

primeiro ano de trabalho líquido, tendo por base o salário mínimo nacional, por cada posto de trabalho líquido criado para além de cinco, desde que os mesmos postos de trabalho se mantenham por um período mínimo de cinco anos. Caso contrário o município deverá ser ressarcido do montante despendido.

2 —

Artigo 2.º

São eliminados os artigos 12.º e 13.º

Artigo 3.º

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

27 de Abril de 2007. — O Presidente da Câmara, *António Baptista Ribeiro*.

CÂMARA MUNICIPAL DE ALMODÔVAR

Aviso n.º 10 873-F/2007

António José Messias do Rosário Sebastião, presidente da Câmara Municipal de Almodôvar, torna público que, de harmonia com o disposto no artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de Outubro, e nos termos da deliberação de 26 de Abril de 2007, da Câmara Municipal de Almodôvar, que aprovou o projecto do Regulamento Municipal de Publicidade, se submete à apreciação pública, pelo prazo de 30 dias contados da data da publicação do respectivo aviso no *Diário da República*, 2.ª série, o projecto de Regulamento Municipal de Publicidade, devendo os interessados dirigir por escrito as suas sugestões à Câmara Municipal de Almodôvar.

O referido projecto de regulamento encontra-se à disposição do público, para consulta, na secretaria municipal de Almodôvar, durante o horário normal de funcionamento dos serviços.

27 de Abril de 2007. — O Presidente da Câmara, *António José Messias do Rosário Sebastião*.

Projecto de Regulamento Municipal de Publicidade

Nota justificativa

A Lei n.º 98/97, de 17 de Agosto, definiu o enquadramento geral da publicidade exterior, conferindo, às câmaras municipais, não só competência para o seu licenciamento prévio, como igualmente lhes cometeu a tarefa de definir, à luz dos objectivos fixados na Lei, os critérios que devem nortear o licenciamento da publicidade na área dos respectivos Municípios, incluindo os troços de estradas nacionais inseridos nos aglomerados urbanos.

O Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, na redacção dada pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de Maio, veio proibir a afixação de publicidade na proximidade das estradas nacionais fora dos aglomerados urbanos, mantendo-se em vigor, quanto aos casos não abrangidos pelo disposto neste diploma, o preceituado na Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações que lhe foram introduzidas pela Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto.

A ausência, na perspectiva do interesse público, de regulamentação que estabeleça as regras da actividade publicitária e respectivo licenciamento, na área do município de Almodôvar, constitui o fundamento da adopção do texto normativo que pretende sistematizar e disciplinar a matéria objecto do presente projecto regulamento.

Nestes termos, e considerando que o fenómeno publicitário é um facto que se encontra fortemente enraizado na vida social, cultural e económica das populações, revelando-se, por um lado, como um instrumento privilegiado e dinamizador da economia empresarial, como meio de divulgação de bens e serviços, por outro lado, se não for orientado de forma adequada constitui uma possibilidade, muito forte, de adulteração de panorâmicas urbanísticas, com total desrespeito pela ambiência das envolventes locais, pelo património cultural e histórico das regiões, constituindo, também, um foco de risco para a segurança das pessoas e bens, em especial, para a segurança rodoviária, porquanto desvia a atenção dos condutores, são, entre outros aspectos, causa eficiente para que o poder central tenha procedido à elaboração e aprovação de legislação, competindo às Autarquias Locais a densificação normativa, de adaptabilidade específica, em face da diversidade económico social local.

Assim, atenta a necessidade de criar condições para o licenciamento há que impor regras, neste domínio, por forma a que se demonstre a todos os destinatários intervenientes no sector, que a publicidade visa, em última análise, salvaguardar o indispensável equilíbrio entre a actividade publicitária e as exigências ditadas pelo interesse público, nomeadamente, a segurança, a estética e o enquadramento urbanístico e ambiental.

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Lei habilitante

O presente Regulamento é elaborado ao abrigo do disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa e de acordo com a Lei n.º 42/98, de 6 de Agosto, com os 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, 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.

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 Almodôvar.

2 — Para efeitos do número anterior, considera-se actividade publicitária toda a divulgação que vise dirigir a atenção do público para um determinado bem ou serviço de natureza comercial, com o fim de promover a sua aquisição.

