicitária — 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;
- c)* Anunciante — 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 cuja actividade tenha por objectivo exclusivo o exercício da actividade publicitária;
- d)* Suporte publicitário — meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária;
- e)* Destinatário — pessoa singular ou colectiva a quem a mensagem publicitária se dirige, ou que por ela seja, de qualquer forma, imediata ou mediadamente atingida;
- f)* Anúncio ou reclamo electrónico — sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens e/ou possibilidade de ligação a circuitos de televisão e vídeo;
- g)* Anúncio iluminado — todo o suporte sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- h)* Anúncio luminoso — todo o suporte que emita luz própria;
- i)* Bandeira — todo o suporte afixado em poste próprio;
- j)* 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;

k) Chapa — suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, com a sua maior dimensão não excedendo os 0,60 m e com máxima saliência de 0,30 m;

l) Letras soltas ou símbolos — suportes publicitários aplicados directamente nas fachadas dos edifícios, constituídos pelo conjunto formado por suportes não luminosos e individuais para cada letra ou símbolo;

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

n) Paineis — suporte constituído por moldura com estrutura própria, fixado directamente no solo;

o) Placa — suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível, com ou sem emolduramento, e não excedendo, na sua maior dimensão, os limites das inscrições pertencentes ao respectivo estabelecimento;

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

q) Alpendre — elemento rígido, com domínio da dimensão horizontal, fixo aos paramentos das fachadas e com função decorativa ou de protecção contra agentes climáticos;

r) Publicidade sonora — toda a actividade publicitária que utilize altifalantes ou outra aparelhagem de som para difundir a mensagem publicitária através de emissões directas na ou para a via pública;

s) Unidades móveis publicitárias, veículos automóveis e outro meio de locomoção — veículos exclusivamente para o exercício da actividade publicitária;

t) Toldo — toda a cobertura amovível que sirva para abrigar do sol ou da chuva, aplicável a vãos de portas, janelas, montras e fachadas de estabelecimentos comerciais, e onde estejam inscritas mensagens publicitárias;

u) Cartaz — toda a mensagem publicitária ou de propaganda, inscrita em papel, tela, ou plástico, para afixação.

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

CAPÍTULO II

Regime de licenciamento

Artigo 5.º

Licenciamento

A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em bens ou espaços afectos ao domínio público, ou deles visíveis, carece de licenciamento prévio pela Câmara Municipal.

Artigo 6.º

Objectivos do licenciamento

O licenciamento da publicidade deve prosseguir os seguintes objectivos:

a) Não provocar obstrução de perspectivas panorâmicas, afectar a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem;

b) Não prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros susceptíveis de serem classificados pelas entidades públicas;

c) Não causar prejuízos a terceiros;

d) Não afectar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária;

e) Não apresentar disposições, formatos, ou cores que possam confundir-se com os de sinalização de trânsito, ou prejudicar a sua visibilidade;

f) Não prejudicar a circulação de peões, especialmente dos deficientes, e de veículos de socorro ou emergência.

Artigo 7.º

Restrições de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico

1 — Não podem ser emitidas licenças para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em locais, edifícios, ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitectónico, ou paisagístico, nomeadamente:

a) Imóveis classificados;

b) Imóveis onde funcionem exclusivamente serviços públicos;

c) Imóveis que são contemplados com prémios de arquitectura;

d) Imóveis classificados de interesse municipal;

e) Templos ou cemitérios;

f) Árvores e espaços verdes;

g) Mobiliário urbano não expressamente destinado para o efeito.

2 — As limitações previstas nas alíneas a), b) e c) do número anterior podem não ser respeitadas sempre que a mensagem publicitária se circunscreva à identificação da actividade exercida nos imóveis em causa e daquele que a exerce.

Artigo 8.º

Restrições impostas pela segurança pública e pela circulação de pessoas e veículos

A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não pode ser licenciada sempre que prejudique:

a) A segurança de pessoas ou bens, nomeadamente, em circulação rodoviária;

b) A iluminação pública;

c) A visibilidade de placas toponímicas, semáforos e sinais de trânsito;

d) A circulação dos peões, especialmente dos deficientes;

e) A circulação de veículos, em virtude das inscrições, formatos, ou cores utilizadas e a localização dos respectivos suportes, poderem induzir em erro os condutores.

Artigo 9.º

Restrições estéticas e ambientais

Não podem ser emitidas licenças para afixação, inscrição, ou distribuição de mensagens publicitárias que, por si só ou através dos meios ou suportes que utilizam, afectem a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem, ou causem danos a terceiros, nomeadamente:

a) Faixas de pano, plástico, papel ou outro material semelhante que atravessem a via pública;

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

c) Meios ou suportes que afectem a salubridade dos espaços públicos;

d) Suportes situados nos passeios, que excedam a frente do estabelecimento.

Artigo 10.º

Restrições de ordem pública, moral e bons costumes

A publicidade a afixar ou inscrever não poderá recorrer a mensagens que manifestamente sejam ofensivas para grupos ou sectores da sociedade, ou que ponham em causa a ordem pública.

