

CÂMARA MUNICIPAL DE PORTO MONIZ

Aviso n.º 1476/2006 (2.ª série) — AP. — Gabriel de Lima Farinha, presidente da Câmara Municipal de Porto Moniz, torna público que, em reunião ordinária de 27 de Abril de 2006, o órgão executivo desta autarquia, deliberou aprovar o projecto de regulamento municipal de publicidade, de modo que durante o prazo de 30 dias após a data de publicação no *Diário da República*, 2.ª série, seja submetido à apreciação pública para recolha de sugestões, em conformidade com o disposto no artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de Novembro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 6/96, de 31 de Janeiro.

Durante esse período poderão os interessados consultar o projecto de regulamento municipal de publicidade no edifício dos Paços do Concelho, sito à Praça do Lyra, 9270-053 Porto Moniz, e sobre ele formularem, por escrito, as sugestões que entendam, que deverão ser dirigidas ao presidente da Câmara Municipal de Porto Moniz, a entregar na secretária, ou a enviar, por carta registada e com aviso de recepção, para aquela morada.

Para constar e produzir os devidos efeitos se publica o presente aviso que será afixado nos lugares de estilo.

A presente proposta deverá ser sujeita a aprovação da Assembleia Municipal, nos termos da alínea a) do n.º 2 do artigo 53.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, alterada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro.

2 de Maio de 2006. — O Presidente da Câmara, *Gabriel de Lima Farinha*.

Projecto do regulamento municipal de publicidade

Nota justificativa

O presente projecto de regulamento municipal de publicidade tem por objectivo responder à necessidade inequívoca de estabelecer critérios minimamente uniformes para o licenciamento e fiscalização da actividade publicitária no âmbito das competências do Município do Porto Moniz.

O incremento que a actividade publicitária tem tido por todo o País e que se reflecte também na Região Autónoma da Madeira no Concelho do Porto Moniz impôs por parte da Câmara uma regulamentação da Publicidade, prosseguindo-se o objectivo de assegurar que esta realidade se desenvolva de forma benéfica e positiva.

O licenciamento previsto no presente Regulamento, visa definir os critérios de localização, instalação e adequação, formal e funcional, dos diferentes tipos de suportes publicitários e outras utilizações do espaço público, relativamente à envolvente urbana, numa perspectiva de qualificação do espaço público, de respeito pelas componentes ambientais e paisagísticas e de melhoria da qualidade de vida na cidade.

O Regulamento Municipal de Publicidade do Porto Moniz atendeu aos princípios gerais estabelecidos nos diplomas legais disciplinadores da actividade publicitária, procurou assegurar o necessário equilíbrio entre aquela actividade e outras exigências de interesse público, nomeadamente a segurança, a estética e mais genericamente o enquadramento urbanístico e ambiental na área territorial do Concelho.

O desenvolvimento da actividade publicitária a que se vem assistindo nos últimos anos traduziu-se no surgimento de novos meios e suportes publicitários para os quais o Regulamento Municipal de Publicidade, aprovado em 2003, não prevê qualquer solução.

Impõe-se, pois, e com o intuito de colmatar tal lacuna, adaptar a regulamentação municipal sobre publicidade a essas novas realidades, dotando-a de instrumentos eficazes de controlo da actividade publicitária, no que concerne ao cumprimento das disposições legais em vigor sobre esta matéria e, bem assim, de salvaguarda da estética e do bom enquadramento urbanístico e ambiental dos meios publicitários no Município de Porto Moniz.

Acresce que a aplicação do referido Regulamento de 2003, ainda que curta no tempo, permitiu identificar nele uma série de omissões e imprecisões que urge corrigir.

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Lei habilitante

O presente Regulamento é elaborado tendo em conta as seguintes leis habilitantes:

a) Artigos 112.º, n.º 8 e 241.º da Constituição da República Portuguesa;

b) Alínea a) do n.º 2 do artigo 53.º, alínea b) do n.º 4 e alínea a) do n.º 6 do artigo 64.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;

c) Lei n.º 42/98, de 6 de Agosto;

d) Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações da Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto;

e) Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, com as alterações do Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de Maio; e,

f) Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, e respectivas alterações, republicado pelo Decreto-Lei n.º 275/98, de 9 de Setembro, que aprova o Código da Publicidade.

Artigo 2.º

Objecto e âmbito de aplicação

1 — O presente Regulamento aplica-se a todos os meios ou suportes de afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias na área do Município de Porto Moniz.

2 — Não integra o âmbito de aplicação deste Regulamento a afixação, inscrição ou difusão de:

a) Publicidade concessionada pelo Município de Porto Moniz;

b) Propaganda política;

c) Mensagens e dizeres divulgados através de éditos, avisos, 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;

d) Difusão de comunicados, notas oficiais e demais esclarecimentos que se prendam com a actividade de Órgãos de Soberania e da Administração Pública;

e) A publicidade de espectáculos e outros eventos públicos com carácter cultural ou turístico, desde que autorizados pelas entidades competentes, bem como a respeitante a colóquios, congressos e acontecimentos similares de natureza técnica e científica;

f) Prescrições que resultem de imposição legal.

Artigo 3.º

Conceito de publicidade

1 — Considera-se publicidade, para efeitos 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:

a) Promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, incluindo a promoção de direitos e obrigações;

b) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições.

2 — Considera-se, também, publicidade qualquer forma de comunicação da Administração Pública, não prevista no número anterior, que tenha por objectivo, directo ou indirecto, promover o fornecimento de bens ou serviços.

CAPÍTULO II

Regime e procedimento de licenciamento

Artigo 4.º

Licenciamento

1 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias depende de prévio licenciamento da Câmara Municipal de Porto Moniz.