3 — Não são consideradas actividades publicitárias, para efeitos do presente Regulamento:

- a) A divulgação de causas, instituições sociais, entidades ou actividades sem fins comerciais, nomeadamente, culturais, desportivas, recreativas, políticas, sindicais e religiosas;
- b) Mensagens e dizeres divulgados através de éditos, avisos e demais formas de sensibilização que se relacionem, directa ou indirectamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;
- c) Outros dizeres que resultem de imposição legal.

Artigo 3.º

Conceitos gerais

Para efeitos do presente Regulamento entende-se por:

- a) Publicidade — qualquer forma de comunicação feita 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, ideias, princípios, iniciativas, efectuada na área do município de Almodôvar, qualquer que seja o meio difusor ou suporte utilizado, à excepção da imprensa, da rádio e da televisão, incluindo qualquer forma de comunicação da administração pública que tenha por objectivo promover o fornecimento de bens ou serviços;
- b) Actividade publicitária — o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que efectuem as referidas operações, tais como operações de concepção, criação, produção, planificação e distribuição publicitárias;
- c) Anunciante — a pessoa singular ou colectiva no interesse de quem se realiza a publicidade;
- d) Profissional ou agência de publicidade — pessoa singular que exerce a actividade publicitária ou pessoa colectiva que tenha por objecto exclusivo o exercício da actividade publicitária;
- e) Suporte publicitário — o veículo utilizado para a transmissão da mensagem publicitária;
- f) Destinatário — a pessoa singular ou colectiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por ela, de qualquer forma, seja atingida;
- g) Anúncio electrónico — sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens e ou possibilidade de ligação a circuitos de televisão e vídeo;
- h) Anúncio iluminado — todo o suporte sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- i) Anúncio luminoso — todo o suporte que emite luz própria;
- j) Bandeira — todo o suporte afixado em poste ou candeeiro;
- k) 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;
- l) Chapa — suporte não luminoso aplicado ou pintado em parameento visível e liso com a sua maior dimensão não excedendo os 0,60 m e máxima saliência de 0,30 m;
- m) Letras soltas ou símbolos — mensagem publicitária aplicada directamente nas fachadas dos edifícios, constituída pelo conjunto

formado por suportes não luminosos, individuais para cada letra ou símbolo;

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

o) Painel — suporte constituído por moldura e respectiva estrutura fixado directamente no solo;

p) 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;

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

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

s) Cartaz — toda a mensagem publicitária ou de propaganda inscrita em papel, tela ou plástico para fixação;

t) 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.

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

Artigo 4.º

Locais e requisitos para o exercício da actividade publicitária

1 — A Câmara Municipal poderá conceder, mediante concessão, o exclusivo para afixação de mensagens publicitárias em locais determinados, tais como tapumes, muros, paredes, vedações, postes e outros suportes.

2 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nos lugares ou espaços de propriedade particular depende do consentimento do respectivo proprietário ou possuidor e deve respeitar as normas em vigor sobre protecção do património arquitectónico e do meio urbanístico, ambiental e paisagístico.

3 — Os proprietários ou possuidores de locais onde for afixada ou inscrita publicidade ilícita podem destruí-la, rasgá-la, apagá-la ou inutilizá-la de qualquer forma.

4 — Todos os anúncios e reclamos permitidos pelo presente Regulamento deverão ser escritos em português, salvo no caso de designação de firmas e marcas. No caso de se utilizar outra língua o português terá de figurar em destaque.

Artigo 5.º

Propaganda em campanha eleitoral

1 — Nos períodos de campanha eleitoral, a Câmara Municipal colocará à disposição das forças concorrentes espaços especialmente destinados à sua propaganda, os quais constituirão meios e locais adicionais para a mesma.

2 — A distribuição dos referidos espaços será feita de forma equitativa.

3 — Até 30 dias do início de cada campanha, a Câmara publicará editais onde constem os locais em que poderá ser afixada a dita propaganda política.

4 — A afixação de propaganda política é livre, não carecendo de licença prévia da Câmara, devendo porém respeitar os limites e proibições do artigo 4.º da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto.

5 — A propaganda referida no número anterior, está sujeita a licenciamento, quando a referida afixação exija obras de construção civil.

CAPÍTULO II

Regime de licenciamento

Artigo 6.º

Licenciamento prévio

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em bens ou espaços afectos ao domínio público, ou nas fachadas dos edifícios, muros ou outros suportes com eles confinantes, carece de licenciamento prévio pela Câmara Municipal.