Artigo 11.º

Publicidade nas vias municipais

1 — Sem prejuízo do disposto nos artigos 7.º a 10.º, a publicidade a afixar nas imediações das vias municipais, fora das áreas urbanas, deve obedecer aos seguintes condicionamentos:

a) Nas estradas municipais, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 15 metros do limite exterior da faixa de rodagem;

b) Nos caminhos municipais, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 10 metros do limite exterior da faixa de rodagem;

c) Em caso de proximidade de cruzamento ou entroncamento com outras vias de comunicação, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 30 metros do limite exterior da faixa de rodagem.

2 — Sem prejuízo do disposto no artigo anterior, os condicionamentos previstos nas alíneas do n.º 1 do presente artigo não são aplicáveis aos meios de publicidade:

a) De interesse cultural ou turístico;

b) Que se destinem a identificar edifícios ou estabelecimentos, públicos ou particulares, nos termos do artigo 3.º al. K) .

3 — É proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nas placas centrais das rotundas, quer dentro, quer fora das áreas urbanas, com excepção das previstas na alínea a) do artigo anterior.

Artigo 12.º

Proibições

1 — É proibida a afixação ou inscrição de publicidade, fora dos aglomerados urbanos, em quaisquer locais onde a mesma seja visível das estradas nacionais.

2 — A proibição prevista no número anterior não abrange:

a) Os meios de publicidade que se destinem a identificar edifícios ou estabelecimentos, públicos ou privados, desde que tal publicidade seja afixada ou inscrita nesses mesmos edifícios ou estabelecimentos;

- b) Os anúncios temporários de venda ou arrendamento de imóveis desde que neles localizados;
- c) Os meios de publicidade de interesse cultural e turístico.

Artigo 13.º

Publicidade sonora

A publicidade sonora deve respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a actividades ruidosas.

Artigo 14.º

Ortografia

1 — As mensagens publicitárias devem ser escritas em língua portuguesa.

2 — A inclusão de palavras e expressões estrangeiras pode ser autorizada nas seguintes situações:

- a) Quando se trate de marcas registadas ou denominações de firmas;
- b) Quando se trate de nomes de figurantes ou de títulos de espectáculos cinematográficos, teatrais, de variedades, ou desportivos;
- c) Quando seja retroversão da mensagem publicitária, devendo neste caso coexistir no mesmo suporte, com prevalência da mensagem em língua portuguesa.

CAPÍTULO III

Processo de licenciamento

Artigo 15.º

Pedido de licenciamento

1 — A emissão de licença para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias depende de requerimento, em duplicado, dirigido ao presidente da Câmara Municipal.

2 — O requerimento inicial deve ser apresentado com antecedência de, pelo menos, 30 dias relativamente ao início do período durante o qual se pretende afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária.

Artigo 16.º

Licenciamento cumulativo

1 — O licenciamento para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias através de meios ou suporte que, por si só, exijam licenciamento ou autorização para obras de construção civil deve ser requerido, cumulativamente, nos termos da legislação em vigor.

2 — Quando a publicidade aprovada implique obras em passeios ou outros espaços públicos, é da responsabilidade do titular da licença a reposição dos mesmos no estado anterior à colocação dos meios ou suportes publicitários.

3 — Os restantes meios ou suportes, cujo fim principal seja a publicidade, estão apenas sujeitos a licenciamento para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

Artigo 17.º

Elementos obrigatórios

1 — O requerimento deve conter obrigatoriamente:

- a) O nome ou designação, bilhete de identidade, a identificação fiscal e a residência ou sede do requerente;
 - b) A qualidade em que requer;
 - c) A indicação exacta do local pretendido para a publicidade;
 - d) Descrição do meio ou suporte a utilizar;
 - e) Período de utilização pretendido.
- 2 — Ao requerimento deve ser junto, em duplicado:
- a) Memória descritiva do projecto com indicação dos materiais, forma, e cores;
 - b) Desenho do meio ou suporte, com indicação da forma, dimensões, balanço de afixação e distâncias relativamente ao solo e ao extremo do respectivo passeio;

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

d) Fotomontagem esclarecedora do pretendido quanto à afixação do suporte publicitário, apresentada em suporte de papel A4;

e) No caso de suportes publicitários a colocar em fachada de edifícios, desenho dos alçados de conjunto numa extensão de 10 metros para cada um dos lados, desenho do alçado e corte cotado esclarecedor do pretendido, à escala mínima de 1/100 ou 1/50, com a integração do suporte publicitário e com indicação dos materiais, cores e texturas a utilizar;

f) Planta de localização, fornecida pela Câmara Municipal, com indicação precisa do local previsto para a respectiva instalação;

g) Outros documentos que o requerente entenda esclarecerem a sua pretensão.

3 — Quando a implantação pretendida se situe em zonas de jurisdição de outras entidades ou zonas de protecção a monumentos nacionais e imóveis de interesse público, dos elementos referidos no número anterior, devem ser entregues tantas cópias quantas forem as entidades a consultar.