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

a) Os anúncios ou reclamos colocados ou afixados dentro dos estabelecimentos ou no interior das montras de exposição destes, quando forem respeitantes a produtos ali fabricados e ou comercializados;

b) Os anúncios temporários de venda ou arrendamento de imóveis, desde que localizados no imóvel objecto da venda ou arrendamento.

Artigo 5.º

Pedido de licenciamento

1 — O pedido de licenciamento deve ser formulado em requerimento dirigido ao Presidente da Câmara Municipal de Porto Moniz, apresentado em duplicado e do qual devem constar:

a) O nome ou a designação, a identificação fiscal e a residência ou a sede do requerente e a indicação da qualidade em que requer a licença;

b) A indicação do tipo de publicidade;

c) A identificação exacta do local a utilizar na afixação, inscrição ou difusão da mensagem publicitária;

d) O período pretendido para a licença.

2 — Ao pedido de licenciamento devem ser juntos, em duplicado:

- a) Memória descritiva do projecto, com indicação dos materiais, forma e cores;
- b) Desenho do suporte publicitário, com indicação da forma, dimensões e ou balanço para a afixação;
- c) Fotografias a cores no formato mínimo de 10 cm × 15 cm, indicando o local previsto para a afixação, apresentadas em suporte de papel A4;
- d) Planta de localização fornecida pela Câmara Municipal de Porto Moniz à escala mínima de 1/25 000 ou 1/3000, fotografia aérea à escala de 1/2500, com indicação do local ou do edifício previsto para a afixação bem como do suporte/dispositivo onde será afixado;
- e) Declaração do autor do projecto de arquitectura, caso se trate de estruturas cujas características o justifiquem;
- f) No caso de suportes publicitários a colocar em fachada de edifícios, deve apresentar-se desenho dos alçados de conjunto numa extensão de 10 m 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;
- g) Outros documentos que o requerente considere adequados a complementar os anteriores e a esclarecer a sua pretensão.

3 — O pedido de licenciamento deve ser acompanhado de licença, autorização ou outro qualquer título legalmente exigido para o exercício da actividade a publicitar.

4 — O pedido de licenciamento deve ser ainda instruído com documento comprovativo de que o requerente é proprietário, locatário ou titular de outros direitos sobre o bem ou os bens onde pretende afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária.

5 — Ao pedido de licenciamento deve ser junta a autorização do proprietário do bem ou dos bens, ou da assembleia de condomínios onde se pretende afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária, se o requerente não for titular de qualquer dos direitos referidos no número anterior.

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 indeferimento liminar do requerimento.

Artigo 6.º

Elementos complementares

1 — Até à decisão final, podem ser solicitadas ao requerente a indicação e ou a apresentação de quaisquer outros elementos ou esclarecimentos necessários à apreciação do pedido, nomeadamente:

- a) A junção do termo de responsabilidade e contrato de seguro de responsabilidade civil para meio ou suporte que possa, eventualmente representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas;
- b) Autorização de outros proprietários, possuidores, locatários ou outros detentores legítimos que possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição pretendidas.

2 — A falta da indicação e ou apresentação dos elementos ou esclarecimentos solicitados, no prazo de 15 dias, no âmbito do número anterior, implica o arquivamento do processo.

Artigo 7.º

Pareceres

1 — Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária, esteja sob a jurisdição de outra entidade, deve a Câmara Municipal solicitar, nos 30 dias seguintes à entrada do requerimento, ou nos 15 dias seguintes à junção dos elementos complementares a que se refere o artigo 6.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 com vista à salvaguarda dos interesses e valores que com o licenciamento se pretendam acautelar.

3 — Os pareceres solicitados devem ser emitidos no prazo de 30 dias a contar da data do ofício respectivo, findo o qual pode o procedimento prosseguir e ser proferida decisão sem tais pareceres.

Artigo 8.º

Condicionamentos e proibições ao licenciamento

1 — A afixação, inscrição ou difusão de publicidade não pode:

- a) Ofender os valores, princípios e instituições fundamentais constitucionalmente consagrados;

- b) Socorrer-se, depreciativamente, de instituições, símbolos nacionais ou religiosos ou personagens históricas;
- c) Estimular ou faça apelo à violência, bem como a qualquer actividade ilegal ou criminosa;

- d) Atentar contra a dignidade da pessoa humana;
- e) Conter qualquer discriminação em relação à raça, língua, território de origem, religião ou sexo;

- f) Utilizar linguagem obscena;
- g) Encorajar comportamentos prejudiciais à protecção do ambiente;
- h) Ter como objecto ideias de conteúdo sindical, político ou religioso;

- i) Afectar a estética ou o ambiente dos lugares ou a paisagem ou provocar a obstrução de perspectivas panorâmicas;

- j) Prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros passíveis de classificação pelas entidades públicas;

- k) Provocar o incorrecto enquadramento e integração dos elementos de publicidade propostos no edifício, nomeadamente quanto a cores, forma, dimensões, proporções, escala e materiais;

- l) Afectar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária;

- m) Prejudicar ou dificultar a circulação de veículos de socorro e emergência;

- n) Apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os da sinalização de trânsito, ou prejudicar a sua visibilidade;

- o) Prejudicar a circulação de peões, designadamente dos deficientes;

- p) Prejudicar a visibilidade de placas toponímicas;

- q) Prejudicar os acessos aos edifícios;

- r) Provocar ruído para além dos limites impostos pela legislação reguladora do ruído;

- s) Diminuir a eficácia da iluminação pública;

- t) Interferir com a operacionalidade das estações fixas de medição dos parâmetros da qualidade do ar, designadamente por alteração das condições de dispersão atmosférica e consequentes perturbações das condições de amostragem e medição.

2 — Não pode, ser licenciada a instalação, afixação ou inscrição de mensagens publicitárias sempre que se pretenda colocar em placas toponímicas e números de polícia e em sinais de trânsito, placas informativas sobre edifícios com interesse público.