2 — Exceptuam-se do disposto no número anterior:

a) Os anúncios ou reclamos colocados ou afixados dentro dos estabelecimentos ou no interior das montras de exposição, desde que neles comercializados ou fabricados;

b) Os anúncios temporários de venda ou arrendamento de imóveis, desde que neles localizados;

c) Os dizeres que resultem de imposição legal.

Artigo 7.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 tráfego;

f) Não prejudicar a circulação de peões, especialmente dos deficientes.

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 e sinais de trânsito;

d) A circulação de peões, especialmente de pessoas com mobilidade condicionada;

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 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 ou susceptíveis de virem a ser classificados;

b) Imóveis onde funcionem exclusivamente serviços públicos;

c) Imóveis contemplados com prémios de arquitectura;

d) Imóveis classificados de interesse nacional ou municipal;

e) Templos ou cemitérios;

f) Árvores e espaços verdes.

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

Artigo 10.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 11.º

Publicidade nas vias municipais

1 — 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 m do limite exterior de faixa de rodagem;

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

2 — É proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nas placas centrais das rotundas, quer dentro, quer fora das áreas urbanas.

Artigo 12.º

Publicidade sonora

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

CAPÍTULO III

Processo de licenciamento

Artigo 13.º

Pedido de licenciamento

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

- 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;
- A indicação do tipo de publicidade;
- A identificação exacta do local a utilizar na afixação, inscrição ou difusão da mensagem publicitária;
- O período pretendido para a licença.

2 — Ao requerimento deve ser junto, em duplicado:

- Memória descritiva, com indicação dos materiais, formas e cores;
- Desenho do meio suporte, com indicação da forma, dimensão, e ou balanço de afixação e distâncias relativamente ao solo e ao extremo do respectivo passeio;
- Fotografias a cores no formato mínimo de 10 × 15 cm, indicando o local previsto quanto à afixação, apresentadas em suporte de papel A4, ou fotomontagem esclarecedora do pretendido quanto à afixação do suporte publicitário, apresentada em suporte de papel A4;
- Fotomontagem esclarecedora do pretendido quanto à afixação do suporte publicitário, apresentada em suporte de papel A4;
- No caso de suportes publicitários a colocar em fachada de edifício, 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;
- Planta de localização, fornecida pela Câmara Municipal, com indicação precisa do local previsto para a respectiva instalação;
- Outros documentos que o requerente entenda esclarecem a sua pretensão.

3 — O pedido de licenciamento deve ser instruído com documento comprovativo de que o requerente é titular de qualquer direito sobre o bem ou bens que lhe permita neles afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária.

4 — O pedido de licenciamento de telas, painéis, mupis e semelhantes deve ainda ser acompanhado de documento comprovativo de que o requerente exerce a actividade publicitária.

5 — O disposto no número anterior não se aplica aos casos em que a publicidade a afixar, inscrever ou difundir diga respeito à actividade exercida no local em que se pretende implantar, o suporte publicitário, devendo, contudo, fazer-se prova de que esse local se encontra devidamente licenciado para o exercício de tal actividade.

6 — Na falta de apresentação de qualquer dos elementos instrutores referidos nos números anteriores, deve o requerente ser notificado para, no prazo de 15 dias, fazer a sua junção ao processo, sob pena de indeferimento liminar do pedido.

Artigo 14.º

Elementos complementares

1 — Até à decisão final, pode solicitar-se ao requerente a indicação ou a apresentação de quaisquer outros elementos ou esclarecimen-

tos necessários à apreciação do pedido, estabelecendo-se um prazo de 15 dias para o efeito.

2 — A falta da indicação ou apresentação dos elementos ou esclarecimentos solicitados nos termos do número anterior implica o arquivamento do processo.

Artigo 15.º

Pareceres

1 — Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar, inscrever ou difundir 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 anterior, parecer sobre o pedido de licenciamento.

2 — Sem prejuízo do número anterior, a Câmara Municipal pode, sempre que entenda necessário, solicitar pareceres a outras entidades, com vista à salvaguarda dos interesses e valores que pretenda acautelar no licenciamento.

3 — Os pareceres solicitados devem ser emitidos no prazo de 30 dias, contados da data do envio do ofício à entidade a consultar, findo o qual serão considerados pareceres favoráveis.

4 — No caso de os pareceres não serem emitidos no prazo previsto no número anterior, o procedimento pode prosseguir e vir a ser decidido sem aqueles.