4 — Conjuntamente com o requerimento, deve ainda ser apresentado documento comprovativo de que o requerente é proprietário, co-proprietário, possuidor, locatário ou titular de outros direitos sobre os bens afectos ao domínio privado onde se pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária, ou, se não o for, deve juntar autorização escrita do respectivo proprietário ou possuidor, bem como documento comprovativo dessa qualidade.

5 — Quando os elementos publicitários se destinarem a ser instalados em prédio que seja submetido ao regime de propriedade horizontal, deverá o requerente apresentar cópia autenticada da acta da assembleia-geral do condomínio autorizando a instalação dos elementos publicitários que se pretende licenciar.

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

Artigo 18.º

Elementos complementares

1 — Nos 20 dias seguintes à data da entrada do requerimento pode ser solicitado ao requerente:

a) A indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem dúvidas susceptíveis de comprometer a apreciação do pedido;

b) Autorização de outros proprietários, co-proprietários ou locatários, por escrito e com as respectivas assinaturas devidamente reconhecidas nessa qualidade, no caso de pessoas colectivas, ou a junção de fotocópias do bilhete de identidade no caso de pessoas singulares, que possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição pretendida, desde que qualquer interessado manifeste a sua oposição;

c) Desenho que pormenorize a instalação, indicando as distâncias a outros elementos próximos, às escalas 1:100 ou 1:50, e ainda ao passeio;

d) Termo de responsabilidade assinado por técnico habilitado, relativo a danos que o suporte publicitário possa vir a provocar em pessoas ou bens, sempre que tal se justifique pelas dimensões, características ou específicas condições de instalação do suporte, e a complementar no acto de levantamento do alvará, com contrato de seguro de responsabilidade civil, nos termos do artigo 22.º, n.º 4.

2 — O processo será arquivado se não forem indicados ou juntos os elementos complementares, no prazo de 15 dias contados da data da solicitação prevista no número anterior, podendo tal prazo ser prorrogado a requerimento do interessado.

Artigo 19.º

Sanação e apreciação liminar

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

2 — O Presidente da Câmara profere despacho de rejeição liminar do pedido no prazo de 15 dias se o requerimento e os respectivos elementos instrutores apresentarem omissões ou deficiências insusceptíveis de serem sanadas pelo requerente.

3 — Quando as omissões ou deficiências sejam supríveis ou sanáveis, ou quando forem necessárias cópias adicionais, o Presidente da Câmara notifica o requerente para, no prazo de oito dias a contar da data de recepção do processo, contemplar ou corrigir o requerimento, sob pena de rejeição do pedido, podendo tal prazo ser prorrogado a requerimento do interessado.

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

5 — Havendo rejeição do pedido, nos termos do presente artigo, o interessado que requeira novo licenciamento para o mesmo fim fica dispensado de apresentar os documentos utilizados no pedido anterior, que se mantenham válidos e adequados.

6 — Na ausência do despacho previsto nos números 2 e 3, considera-se o pedido de licenciamento correctamente instruído.

Artigo 20.º**Pareceres**

1 — Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária esteja sob a jurisdição de outra ou outras entidades, deve a Câmara Municipal solicitar-lhes, nos 30 dias seguintes à entrada do requerimento, ou nos 15 dias seguintes à junção dos elementos complementares a que se refere o artigo 18.º, parecer sobre o pedido de licenciamento.

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

3 — Os pareceres solicitados devem ser emitidos no prazo de 20 dias, findo o qual serão considerados pareceres favoráveis.

4 — Salvo disposição legal em contrário, os pareceres a que se referem os números 1 e 2 não são vinculativos.

Artigo 21.º**Deliberação final**

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

2 — A deliberação da Câmara Municipal deverá ser precedida de parecer dos serviços técnicos.

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

4 — A deliberação de licenciamento caduca se, no prazo de 2 meses a contar da sua notificação, não for levantado o alvará de licença de publicidade.

Artigo 22.º**Licença de publicidade**

1 — A licença é concedida pelo prazo de um ano ou fracção, contado da data de emissão do respectivo alvará ou averbamento da renovação.

2 — A licença pode ser renovada por período igual ou inferior àquele por que foi concedida.

3 — As licenças requeridas para afixação, inscrição ou difusão de mensagem publicitária, relativa a evento a ocorrer em data determinada, caducam nessa data.

4 — Sempre que, pelas suas dimensões, características, ou específicas condições de instalação, o suporte publicitário possa constituir perigo para a segurança de pessoas ou bens, a Câmara Municipal pode condicionar o levantamento do alvará de licença à apresentação de contrato de seguro de responsabilidade civil, sendo essa apresentação obrigatória nos casos previstos nos artigos 42.º, n.º 2, e 45.º.

5 — O titular só pode exercer os direitos que lhe são conferidos pelo licenciamento depois do pagamento da taxa respectiva.

Artigo 23.º**Taxas**

1 — Ao licenciamento inicial e às renovações previstas neste Regulamento são aplicáveis as taxas estabelecidas na Tabela de Taxas e Licenças de Publicidade e Ocupação Duradoura do Espaço Público, publicadas em anexo.