3 — A instalação ou inscrição de mensagens em equipamento móvel urbano nomeadamente, papeleiras ou outros recipientes utilizados para a higiene e limpeza pública obedece ao preceituado no número anterior podendo contudo ser definido contratualmente condições de utilização ou afixação.

4 — Com vista à preservação e valorização dos espaços públicos a ocupação do espaço público com suportes ou outros meios publicitários, não é permitida sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, directa ou indirectamente, para a degradação da qualidade dos espaços públicos;

- b) Possa impedir, restringir ou interferir negativamente no funcionamento das actividades urbanas ou de outras ocupações do espaço público ou ainda quando dificulte aos utentes a fruição dessas mesmas actividades 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 Porto Moniz;

- e) Dificulte o acesso, e acção, das entidades competentes, às infra-estruturas existentes no Município, para efeitos da sua manutenção e/ou conservação.

5 — Com vista à preservação e valorização das áreas verdes a ocupação do espaço público com suportes ou outros meios publicitários, não é permitida sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, directa ou indirectamente, para a degradação da qualidade das áreas verdes;

- b) Implique a ocupação ou pisoteio de superfícies ajardinadas e zonas interiores dos canteiros;

- c) Implique afixação em árvores, designadamente com perfuração ou amarração, desde que esta não preveja elementos de protecção que salvaguardem a sua integridade;

- d) Impossibilite ou dificulte a conservação das áreas verdes.

6 — Nas áreas verdes de protecção, áreas verdes de recreio, lazer e pedagogia, designadamente parques e jardins públicos, só podem ser emitidas licenças para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nos seguintes casos:

- a) Em equipamentos destinados à prestação de serviços colectivos;

- b) Em mobiliário municipal e em mobiliário urbano das empresas concessionárias de serviços públicos.

7 — A utilização de idiomas de outros países, só é permitida, quando a mensagem tenha por destinatários exclusivos ou principais os estrangeiros, quando se trate de firmas, nomes de estabelecimentos, marcas e insígnias devidamente registadas ou de expressões referentes ao produto publicitado.

8 — Aos estabelecimentos similares de hotelaria — restaurantes, estabelecimentos de bebidas, salas de dança — não é permitida a angriação, por qualquer meio, de clientes na via pública.

9 — Sem prejuízo do estabelecido nos números anteriores não é autorizada:

a) A utilização, em qualquer caso, de materiais não biodegradáveis na afixação e inscrição de mensagens de publicidade;

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

c) A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, seja qual for o suporte que utilizem, em edifícios públicos, sedes de autarquias locais, templos, cemitérios, árvores, sinais de trânsito e elementos do mobiliário urbano;

d) A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em locais, edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico;

e) A afixação de cartazes ou afins sem suporte próprio através de colagem ou outros meios semelhantes, salvo nos casos indicados no artigo 37.º do presente Regulamento;

f) A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que violem o estabelecido no Código de Publicidade.

10 — O pedido de licenciamento é ainda indeferido se existirem débitos à Câmara por dívidas relacionadas com a publicidade e/ou outras utilizações do espaço público.

Artigo 9.º

Indeferimento

Constituem motivos de indeferimento do pedido de licenciamento:

a) A violação de disposições legais e regulamentares e ou de normas técnicas gerais e específicas aplicáveis, designadamente das previstas no presente Regulamento;

b) A verificação de impedimentos ou proibições previstas no artigo 8.º

Artigo 10.º

Audiência dos interessados

Previamente à decisão final do pedido de licenciamento, proceder-se-á à audiência prévia dos interessados nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 11.º

Decisão final

1 — A decisão sobre o pedido de licenciamento deve ser proferida no prazo de 30 dias, contado da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à decisão, nos termos dos artigos 5.º, 6.º e 7.º

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

3 — A decisão que tenha deferido o pedido de licenciamento caduca se, no prazo de 45 dias úteis a contar da respectiva notificação, não for levantado o alvará de licença de publicidade.

Artigo 12.º

Prazo e renovação da licença

1 — A licença será atribuída até ao termo do ano civil a que se reporta o licenciamento.

2 — A pedido do requerente, a licença pode ser requerida por prazo inferior.

3 — A licença requerida para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias relativas a evento a ocorrer em data determinada caducará no termo dessa data.

4 — A licença que seja concedida até ao termo do ano civil a que o licenciamento diz respeito, renova-se automática e sucessivamente por igual período, desde que o interessado pague a respectiva taxa, salvo se:

a) A Câmara Municipal notificar por escrito o titular de decisão em sentido contrário e com a antecedência mínima de 30 dias antes do termo do prazo respectivo;

b) O titular comunicar por escrito à Câmara Municipal intenção contrária e com antecedência mínima de 30 dias.

Artigo 13.º

Obrigações do titular da licença

Constituem obrigações do titular da licença de publicidade:

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

b) Retirar a mensagem publicitária e respectivo suporte, findo que seja o prazo de validade da licença ou caso não haja renovação automática;

c) Não proceder à adulteração dos elementos tal como aprovados, ou a alterações da demarcação efectuada;

d) Não proceder à transmissão da licença a outrem, salvo mudança de titularidade autorizada nos termos do presente Regulamento;

e) Não proceder à cedência da utilização da licença a outrem, mesmo que temporariamente;

f) Repor o local ou espaço de afixação, inscrição ou difusão da publicidade na situação em que se encontrava antes da emissão da licença;

g) Cumprir as prescrições estipuladas no alvará de licenciamento.

Artigo 14.º

Revogação da licença

A licença para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias pode ser revogada a todo o tempo pela Câmara Municipal sempre que:

a) Excepcionais razões de interesse público o exijam;

b) O seu titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito, nomeadamente as obrigações a que se tenha vinculado no licenciamento;

c) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação da mensagem publicitária para a qual haja sido concedida a licença, salvo no caso de painéis publicitários de exploração comercial;

d) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação do suporte publicitário para a qual haja sido concedida a licença.