Artigo 16.º

Indeferimento

Constituem motivos de indeferimento do pedido de licenciamento:

- A violação de disposições legais e regulamentares e ou de normas técnicas gerais e específicas aplicáveis, designadamente as previstas no presente Regulamento;
- A verificação das restrições previstas nos artigos 8.º, 9.º, 10.º e 11.º

Artigo 17.º

Audiência dos interessados

Antes da decisão final sobre o pedido de licenciamento, deve proceder-se à audiência dos interessados, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 18.º

Decisão final

1 — A decisão sobre o pedido de licenciamento deve ser proferida no prazo de 20 dias contados da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à decisão.

2 — A decisão deve ser precedida de parecer dos serviços técnicos.

3 — Em caso de deferimento, a notificação da decisão deve ser enviada ao requerente no prazo de oito dias e incluir a indicação do local e do prazo para o levantamento do alvará de licença e para o pagamento da taxa respectiva.

4 — A decisão que tenha deferido o pedido de licenciamento, caduca se, no prazo de 20 dias a contar da respectiva notificação, não for levantado o alvará de licença de publicidade.

Artigo 19.º

Licença de publicidade

1 — A licença será 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 — A licença emitida para a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias relativas a evento a ocorrer em período determinado caducará no termo desse período.

4 — A licença atribuída nos termos do n.º 1 do presente artigo renova-se automaticamente pelo período de um ano e, findo este, automática e sucessivamente por iguais períodos, desde que o titular pague a respectiva taxa, salvo se:

- A Câmara Municipal notificar, por escrito, o titular, com a antecedência mínima de 30 dias, de decisão em sentido contrário;
- O titular comunicar, por escrito, à Câmara Municipal, com a antecedência mínima de 30 dias, intenção em sentido contrário.

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

Artigo 20.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) Repor o local ou espaço de afixação, inscrição ou difusão da publicidade na situação em que se encontrava antes da emissão da licença;
- d) Cumprir as prescrições estipuladas no alvará de licenciamento.

Artigo 21.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 aquando do 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, mupis e outros suportes de natureza semelhante;
- d) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação do suporte publicitário para o qual haja sido concedida a licença.

Artigo 22.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 23.º

Remoção

1 — Em caso de caducidade ou de revogação da licença, deve o respectivo titular proceder à remoção da publicidade, bem como dos respectivos suportes ou materiais, 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 — A Câmara Municipal pode ordenar a remoção da publicidade e dos respectivos suportes ou materiais sempre que se verifique que esta foi afixada, inscrita ou difundida sem prévio licenciamento.

3 — Para efeitos do número anterior deve a Câmara Municipal notificar os infractores, fixando-lhes um prazo de 10 dias para procederem à remoção da publicidade e dos respectivos suportes.

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

Artigo 24.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 da publicidade e dos respectivos suportes ou materiais, 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 25.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.

Artigo 26.º

Custos de remoção

Os custos de remoção da publicidade e dos respectivos suportes ou materiais serão sempre suportados pela entidade responsável pela sua afixação, inscrição ou difusão.

Artigo 27.º

Taxas

1 — Pelas licenças de publicidade ou sua renovação são devidas taxas estabelecidas na tabela anexa ao Regulamento de Liquidação e Cobrança das Taxas, Licenças, Tarifas e Prestação de Serviços em vigor.

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 no 1.º trimestre do ano a que respeita, implicando o não pagamento neste prazo a sua cobrança coerciva ou a remoção do suporte e mensagem publicitária.

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

CAPÍTULO IV

Suportes publicitários

SECÇÃO I

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

Artigo 28.º

Definições e dimensões

Para efeitos do presente 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 0,30 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 mensagens publicitárias 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 29.º

Condições de aplicação das chapas

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

Artigo 30.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 31.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 do bordo exterior 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 32.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 33.º

Definições

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por:

a) Tela — suporte 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, de tipo estático, mecânico ou digital;

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

Artigo 34.º

Condições de instalação

1 — Salvo em casos especiais devidamente fundamentados, os painéis, 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 conterá, obrigatoriamente, no canto inferior direito uma placa identificativa do titular da licença e o número do alvará.

5 — Após o deferimento do pedido, o levantamento do respectivo alvará de licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato do seguro de responsabilidade civil, sendo o titular da licença responsável por todos os danos resultantes da instalação e pela manutenção destes suportes publicitários.