Artigo 24.º**Obrigações do titular da licença**

Constituem obrigações do titular da licença de publicidade:

a) Manter o suporte publicitário em boas condições de conservação, funcionamento e segurança;

b) Retirar a mensagem publicitária e respectivo suporte findo que seja o prazo da licença, caso não solicite a sua renovação ou a Câmara Municipal indefira o pedido de renovação;

c) Eliminar quaisquer danos em bens públicos ou privados resultantes da afixação ou inscrição da mensagem publicitária;

d) Cumprir as prescrições estipuladas na licença e no presente Regulamento.

Artigo 25.º**Indeferimento**

1 — Constituem motivos de indeferimento do licenciamento ou de renovação da licença:

a) A violação de disposições legais e regulamentares e/ou de normas técnicas gerais e específicas aplicáveis, constantes ou não do presente Regulamento;

b) A existência, no mesmo espaço ou local, de qualquer mensagem publicitária devidamente licenciada;

c) A decisão, proferida há menos de um ano, que aplique ao requerente coima por infracção ao disposto neste Regulamento ou na legislação geral sobre publicidade;

d) A reincidência, durante o prazo de um ano, na não remoção dos suportes publicitários, quando a mesma tenha sido exigida nos termos deste Regulamento.

2 — A deliberação de indeferimento do pedido de licenciamento ou de renovação da licença deve ser fundamentada de facto e de direito, e comunicada ao requerente.

Artigo 26.º**Renovação**

Quando o requerente pretenda ver renovada a licença de publicidade nos termos do artigo 22.º, deverá apresentar essa pretensão com o mínimo de 15 dias de antecedência ao termo daquela.

Artigo 27.º**Revogação**

A licença para afixação, inscrição, ou difusão de mensagens publicitárias pode ser revogada sempre que:

a) Situações excepcionais de imperioso interesse público, devidamente fundamentadas, o exijam;

b) O titular da licença não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito, ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado em virtude do licenciamento;

c) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação, sem licença municipal, dos anúncios ou reclamos para os quais haja sido concedida licença.

Artigo 28.º**Remoção dos suportes publicitários**

1 — Em caso de caducidade ou de revogação da licença, deve o respectivo titular proceder à remoção dos suportes publicitários, no prazo de 8 dias contados, respectivamente, da caducidade da licença ou da notificação do acto de revogação.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, pode a Câmara Municipal ordenar a remoção do suporte publicitário, sempre que se verifique qualquer das seguintes circunstâncias:

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

b) Desrespeito pelos termos da licença, nomeadamente alteração do meio difusor, do conteúdo da mensagem publicitária, ou do material autorizado a ser utilizado para a sua afixação ou inscrição.

3 — Para efeitos do número anterior, deve a Câmara Municipal notificar o infractor, fixando-lhe o prazo de 8 dias, para proceder à remoção do suporte publicitário.

4 — Caso o titular da licença ou o infractor não tenha procedido, dentro do prazo fixado, à remoção dos suportes publicitários, pode a Câmara Municipal efectuar a remoção.

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

6 — No caso de suportes publicitários cuja gestão ou exploração caiba a agências de publicidade, é obrigatória a prestação de caução de valor pelo menos igual ao dobro da taxa, a prestar aquando do levantamento do alvará de licença, e que será restituída após a verificação, pelos serviços municipais competentes, de que a remoção foi efectuada.

Artigo 29.º**Publicidade abusiva**

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

Artigo 30.º**Alteração da mensagem publicitária**

Qualquer alteração da mensagem publicitária cujo pedido de licenciamento tenha sido deferido pela Câmara Municipal, implica novo pedido de licenciamento.

CAPÍTULO IV

Suportes publicitários

SECÇÃO I

Tabuletas, painéis, bandeiras, toldos, cartazes, alpendres, chapas, placas e letras soltas ou símbolos

Artigo 31.º

Dimensões

1 — As dimensões dos suportes publicitários previstos nesta secção serão sempre consideradas à escala relativa ao edifício a que se destinarem.

2 — As tabuletas ou bandeiras não podem exceder as seguintes dimensões:

a) Saliência máxima referida ao plano da parede de 0,60 metros, sem exceder metade da largura do passeio correspondente, caso exista, com a distância mínima de 2 metros entre o seu ponto mais saliente ao plano da fachada e o eixo do arruamento, por forma a garantir uma passagem livre mínima de 4 metros para veículos.

2 — Os painéis não podem exceder 12 metros de largura por 3 metros de altura.

3 — As bandeiras não podem exceder 0,60 metros de largura por 1 metro de altura.

4 — Na afixação de toldos e de alpendres não pode ser excedido o balanço de 3 metros ou a largura do passeio, quando este exista, nem lateralmente os limites das instalações pertencentes à actividade publicitada.

5 — As chapas não podem exceder de 0,60 metros, nas duas dimensões, nem ter saliência superior a 0,05 metros.

6 — As placas não podem ter dimensão superior aos limites das instalações pertencentes à actividade publicitada.

7 — As letras soltas e os símbolos não podem exceder a dimensão de 0,40 metros de altura, nem ter saliência superior a 0,10 metros.