Artigo 15.º

Licenciamento cumulativo

Nos casos em que a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias exija a execução de obras de construção civil sujeitas a licença ou autorização, deve esta ser requerida, cumulativamente, nos termos da legislação aplicável.

Artigo 16.º

Remoção dos suportes publicitários

1 — Em caso de caducidade ou de revogação da licença, deve o respectivo titular proceder por sua conta à remoção dos suportes publicitários no prazo de 10 dias contados, respectivamente, da cessação da licença ou da notificação do acto de revogação, devendo a remoção incluir a limpeza do local, de modo a repor as condições existentes à data de emissão da licença.

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

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

b) Desrespeito pelos termos do alvará de licenciamento, nomeadamente alteração do meio difusor, do conteúdo da mensagem publicitária ou do material autorizado a ser utilizado para a sua afixação ou inscrição, exceptuando-se o caso da substituição das mensagens em painéis publicitários de exploração comercial.

3 — Para efeitos do número anterior deve a Câmara Municipal notificar o infractor fixando-lhe o prazo de 10 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 incorre em responsabilidade contra-ordenacional sendo responsável pelo pagamento de todas as despesas correspondentes.

Artigo 17.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 ou se verifique a existência de perigo evidente para a segurança de pessoas e bens.

2 — Os proprietários ou titulares de outros direitos sobre locais onde forem afixadas, inscritas ou difundidas mensagens publicitárias em violação do preceituado no presente Regulamento podem destruir, rasgar, apagar ou por qualquer forma inutilizar e remover os suportes utilizados.

Artigo 18.º

Regime de concessão

O Município poderá conceder, mediante concurso, o exclusivo para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias na área do Município.

Artigo 19.º

Taxas

1 — Pelas licenças de publicidade ou sua renovação são devidas as taxas estabelecidas na tabela anexa ao presente Regulamento, do qual faz parte integrante.

2 — As taxas são liquidadas com o deferimento do pedido de licenciamento e pagas antes do levantamento do alvará de licença.

3 — No caso da renovação automática da licença, o pagamento da respectiva taxa será precedido da emissão de aviso e terá lugar até ao dia 31 de Janeiro do ano a que respeita, implicando o não pagamento da taxa neste prazo, a sua cobrança coerciva, ou a remoção do dispositivo e mensagem publicitária.

4 — O não pagamento da taxa determina a caducidade da licença.

Artigo 20.º

Isenções

1 — Estão isentos de taxas:

a) O Estado, seus institutos e organismos autónomos personalizados, nos termos da Lei n.º 42/98, de 6 de Agosto;

b) Outras entidades a quem a lei confira tal isenção.

2 — Poderão ainda ser isentos do pagamento de taxas, total ou parcialmente:

a) As pessoas colectivas de direito público ou de utilidade pública administrativa, os partidos políticos e os sindicatos;

b) Os sindicatos, as associações patronais, religiosas, culturais, desportivas ou recreativas legalmente constituídas, e as comissões fabriqueiras de igrejas e capelas pelas actividades que se destinem, directamente, à realização dos seus fins estatutários;

c) As instituições particulares de solidariedade social legalmente constituídas, pelas actividades que se destinem à realização dos seus fins estatutários;

d) As cooperativas, suas uniões, federações e confederações, desde que constituídas, registadas e funcionando nos termos da legislação cooperativa, relativamente às actividades que se destinem à realização dos seus fins estatutários.

3 — As isenções referidas no número anterior não dispensam o requerimento à Câmara Municipal das necessárias licenças quando devidas, nos termos da lei ou dos regulamentos municipais.

4 — As isenções referidas no n.º 2 serão concedidas por deliberação da Câmara Municipal mediante requerimento dos interessados e apresentação de prova da qualidade em que requerem e dos requisitos exigidos para a concessão da isenção.

5 — As isenções previstas no presente artigo não autorizam os beneficiários a utilizar meios susceptíveis de lesar o interesse municipal e não abrangem as indemnizações por danos causados no património municipal.

CAPÍTULO III

Suportes publicitários

SECÇÃO I

Chapas, placas, tabuletas, letras soltas ou símbolos e outros semelhantes

Artigo 21.º

Definições e dimensões

Para efeitos deste Regulamento entende-se por:

a) Chapa — suporte não luminoso aplicado ou pintado, em paramento visível e liso, com a sua maior dimensão não excedendo os 0,60 m e a máxima saliência de 0,03 m;

b) Placa — suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, e não excedendo na sua maior dimensão 1,50 m;

c) Tabuleta — suporte não luminoso, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, com mensagem publicitária nas faces com a sua maior dimensão não excedendo 0,50 m de largura e 0,40 m de altura;

d) Letras soltas ou símbolos — mensagem publicitária não luminosa directamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas.

Artigo 22.º

Condições de aplicação de chapas

A aplicação de chapas com mensagens publicitárias, não pode ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas.

Artigo 23.º

Condições de aplicação de placas

1 — A aplicação de placas não pode exceder a altura dos gradeamentos ou outras zonas vazadas em varandas.

2 — As placas não poderão ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas.

Artigo 24.º

Condições de aplicação das tabuletas

1 — Não podem ser afixadas tabuletas a menos de 3 m de outra tabuleta previamente licenciada.

2 — A colocação de tabuletas em balanço, total ou parcial, sobre espaços do domínio público só será consentida se forem observadas as seguintes distâncias:

a) Distância mínima do bordo inferior das tabuletas em relação ao solo — 3 m no caso de existir passeio e 5,5 m nas restantes situações;

b) Distância mínima do bordo exterior das tabuletas em relação ao lancil do passeio — 0,50 m;

c) Distância das tabuletas em relação ao plano marginal do edifício deverá ter em consideração as características da rua e situar-se entre 0,50 m e 1 m.