Artigo 35.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 de altura.

2 — Excepcionalmente, podem ser licenciados 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 de 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 36.º

Outras disposições

1 — Os painéis, mupis e semelhantes não poderão manter-se 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 10 dias, proceder à remoção dos suportes e materiais em causa,

sob pena de a Câmara Municipal proceder a essa remoção, a expensas daquele.

3 — Nos mupis e semelhantes deve indicar-se o número do alvará e a identificação do titular da licença.

SECÇÃO III

Bandeirolas, faixas, pendões e outros suportes semelhantes

Artigo 37.º

Definições

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

a) Bandeirola — todo o suporte de afixação de mensagens publicitárias fixado em poste, candeeiro ou outra estrutura semelhante;

b) Faixa, pendão e outros suportes semelhantes — todo o suporte publicitário constituído por tecido ou tela, fixado temporariamente em poste, candeeiro ou outro semelhante.

Artigo 38.º

Dimensões das bandeirolas

1 — A dimensão da bandeirola tem como limites:

- 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, em situações excepcionais, devidamente fundamentadas, bandeirolas com outras dimensões, desde que não se ponha em causa a visibilidade da sinalização de trânsito nem o ambiente e a estética dos locais.

Artigo 39.º

Condições de instalação

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

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

3 — A distância entre a parte inferior das bandeirolas, faixas, pendões e outros suportes semelhantes e o solo não pode ser inferior a 3 m, no caso de existir passeio, e a 5,5 m nas restantes situações.

SECÇÃO IV

Cartazes, dísticos colantes e outros semelhantes

Artigo 40.º

Definição

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por cartaz, dístico colante e outros semelhantes, todo o meio publicitário, constituído por papel ou outro material similar.

Artigo 41.º

Condições de aplicação

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

a) Tapumes ou outras vedações provisórias, contanto que sejam propriedade dos interessados ou que estes sejam titulares de autorização que lhes confira o direito à afixação;

b) Locais do domínio público ou privado, desde que o interessado apresente a devida autorização.

SECÇÃO V

Toldos

Artigo 42.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por toldo 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 43.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 onde se situa o estabelecimento.

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

SECÇÃO VI

Anúncios luminosos, iluminados, electrónicos e semelhantes

Artigo 44.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

- a) Anúncio luminoso — todo o suporte que emita luz própria;
- b) Anúncio iluminado — todo o suporte sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma 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 45.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 46.º

Taxas devidas por anúncios luminosos, iluminados, electrónicos e semelhantes

Ao licenciamento inicial e às renovações previstas no artigo 44.º do presente Regulamento são aplicáveis as taxas estabelecidas no anexo que faz parte integrante deste Regulamento.

Artigo 47.º

Estrutura responsabilidade e seguro

1 — As estruturas ou suportes dos anúncios luminosos, iluminados, electrónicos ou semelhantes instalados em espaços afectos ao domínio público ou privado devem ter a cor mais adequada ao ambiente estética do local.

2 — Após deferimento do pedido, o levantamento do respectivo alvará 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 VII

Publicidade Sonora

Artigo 48.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 directas na ou para a via/espaço público.

Artigo 49.º

Condições de licenciamento

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

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

SECÇÃO VIII

Publicidade móvel

Artigo 50.º

Definição

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

- a) Veículos e ou atrelados utilizados para o exercício exclusivo da actividade publicitária, como tal designados por unidades móveis publicitárias;
- b) Veículos e ou atrelados e outros meios de locomoção que ostentem mensagens publicitárias relacionadas, ou não, com a actividade que desempenham.

Artigo 51.º

Limites

1 — Na publicidade móvel pode-se fazer uso de material sonoro desde que se respeitem os limites impostos na legislação do ruído.

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

3 — As unidades móveis publicitárias que sejam emissoras de som também não podem estacionar dentro dos aglomerados urbanos, salvo se tiverem o equipamento de som desligado.

Artigo 52.º

Residência, sede e delegação

1 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em veículos e ou atrelados e outros meios de locomoção que circulem na área do município carece de licenciamento, a conceder pela Câmara Municipal, nos termos do presente Regulamento e da demais legislação aplicável, sempre que os respectivos proprietários ou possuidores aí tenham 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.

SECÇÃO IX

Publicidade aérea

Artigo 53.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 espigados, e que para a sua exposição no ar careçam de gás.