8 — A título excepcional devidamente fundamentado, os suportes publicitários previstos nesta secção poderão ser licenciados com dimensões diversas das referidas nos números anteriores, desde que não sejam postos em causa os condicionamentos ao licenciamento estabelecido no presente Regulamento.

SECÇÃO II

Anúncios ou reclamos luminosos, iluminados e electrónicos

Artigo 32.º

Dimensões

1 — As dimensões dos suportes publicitários previstos nesta secção serão sempre consideradas à escala relativa do edifício a que se destinarem.

2 — Os anúncios e reclamos não podem exceder as seguintes dimensões:

a) Saliência máxima referida ao plano da parede de 0,60 metros, sem exceder metade da largura do passeio correspondente, caso exista, com a distância mínima de 2 metros entre o seu ponto mais saliente ao plano da fachada e o eixo do arruamento, por forma a garantir uma passagem livre mínima de 4 metros para veículos.

Artigo 33.º

Condições de instalação

1 — Não é permitida a colocação de mais do que dois anúncios ou reclamos por estabelecimento, na fachada do edifício.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, a instalação de anúncios ou reclamos deve obedecer às seguintes condições:

a) A instalação perpendicular ao plano das fachadas não pode prejudicar enfiamentos visuais ao longo das vias;

b) A distância mínima ao solo é de 2,60 metros;

c) Sem prejuízo do disposto nas alíneas anteriores, nos casos em que o anúncio ou reclamo tiver um balanço até 0,15 metros, a distância mínima ao solo é de 2,20 metros.

3 — As estruturas dos anúncios e reclamos devem, tanto quanto possível, ficar encobertas e ser pintadas com a cor mais adequada ao espaço arquitectónico a que os suportes publicitários se destinam.

4 — A instalação de anúncios e reclamos na cobertura de edifícios deve obedecer às seguintes condições:

a) Os anúncios e reclamos devem ser aplicados directamente sobre o paramento das paredes;

b) Os anúncios e reclamos não podem ser colocados de modo tal que ocultem elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas.

Artigo 34.º

Estudo de estabilidade e termo de responsabilidade

1 — Sem prejuízo do disposto no artigo 17.º, no caso de instalação de anúncio ou reclamo na cobertura de edifícios, deve ser junto com o requerimento inicial um estudo de estabilidade do suporte publicitário em causa assinado por técnico habilitado, inscrito numa associação profissional (Ordem dos Engenheiros/Ordem dos Arquitectos).

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior e no artigo 17.º, sempre que a instalação do anúncio ou reclamo seja feita a uma distância do solo superior a 4 metros, ou que as dimensões ou o peso do suporte publicitário impliquem a construção de aparato de sustentação, deve ser junto com o requerimento inicial, termo de responsabilidade assinado por técnico habilitado, inscrito numa associação profissional (Ordem dos Engenheiros/Ordem dos Arquitectos), a complementar, no acto de levantamento do alvará, com contrato de seguro de responsabilidade civil.

SECÇÃO III

Veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestres ou aéreos

Artigo 35.º

Licenciamento

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestres ou aéreos que circulem na área do Município carece de licenciamento prévio da Câmara Municipal, nos termos deste Regulamento.

2 — A actividade publicitária em veículos que não lhe estejam primordialmente afectos e que se destine a ser produzida em vários concelhos não está sujeita a licenciamento pela Câmara Municipal, se estiver licenciada por outro município e o titular do veículo tiver a sua residência, sede, ou representação, fora do Município.

3 — Não constitui mensagem publicitária a afixação ou inscrição do nome, firma, ou denominação.

4 — Sem prejuízo do disposto no n.º 1 do presente artigo, deve ser dado cumprimento às regras do Código da Estrada respeitantes ao estacionamento de veículos automóveis, sob pena de, tomando conhecimento de qualquer infracção, a Câmara Municipal proceder à respectiva comunicação à autoridade policial competente.

Artigo 36.º

Meios aéreos

1 — Sem prejuízo do disposto no artigo anterior, o licenciamento da actividade publicitária que utilize avionetas ou outros meios aéreos, depende de prévia e expressa autorização das entidades com jurisdição sobre o espaço aéreo que se pretende atravessar na difusão da mensagem publicitária.

2 — Não pode ser licenciada a afixação de mensagens publicitárias em meios ou suportes aéreos que invadam zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas, nomeadamente aquelas a que se refere o Decreto-Lei n.º 48542, de 24 de Agosto de 1968, excepto se o requerimento for prévia e expressamente autorizado pela entidade com jurisdição sobre esses espaços.

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

Artigo 37.º

Termo de responsabilidade

Sem prejuízo do disposto no artigo 17.º, sempre que o suporte publicitário utilizado exceda as dimensões do veículo ou ponha em causa a sua segurança deve ser junto com o requerimento inicial termo de responsabilidade assinado por técnico habilitado, inscrito numa associação profissional (Ordem dos Engenheiros/Ordem dos Arquitectos), a complementar, no acto do levantamento do alvará, com contrato de seguro de responsabilidade civil.