Artigo 25.º

Condições de aplicação das letras soltas ou símbolos

1 — As letras soltas ou símbolos não poderão ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas.

2 — As letras soltas ou símbolos não poderão exceder 0,40 m de altura e 0,10 m de saliência.

SECÇÃO II

Telas, painéis, mupis e semelhantes

Artigo 26.º

Definições

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por:

a) Tela — suporte flexível possuindo, ou não, moldura ou similar, afixado em fachada ou em empena de edifício;

b) Painel — suporte constituído por moldura e respectiva estrutura fixada directamente no solo;

c) Mupi — tipo específico de mobiliário urbano destinado a publicidade de tipo estático, mecânico ou digital, podendo em alguns casos conter também informação.

Artigo 27.º

Condições de instalação

1 — Salvo em casos especiais, devidamente fundamentados, as telas, os painéis, os mupis e semelhantes não podem ser afixados em edifícios nem ser colocados em frente de vãos dos mesmos.

2 — Quando afixados em tapumes, vedações ou elementos congéneres, os painéis deverão ser sempre nivelados.

3 — A estrutura de suporte deve ser metálica e na cor mais adequada ao ambiente e estética do local.

4 — O painel conterà obrigatoriamente no canto inferior direito uma placa identificativa do titular da licença e o número de alvará.

5 — Após o deferimento do pedido, o levantamento do respectivo alvará de licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil, sendo o titular da licença responsá-

vel por todos os danos resultantes da instalação e pela manutenção destes suportes publicitários.

Artigo 28.º

Dimensão dos painéis

1 — Os painéis devem ter as seguintes dimensões, excluindo a moldura:

- a) 4 m de largura por 3 m de altura;
- b) 8 m de largura por 3 m de altura;
- c) 2,40 m de largura por 1,75 m de altura.

2 — Podem ser licenciados, a título excepcional, painéis com outras dimensões desde que não seja posto em causa o ambiente e a estética dos locais pretendidos.

3 — A distância entre a moldura dos painéis e o solo não pode ser inferior a 2,50 m.

4 — Os painéis podem ter saliências, desde que:

- a) Não ultrapassem na sua totalidade 0,50 m para o exterior na área central e 1 m² de superfície;
- b) Não ultrapassem 0,50 m de balanço em relação ao seu plano;
- c) A distância entre a parte inferior da saliência e o solo não seja inferior a 3 m.

Artigo 29.º

Outras disposições

1 — As telas, painéis, mupis e semelhantes não poderão manter-se no local sem publicidade por mais de 30 dias.

2 — Em caso de incumprimento do disposto no número anterior, deve o titular da licença ser notificado para no prazo de oito dias a contar da notificação, proceder à remoção dos suportes e materiais em causa, sob pena da Câmara Municipal poder proceder a essa remoção, debitando-lhe todos os custos.

3 — É obrigatória a colocação nos dispositivos gráficos e ou publicitários, em local visível, da identificação do titular da respectiva licença e o número de alvará.

SECÇÃO III

Bandeirolas

Artigo 30.º

Definição

Para efeitos deste Regulamento entende-se por bandeirola todo o suporte afixado em poste, candeeiro ou outra estrutura semelhante.

Artigo 31.º

Dimensões

1 — As bandeirolas devem ter uma das seguintes dimensões:

- a) 1,20 m de altura por 0,80 m de largura como limites máximos;
- b) 1 m de altura por 0,60 m de largura como limites mínimos.

2 — Poderão ser licenciadas, a título excepcional devidamente fundamentado, bandeirolas com outras dimensões desde que não fique posta em causa a visibilidade da sinalização de trânsito, nem o ambiente e a estética dos locais pretendidos.

Artigo 32.º

Condições de instalação

1 — As bandeirolas só podem ser colocadas em posição perpendicular à via.

2 — A distância entre a parte inferior das bandeirolas e o solo não pode ser inferior a 3 m havendo passeios ou 4,50 m inexistindo passeios.

3 — A distância entre a fachada do edifício mais próximo e o bordo exterior das bandeirolas não pode ser inferior a 2 m.

SECÇÃO IV

Faixas, pendões e outros semelhantes

Artigo 33.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento entende-se por faixas, pendões e outros semelhantes, todo o meio publicitário constituído por tecido ou tela, fixado temporariamente em poste, candeeiro ou outro semelhante.

Artigo 34.º

Condições de instalação

A colocação de faixas, pendões e outros semelhantes não pode constituir perigo para a circulação pedonal e rodoviária, devendo a distância entre a parte inferior e o solo não ser inferior a 3 m.

SECÇÃO V

Cartazes, dísticos colantes e outros semelhantes

Artigo 35.º

Definição

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por cartaz, dístico colante e outros semelhantes, todo o meio publicitário temporário, constituído por papel ou tela, colocado ou por outro meio afixado directamente em local que confine com a via pública.

Artigo 36.º

Condições de aplicação

Só poderão ser afixados cartazes, dísticos colantes ou outros semelhantes, nos seguintes locais:

- a) Tapumes ou outras vedações provisórias pertença dos interessados ou com autorização devidamente comprovada dos titulares do direito sobre os mesmos;
- b) Locais do domínio público ou privado, desde que o interessado apresente a devida autorização para o efeito.

SECÇÃO VI

Toldos

Artigo 37.º

Definição

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por toldo toda a cobertura amovível que sirva para abrigar do sol ou da chuva e onde estejam afixadas mensagens publicitárias, aplicável a galerias, arcadas, vãos de portas, janelas, vitrinas e montras.

Artigo 38.º

Condições de aplicação e de manutenção

1 — A colocação de toldos terá em conta o disposto na legislação e regulamentação de natureza urbanística e obedecerá às seguintes condições:

- a) Os toldos não poderão ter balanço superior à largura dos passeios, reduzida de 0,40 m nem exceder 2 m;
- b) Qualquer parte dos toldos deve ficar a, pelo menos, 2,50 m acima do passeio ou da soleira da porta;
- c) A configuração do toldo deverá ter em conta o ambiente e a estética do local em que se situa o estabelecimento.

2 — É obrigatório manter os toldos em bom estado de conservação e limpeza.

SECÇÃO VII

Anúncios luminosos, iluminados, electrónicos e semelhantes

Artigo 39.º

Definição

Para efeitos deste 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 fonte de luz;
- c) Anúncio electrónico — sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens e ou com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo.

Artigo 40.º

Condições de aplicação

A colocação de anúncios a que se refere o artigo anterior sobre o espaço do domínio público deve respeitar as seguintes distâncias mínimas:

- a) Distância da parte inferior dos anúncios em relação ao solo — 3 m;

b) Distância medida na horizontal dos anúncios em relação ao bordo exterior do lancil do passeio — 0,50 m;

c) Distância medida na horizontal do plano exterior dos anúncios em relação à faixa de rodagem se delimitada por pintura, berma e/ou valeta (caso não exista passeio) — 0,50 m.

Artigo 41.º

Estrutura, termo de responsabilidade e seguro

1 — As estruturas ou suportes dos anúncios luminosos, iluminados, electrónicos ou semelhantes instalados em edifícios e em espaços afetos ao domínio público ou privado devem ser na cor mais adequada ao ambiente e estética do local.

2 — Após o deferimento do pedido, o levantamento da respectiva licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil, sendo o titular da licença responsável por todos os danos resultantes da instalação e manutenção dos dispositivos publicitários.

SECÇÃO VIII

Publicidade sonora

Artigo 42.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por publicidade sonora toda a difusão de mensagens publicitárias que utilize altifalantes ou outra aparelhagem, de som através de emissões na ou para a via ou espaço público.

Artigo 43.º

Condições de licenciamento

1 — A difusão de publicidade através de meios sonoros fixos ou móveis é objecto de licenciamento temporário, devendo observar a legislação em vigor, nomeadamente a legislação sobre ruído.

2 — A difusão de publicidade sonora não está sujeita a licenciamento municipal por ocasião de festas tradicionais, sem prejuízo do respeito pelos limites referidos no número anterior.

SECÇÃO IX

Publicidade móvel

Artigo 44.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento, considera-se publicidade móvel, a inscrição, afixação ou difusão de mensagens publicitárias em:

a) Veículos, atrelados e outros meios de locomoção, utilizados para o exercício exclusivo da actividade publicitária, como tal designados por unidades móveis publicitárias;

b) Veículos, atrelados e outros meios de locomoção que ostentem mensagens publicitárias relacionada, ou não, com a actividade que desempenham.

Artigo 45.º

Limites

Na publicidade móvel pode-se fazer uso de material sonoro respeitando os limites impostos na legislação sobre ruído.

Artigo 46.º

Estacionamento

1 — No exercício da actividade publicitária, as unidades móveis publicitárias não podem permanecer estacionadas em local público por período superior a 24 horas.

2 — A unidade móvel publicitária que seja também emissora de som não pode estacionar dentro dos aglomerados urbanos, salvo se tiver o equipamento de som desligado.

Artigo 47.º

Autorização e seguro

1 — Sempre que o suporte publicitário utilizado na publicidade móvel exceda as dimensões do veículo, atrelado ou outro meio de locomoção, é obrigatoriamente junto ao requerimento inicial, a que se refere o artigo 5.º do presente Regulamento, uma autorização para esse efeito, emitida pela entidade competente que deverá estar de acordo com o Código da Estrada.

2 — Após o deferimento do pedido, o levantamento da licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil.

3 — É obrigatória a colocação, em local visível, do número do alvará da licença e a identificação do respectivo titular.

Artigo 48.º

Entidade competente para o licenciamento

1 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em veículos automóveis, atrelados, transportes públicos e outros meios de locomoção, que circulem na área do Município, carece de licenciamento, a conceder pela Câmara Municipal do Porto Moniz, nos termos do presente Regulamento e da demais legislação aplicável, sempre que o proprietário ou possuidor do veículo ali tenha residência, sede, delegação ou qualquer outra forma de representação.

2 — As unidades móveis publicitárias, no exercício da actividade publicitária, carecem sempre de licenciamento, independentemente de os respectivos proprietários ou possuidores terem, ou não, residência, sede, delegação ou qualquer outra forma de representação na área do Município.

Artigo 49.º

Cálculo da publicidade

A publicidade móvel será taxada por veículo de acordo com a tabela anexa.

SECÇÃO X

Publicidade aérea

Artigo 50.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento, considera-se publicidade aérea a afixação, inscrição ou difusão temporária de mensagens publicitárias em:

a) Veículos aéreos, nomeadamente, aviões, helicópteros, zepelins, balões, parapentes e pára-quedas;

b) Suportes publicitários aéreos cativos, nomeadamente, insufláveis, balões e semelhantes sem contacto com o solo, mas a ele espia-dos, e que para sua exposição no ar careçam de gás.

Artigo 51.º

Condições de licenciamento

1 — Não pode ser licenciada a afixação, inscrição ou instalação de publicidade aérea que invada espaço sujeito a servidões militares ou aeronáuticas, excepto se o pedido de licenciamento for acompanhado de autorização prévia das entidades com jurisdição sobre esse espaço.

2 — A publicidade aérea não pode ser acompanhada de difusão de publicidade sonora.

3 — Serão observados os princípios e as condições de ocupação do espaço público, previstos em lei ou Regulamento Municipal, relativamente aos meios de apoio e aos suportes publicitários aéreos cativos, instalados no solo.

4 — Após o deferimento do pedido, o levantamento da licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil, sendo o titular da licença responsável por todos os danos resultantes da utilização destes suportes publicitários.