SECÇÃO IV

Publicidade sonora

Artigo 38.º

Condições de utilização

1 — A publicidade sonora deve respeitar os limites estabelecidos na legislação aplicável a actividades ruidosas.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, não será permitida a utilização de publicidade sonora entre as 22 horas e as 9 horas do dia seguinte, podendo a Câmara Municipal restringir ou alargar estes limites, desde que no caso concreto se verifiquem circunstâncias que fundadamente o justifiquem.

3 — É especialmente proibida a utilização de publicidade sonora por vendedores ambulantes e por feirantes.

SECÇÃO V

Balões suspensos por aeróstato

Artigo 39.º

Condicionamentos ao licenciamento

1 — O licenciamento de balões com publicidade deve ser precedido de autorização expressa dos titulares de direitos ou das entidades com jurisdição sobre os espaços onde se pretende a sua instalação.

2 — Apenas é permitida a utilização de balões suspensos por aeróstato.

CAPÍTULO V

Fiscalização e sanções

Artigo 40.º

Fiscalização

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

Artigo 41.º

Infracções ao Código da Publicidade

Sempre que forem verificadas violações às normas do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 6/95, de 17 de Janeiro, deve a Câmara Municipal comunicá-las ao Instituto do Consumidor, em conformidade com o disposto no artigo 37.º, e para efeitos do preceituado nos artigos 38.º e 39.º do mesmo diploma legal.

Artigo 42.º

Contra-ordenações

1 — Constitui contra-ordenação punível com coima a violação de quaisquer normas constantes do presente Regulamento.

2 — Os titulares do interesse económico na publicidade e os respectivos agentes são solidariamente responsáveis pela reparação dos prejuízos causados a terceiros.

3 — À determinação da coima, das sanções acessórias e às regras do processo aplicam-se as disposições constantes do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, na redacção dada pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 de Setembro, e demais legislação aplicável.

4 — Sempre que a urgência ou a gravidade da infracção o justifique, os meios de afixação e inscrição de mensagens publicitárias instalados ilegalmente podem ser retirados antes da conclusão do processo de contra-ordenação, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 43.º

Coimas

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não tenha sido precedido de licenciamento é punível com coima de 150 a 1.250, para pessoas singulares, e de 300 a 2.500, para pessoas colectivas.

2 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não respeitem as condições previstas na respectiva licença, designadamente quanto ao meio difusor, ao conteúdo da mensagem publicitária, ou ao material autorizado a ser utilizado, é punível com coima de 100 a 750, para pessoas singulares, e de 200 a 1.500, para pessoas colectivas.

3 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença é punível com coima de 150 a 1.250, para pessoas singulares, e de 300 a 2.500 para pessoas colectivas.

4 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em desrespeito pelo disposto nos artigos 7.º a 11.º e 40.º, bem como nas normas relativas às características e condições a observar na instalação e utilização dos diversos suportes publicitários é punível com coima de 100 a 750, para pessoas singulares, e de 200 a 1.500, para pessoas colectivas.

5 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em lugares ou espaços de propriedade privada, sem prévio consentimento do respectivo proprietário ou titular de outros direitos, é punível com coima de 100 a 750, para pessoas singulares, e de 200 a 1.500, para pessoas colectivas.

6 — A não remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e / ou dentro do prazo fixado para esse efeito é punível com coima de 150 a 1.250, para pessoas singulares, e de 300 a 2.500, para pessoas colectivas.

7 — Para efeitos do disposto no presente artigo, é considerado responsável pela contra-ordenação a agência de publicidade, se identificável, ou o anunciante.

8 — Em caso de negligência, os montantes máximos previstos nos números anteriores são reduzidos a metade.

9 — A determinação da medida concreta da coima far-se-á em função da gravidade objectiva da contra-ordenação e da censura (prevenção geral/prevenção especial) subjectiva da mesma, devendo ter-se em consideração a situação económica do agente, o benefício obtido pela prática da infracção, e a existência ou não de reincidência.

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

11. As receitas provenientes da aplicação de coimas revertem para a Câmara Municipal.

Artigo 44.º

Sanções acessórias

1 — A Câmara Municipal pode fixar como sanção acessória a remoção dos meios de afixação e inscrição de mensagens publicitárias e / ou a sua apreensão, bem como ordenar a limpeza do local onde aqueles se instalavam.

2 — As despesas provenientes de execução das sanções acessórias devem ser tidas em conta na fixação do valor da coima.

CAPÍTULO VI

Disposições finais e transitórias

Artigo 45.º

Contagem de prazos

Todos os prazos fixados no presente Regulamento contam-se nos termos previstos no artigo 72.º do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 46.º

Planos de pormenor

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

Artigo 47.º

Regime transitório

1 — Os titulares de licenças de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não estejam em conformidade com as disposições do presente Regulamento devem, no prazo de 180 dias a contar da sua entrada em vigor, retirar a publicidade dos respectivos locais ou requerer a sua legalização.

2 — Não podem ser renovadas licenças que, à data da entrada em vigor deste Regulamento, não sejam conformes às normas e princípios nele contidos.