5 — A Câmara Municipal pode exigir, se achar conveniente, parecer do Serviço Regional de Protecção Civil.

SECÇÃO XI

Exposição de artigos no exterior dos estabelecimentos

Artigo 52.º

Licenciamento

1 — A exposição de artigos no exterior dos respectivos estabelecimentos carece de licenciamento quando haja ocupação de espaço público, não podendo, contudo, prejudicar a circulação pedonal, o ambiente e a estética dos respectivos locais.

2 — A exposição de jornais, revistas, livros e postais poderá fazer-se excepcionalmente nas fachadas dos prédios ou nos locais de venda, carecendo do necessário licenciamento.

3 — Pode ainda, no âmbito do comércio tradicional, ser licenciada a exposição de artigos no espaço exterior dos estabelecimentos comerciais, tendo em conta o ambiente e a estética dos respectivos locais e desde que não prejudique a circulação de peões.

SECÇÃO XII

Artigo 53.º

Máquinas de venda automática

1 — A colocação de máquinas de venda automática no exterior dos estabelecimentos, quando contenham mensagens publicitárias, carece de licenciamento, sempre que aquelas estejam colocadas em espaço público ou sejam deste perceptíveis.

2 — A colocação de máquinas de venda automática no exterior dos estabelecimentos não pode prejudicar a circulação viária e pedonal e deve salvaguardar o ambiente e a estética dos locais.

SECÇÃO XIII**Remoção da publicidade**

Artigo 54.º

Remoção

1 — Decorrido o prazo da validade da licença, a publicidade de que trata o presente Regulamento deve ser removida pelos titulares da licença no prazo de 10 dias.

2 — A remoção deverá ser complementada com a limpeza necessária do local, de modo a repor as condições existentes à data da emissão da licença.

3 — Em caso de incumprimento a remoção poderá ser executada pela Câmara Municipal, a expensas do titular da licença.

CAPÍTULO IV**Fiscalização e sanções**

Artigo 55.º

Fiscalização

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, incumbe aos serviços de fiscalização camarária zelar para o cumprimento do disposto no presente Regulamento.

Artigo 56.º

Infracções ao Código da Publicidade

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

Artigo 57.º

Contra-ordenações, coimas e sanções acessórias

1 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não tenha sido precedida de licenciamento assim como a violação dos artigos 8.º e 9.º do Regulamento constituem contra-ordenações puníveis com coima de 150 euros a 1250 euros para pessoas singulares, e de 300 euros a 2500 euros para pessoas colectivas.

2 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não respeite as prescrições do licenciamento, designadamente quanto ao meio difusor, ao conteúdo da mensagem publicitária ou ao material autorizado constitui contra-ordenação punível com coima de 100 euros a 750 euros para pessoas singulares e de 200 euros a 1500 euros para pessoas colectivas.

3 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença constitui contra-ordenação punível com coima de 150 euros a 1250 euros para pessoas singulares e de 300 euros a 2500 euros para pessoas colectivas.

4 — A não remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e ou dentro do prazo fixado para esse efeito constitui contra-ordenação punível com coima de 150 euros a 1250 euros para pessoas singulares e de 300 euros a 2500 euros para pessoas colectivas.

5 — Para efeitos do disposto no presente artigo presume-se responsável pela contra-ordenação o anunciante, salvo se este, no prazo de 10 dias após a recepção da notificação da infracção, identificar outrem.

6 — Para efeitos das contra-ordenações previstas nos n.ºs 1 e 4 do presente artigo, entende-se que os proprietários ou titulares de outros direitos sobre bens do domínio privado que neles permitam a afixação, inscrição ou difusão de publicidade não licenciada, agem em participação com o anunciante ou com quem por este for identificado nos termos do número anterior.

7 — Em função da gravidade da infracção e da culpa do agente, são aplicáveis as sanções acessórias previstas no Regime Geral das Contra-Ordenações, nos termos aí estabelecidos.

8 — Em caso de reincidência os limites mínimos e máximos das coimas poderão ser elevados para o dobro.

9 — A tentativa e a negligência são puníveis.

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

CAPÍTULO V**Disposições finais**

Artigo 58.º

Delegação de competências

Todas as competências previstas no presente Regulamento podem ser delegadas.

Artigo 59.º

Dúvidas e omissões

Os casos omissos e as dúvidas suscitadas na interpretação e aplicação do presente Regulamento, que não possam ser resolvidas pelo recurso aos critérios legais de interpretação e integração de lacunas, serão resolvidas por deliberação camarária.

Artigo 60.º

Planos de pormenor

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

Artigo 61.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 ao disposto no Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 62.º

Norma revogatória

Com a entrada em vigor do presente Regulamento ficam revogadas todas as disposições de regulamentos, posturas ou normas internas deste município que disponham sobre as mesmas matérias e com este estejam em contradição.

Artigo 63.º

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor quinze dias após a sua publicação na II Série do Diário da República.

Artigo 64.º

Regime transitório

1 — As licenças de publicidade até à entrada em vigor deste Regulamento serão reanalisadas pelos serviços, de forma a adaptá-las às regras do presente Regulamento.

2 — No corrente ano, as taxas devidas por licenças anuais de renovação automática serão liquidadas no prazo de 90 dias a contar da data da entrada em vigor do presente Regulamento.

ANEXO

Tabela de taxas

Artigo 1.º

Taxas

A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias previstas no Regulamento Municipal de Publicidade, está sujeita ao pagamento das taxas constantes da presente tabela.

Artigo 2.º

Chapas, placas, tabuletas, letras soltas ou símbolos e outros semelhantes

1 — Chapas, placas e tabuletas:

a) Por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — 30 euros;

b) Por metro quadrado ou fracção e por mês ou fracção — 5 euros.

2 — Letras soltas ou símbolos:

a) Por metro quadrado ou fracção de um polígono rectangular envolvente da superfície do suporte publicitário considerado na sua globalidade, e por ano ou fracção — 30 euros;

b) Por metro quadrado ou fracção de um polígono rectangular envolvente da superfície do suporte publicitário considerado na sua globalidade, e por mês ou fracção — 5 euros.

Artigo 3.º

Telas, painéis, mupis e semelhantes

1 — Telas, painéis e semelhantes:

a) Por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção:

Não luminoso — 50 euros;

Luminoso ou iluminado — 80 euros.

b) Por metro quadrado ou fracção e por mês ou fracção:

Não luminoso — 6 euros;

Luminoso ou iluminado — 10 euros.

2 — Mupis e semelhantes:

Por metro quadrado ou fracção e por dia — 2 euros.

Artigo 4.º

Bandeirolas, faixas, pendões e outros semelhantes

Bandeirolas, faixas, pendões e outros semelhantes por cada e por dia — 2 euros.

Artigo 5.º

Cartazes, dísticos colantes e outros semelhantes

Cartazes, dísticos colantes e outros semelhantes por metro quadrado ou fracção e por dia — 0,10 euros.

Artigo 6.º

Toldos

Toldos, por metro quadrado ou fracção e por ano — 30 euros.

Artigo 7.º

Anúncios luminosos, iluminados, electrónicos e semelhantes

Anúncios luminosos, iluminados, electrónicos e semelhantes — por metro quadrado ou fracção da superfície ou de um polígono rectangular envolvente da superfície do suporte publicitário considerado na sua globalidade, e por ano ou fracção — 80 euros.

Artigo 8.º

Publicidade sonora

1 — Aparelhos de emissão sonora instalados em local fixo — por cada local de emissão e por dia — 10 euros.

2 — Aparelhos de emissão sonora instalados em viaturas ou reboques — por dia — 50 euros.

Artigo 9.º

Publicidade móvel

1 — Unidades móveis publicitárias utilizadas para o exercício exclusivo da actividade publicitária, por unidade:

Por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — 400 euros;

Por metro quadrado ou fracção e por dia ou fracção — 75 euros.

2 — Veículos (ligeiros e pesados de passageiros, mercadorias ou mistos) e ou atrelados ou outros meios de locomoção que ostentem mensagens publicitárias relacionadas, ou não, com a actividade que desempenham e que não se dediquem exclusivamente à actividade publicitária, por viatura ou unidade:

Por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — 150 euros;

Por metro quadrado ou fracção e por dia ou fracção — 30 euros.

3 — Veículos de transportes públicos e táxis, por unidade/viatura:

Por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — 50 euros;

Por metro quadrado ou fracção e por mês ou fracção — 5 euros.

Artigo 10.º

Publicidade aérea

1 — Publicidade em transportes aéreos, por m2 ou fracção — por dia — 50 euros.

2 — Dispositivos publicitários aéreos cativos, por dispositivo — por dia — 25 euros.

Artigo 11.º

Exposição de artigos no exterior dos estabelecimentos

1 — Vitrinas, expositores e outros:

Por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — 20 euros;

Por metro quadrado ou fracção e por mês ou fracção — 2 euros.

2 — Jornais, revistas, livros, postais:

Por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — 7,5 euros.

3 — Fazendas e outros objectos:

Por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — 20 euros.

Artigo 12.º

Máquinas de venda automática

Máquinas de venda automática — por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — 75 euros.

Artigo 13.º

Outros suportes publicitários

1 — Nos casos em que o suporte publicitário for apenas mensurável em medidas lineares:

Por metro linear ou fracção e por ano ou fracção — 25 euros;

Por metro linear ou fracção e por mês ou fracção — 3 euros.

2 — Nos casos de suportes publicitários não mensuráveis por qualquer das formas referidas nos artigos anteriores e no número anterior:

Por ano ou fracção — 50 euros;

Por mês ou fracção — 6 euros.

CÂMARA MUNICIPAL DA SERTÃ

Edital n.º 279/2006 (2.ª série) — AP. — *Projecto de regulamento municipal de edificações e urbanização (RMEU).* — Dr. José Paulo Barata Farinha, presidente da Câmara Municipal da Sertã, torna público, de harmonia com a deliberação de Câmara tomada em reunião ordinária realizada no passado dia 9 de Março e nos termos do disposto no artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de Novembro, que, a partir da publicação do presente edital no *Diário da República* e pelo prazo de 30 dias, irá decorrer inquérito público para recolha de sugestões sobre o projecto de regulamento acima indicado.

O projecto de regulamento, publicado em anexo, poderá ser consultado nas juntas de freguesia do município da Sertã e na Divisão de Obras e Serviços Urbanos, todos os dias úteis, durante o horário de expediente.

Para constar e devidos efeitos se passou o presente edital e outros de igual teor, que vão ser afixados nos lugares do costume.

3 de Maio de 2006. — O Presidente da Câmara, *Paulo Farinha*.

Proposta de regulamento municipal da edificação e urbanização (RMEU) sobre taxas e compensações urbanísticas para o município da Sertã.**Preâmbulo**

O novo regime jurídico da urbanização e edificação, estabelecido pelo Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de Dezembro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 177/2001, de 4 de Junho, prevê, no artigo 3.º, que os municípios aprovem regulamentos municipais de urbanização e de edificação, bem como regulamentos relativos ao lançamento e liquidação de taxas que, nos termos da lei, sejam devidas pela realização de operações urbanísticas.

Tendo presente a experiência adquirida com a aplicação do referido regime jurídico, consideram-se como objectivos a alcançar com o presente Regulamento:

— Regularizar as matérias que obrigatoriamente são impostas pelo diploma base e aquelas cuja regulamentação se impõe com vista a contribuir para uma ocupação ordenada e qualificada do território, complementando os Planos Municipais de Ordenamento do Território em vigor, através do enquadramento urbanístico, arquitectónico e técnico-construtivo das diversas operações urbanísticas;