Artigo 48.º

Dúvidas e omissões

Todas as dúvidas e omissões que eventualmente surjam na aplicação ou interpretação do presente Regulamento serão resolvidas mediante deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 49.º

Direito subsidiário

Em tudo o que não esteja especialmente previsto no presente Regulamento recorrer-se-á à lei geral, aos princípios gerais de direito e, na sua falta ou insuficiência, às disposições da lei civil.

Artigo 50.º

Norma revogatória

Com a entrada em vigor do presente Regulamento são revogadas todas as normas regulamentares sobre a matéria, em vigor no Município.

Artigo 51.º

Entrada em vigor

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

Tabela de taxas e licenças de publicidade e ocupação duradoura do espaço público

I — Ocupação do domínio público

QUADRO I

Taxas por ocupações do domínio público por mobiliário urbano

	Valor em Euros
1 — Quiosques (por m ² ou fracção/mês)	15
2 — Bancas (por m ² ou fracção/mês)	10
3 — Esplanadas abertas, incluindo mesas, cadeiras e guarda-sóis com ou sem estrado (por m ² ou fracção/mês) ...	1
4 — Guarda-ventos (por metro linear ou fracção/mês)	3
5 — Esplanadas fechadas fixas ou amovíveis, não integradas em edifícios (por m ² ou fracção/ano)	70
6 — Toldos (por metro linear de frente ou fracção/ano):	
6.1 — Até 1 m de avanço	4
6.2 — Mais de 1 m de avanço	8
7 — Alpendes e palas (por metro linear de frente ou fracção/ano):	
7.1 — Até 1 m de avanço	7,50
7.2 — Mais de 1 m de avanço	15
8 — Sanefa (por metro linear de frente ou fracção/ano)	2,50
9 — Vitrinas (por m ² /ano)	15
10 — Expositores (por m ² ou fracção/ano)	100
11 — Arcas de gelados, brinquedos mecânicos e equipamentos similares (por m ² ou fracção/mês)	7,50
12 — Máquinas de tiragem de gelados, de venda de tabacos e dispensadoras de serviço (por m ² ou fracção/mês)	7,50

QUADRO II

Taxas por ocupações do domínio público por equipamento e infra-estruturas

	Valor em Euros
1 — Antenas de operadores de telecomunicações (por cada ano):	
1.1 — Instaladas no domínio público	1000
1.2 — Instaladas no domínio privado mas com projecção para o domínio público	300
2 — Fios ou cabos eléctricos em espaço aéreo (por metro linear ou fracção/ano)	2
3 — Postes para suporte de fios eléctricos (por cada ano)	8
4 — Postos de transformação, cabinas eléctricas, armários de distribuição e semelhantes (por m ³ ou fracção/ano)	5

	Valor em Euros
5 — Tubos, condutas, cabos condutores e semelhantes, solo e subsolo (por metro linear ou fracção/ano):	
5.1 — Com diâmetro até 20 cm	0,75
5.2 — Com diâmetro acima de 20 cm	1
6 — Depósitos subterrâneos, com excepção dos destinados a bombas abastecedoras (por m ³ ou fracção/ano)	30
7 — Depósitos sobre o solo (por m ³ ou fracção/ano)	100
8 — Aparelhos de ar condicionado (m ³ ou fracção/ano)	50
9 — Taxa Municipal de Direitos de Passagem [alínea b), n.º 2, artigo 106.º da Lei n.º 5/2004]	0,25%

QUADRO III

Taxas por ocupações do domínio público por instalações abastecedoras de carburantes líquidos, ar e água

	Valor em Euros
1 — Bombas de carburantes líquidos (por cada ano):	
1.1 — Instaladas inteiramente na via pública	500
1.2 — Instaladas na via pública, mas com depósito em propriedade particular	400
1.3 — Instaladas em propriedade particular mas com depósito na via pública	450
1.4 — Instaladas inteiramente em propriedade particular, mas abastecendo na via pública	250
2 — Bombas de ar ou água (por cada ano):	
2.1 — Instaladas inteiramente na via pública	150
2.2 — Instaladas na via pública, mas com depósito ou compressor em propriedade particular	75
2.3 — Instaladas em propriedade particular mas com depósito ou compressor na via pública	100
2.4 — Instaladas inteiramente em propriedade particular, mas abastecendo na via pública	50

QUADRO IV

Taxas por outras ocupações do domínio público

	Valor em Euros
1 — Passarelas e outras construções ou ocupações do espaço aéreo (por m ² ou fracção de projecção sobre a via pública/ano)	20
2 — Circos (por m ² ou fracção/semana)	Isento
3 — Carróeis, pistas de automóveis eléctricos e outros similares (por m ² ou fracção/semana)	1,25
4 — Grelhadores (por m ² ou fracção/mês)	20
5 — Exposição de veículos (por m ² /mês)	30
6 — Tendas, pavilhões ou contentores (por m ² ou fracção/mês)	15
7 — Postes privados (por cada mês):	
7.1 — Para colocação de anúncios	10
7.2 — Para decoração (mastros)	20
8 — Vendedores ambulantes:	
8.1 — Com tabuleiro regulamentar de dimensões não superiores a 1,00 x 1,20 m	0
8.2 — Com banca, estrado ou semelhante (por m ² /mês)	0,75
8.3 — Com estabelecimento amovível diariamente do tipo barraca, stand ou semelhante (por m ² /dia)	1
8.4 — Com veículo automóvel ou atrelado (por veículo/dia)	50
9 — Vendedores de jornais, com banca, estrado ou semelhante amovível (por m ² /mês)	0,75
10 — Ocupação do espaço aéreo por guindastes e semelhantes, excepto se por motivo de obras (por ano)	50
11 — Outras ocupações do domínio público, excepto se por motivo de obras (por m ² ou fracção/mês)	3

II — Publicidade

QUADRO V

Taxas por publicidade em mobiliário urbano

	Valor em Euros
1 — Painéis (por m ² /mês):	
1.1 — Ocupando a via pública	5
1.2 — Não ocupando a via pública	3,50
2 — Anúncios electrónicos (por m ² /ano):	
2.1 — No local onde o anunciante exerce a actividade	30
2.2 — Fora do local onde o anunciante exerce a actividade	50
3 — Mupis, Mastros Bandeira, Relógios Termómetro e Colunas Publicitárias (por m ² /mês):	
3.1 — Ocupando a via pública	10
3.2 — Não ocupando a via pública	7,50
4 — Bancas (por m ² /mês)	5
5 — Abrigos (por m ² /mês)	5

QUADRO VI

Taxas por publicidade em edifícios e outras construções

	Valor em Euros
1 — Anúncios luminosos ou directamente iluminados (por m ² /ano)	25
2 — Anúncios não luminosos (por m ² /ano)	10
3 — Frisos luminosos, quando sejam complementares de anúncios e não entrem na sua medição (por metro linear /ano)	5
4 — Publicidade instalada em empenas (por m ² /ano)	5
5 — Exposições no exterior de edifícios (por m ² /ano)	10

QUADRO VII

Taxas por publicidade em veículos

	Valor em Euros
1 — Veículos particulares, quando não relacionados com a actividade principal do respectivo proprietário (por veículo/mês)	25
2 — Veículos de empresas quando alusiva à firma proprietária (por veículo/ano):	
2.1 — Ciclomotores e motociclos	5
2.2 — Veículos ligeiros	10
2.3 — Veículos pesados	50
3 — Veículos utilizados exclusivamente para o exercício de publicidade (por veículo/mês)	100
4 — Publicidade em transportes públicos (por veículo/ano):	
4.1 — Transportes colectivos	100
4.2 — Táxis	75

QUADRO VIII

Taxas por publicidade sonora ou em dispositivos aéreos

	Valor em Euros
1 — Publicidade em avionetas, helicópteros, parapentes, pára-quedas e outros semelhantes, bem como em dispositivos aéreos cativos (por dispositivo/dia)	75
2 — Fita anunciadora (por metro linear/por mês ou fracção)	10

	Valor em Euros
3 — Aparelhos de rádio ou televisão, altifalantes ou outros aparelhos fazendo emissões directas com fins publicitários, na ou para a via pública (por dispositivo/dia)	7,50

QUADRO IX

Taxas por campanhas publicitárias de rua

	Valor em Euros
1 — Distribuição de panfletos (por milhar/dia)	30

QUADRO X

Taxas por publicidade diversa

	Valor em Euros
1 — Bandeiras e pendões com fins comerciais ou outras (por cada mês)	10
2 — Bandeirolas (por cada/mês):	
2.1 — Ocupando a via pública	25
2.2 — Não ocupando a via pública	15
3 — Publicidade em guarda sóis (por unidade/ano)	10
4 — Publicidade em toldos (por m ² /ano)	5
5 — Lonas em andaime de obra (por m ² /mês)	4
6 — Outra publicidade (por m ² /mês)	5
7 — Placa de sinalização direccional rodoviária:	
7.1 — Relativa a equipamento de interesse público e ou turístico (por cada/ano)	60
7.2 — Relativa a comércio/serviços em geral (por cada/ano)	500

Simulações para custos ao longo de um ano:

1 — Estabelecimento de restauração e bebidas com:
Toldo com publicidade com 5 metros de frente por 2 metros de avanço;
Reclame luminoso tipo tabuleta com 0,60mx0,80m, fixo à fachada;
Placa publicitária fixa à fachada, sem iluminação, com 4mx0,40m;
Esplanada com 6 mesas (24 m²) (Três meses)

Toldo:

Elemento	Natureza	Unidade	Custo/unidade (euros)	Total
Toldo ...	Ocupação do espaço público.	5 ml	10	50
	Publicidade	5x2=10m2	5	50
Reclame luminoso.	Publicidade	0,6x0,8=0,48m2	25	12
Placa publicitária.	Publicidade	0,4x4=1,6m2	10	16
Esplanada	Total sem esplanada			128
	Ocupação do espaço público.	24m2	2 (x3)	144
	Publicidade (guarda-sóis).	6	10	60
	Total sem esplanada			332