Artigo 54.º

Condições de licenciamento

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

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, previsto 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 publicidade licenciada.

SECÇÃO X

Máquinas de venda automática

Artigo 55.º

Licenciamento

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 XI

Campanhas publicitárias de rua

Artigo 56.º

Definição

1 — Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por campanhas publicitárias de rua todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémera, que impliquem acções de rua e de contacto directo com o público, nomeadamente as que consistam em:

- a) Distribuição de panfletos;
- b) Distribuição de produtos;
- c) Provas de degustação;
- d) Ocupações de via/espaço público com objectos ou equipamentos de natureza publicitária ou de apoio.

2 — As campanhas publicitárias de rua carecem de licenciamento, não podendo prejudicar a circulação viária e pedonal, o ambiente e a estética dos respectivos locais.

3 — É obrigatória a remoção de todos os panfletos, invólucros de produtos, ou quaisquer outros resíduos resultantes de cada campanha, abandonados na via pública ou espaço público.

4 — No pedido de licenciamento para as campanhas publicitárias de rua que impliquem a ocupação do espaço público com dispositivos de natureza publicitária, para além dos documentos indicados no n.º 2, do artigo 13.º do presente Regulamento, devem juntar-se em duplicado, ainda, os seguintes:

- a) Memória descritiva da área a ocupar, com indicação dos materiais, forma e cores;
- b) Desenho do dispositivo de natureza publicitária ou de apoio, com indicação da forma, dimensões e balanço de afixação, quando for o caso;
- c) Fotografia a cores ou fotomontagem ou, aposta em folha A4, indicando o local previsto para a ocupação e a integração do dispositivo na envolvente (quando for o caso);
- d) Planta de localização com identificação do local previsto.

CAPÍTULO VI

Fiscalizações, sanções e disposições finais

Artigo 57.º

Fiscalização

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

Artigo 58.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 estatuído nos artigos 38.º e 39.º do mesmo diploma legal.

Artigo 59.º

Contra-ordenações

1 — Constitui contra-ordenação punível com coima a violação de quaisquer regras constantes no 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 — A determinação da coima, das sanções acessórias e às regras do processo aplicam-se as disposições constantes no 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 justifiquem 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 60.º

Coimas

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não tenha sido precedido de licenciamento é punível com coima de 150,00 euros a 1250,00 euros para pessoas singulares e de 300,00 euros a 2500,00 euros 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 100,00 euros a 750,00 euros para pessoas singulares e de 200,00 euros a 1500,00 euros para pessoas colectivas.

3 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença é punível com coima de 150,00 euros a 1250,00 euros para pessoas singulares e de 300,00 euros a 2500,00 euros para pessoas colectivas.

4 — A não remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e ou dentro do prazo fixado para esse efeito é punível com coima de 250,00 euros a 1500,00 euros para pessoas singulares e de 400,00 euros a 3000,00 euros 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 100,00 euros a 750,00 euros para pessoas singulares e de 200,00 euros a 1500,00 euros para pessoas colectivas.

6 — Para efeitos das contra-ordenações previstas nos números anteriores 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 comparticipação com o anunciante ou com quem por este for identificado nos termos do número anterior.

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

8 — 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 considerar-se a situação económica do agente, o benefício obtido pela prática da infracção, e a existência ou não de reincidência.

9 — A aplicação das coimas a que se referem os números anteriores é da competência do Presidente da Câmara.

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

Artigo 61.º

Sanções acessórias

1 — O presidente da Câmara 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.

Artigo 62.º

Falta de licença ou remoção

1 — O pagamento da coima nos termos do artigo 59.º por falta de licença não exonera o transgressor de requerer a respectiva licença municipal, nos termos do presente Regulamento.

2 — Iguualmente o pagamento da coima por falta de remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e ou dentro do prazo fixado para esse efeito não exonera o transgressor de proceder à sua remoção.

Artigo 63.º

Planos de pormenor

Os planos de pormenor ou outros planos de ordenamento a vigorem na área do município poderão estabelecer disposições específicas sobre suportes publicitários, em complemento às disposições do presente Regulamento.

Artigo 64.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 60 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 65.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 66.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 67.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 68.º

Entrada em vigor

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

ANEXO

Artigo único

1 — Anúncios luminosos, iluminados e semelhantes, por metro quadrado ou fracção da superfície de um polígono rectangular envolvente da superfície do suporte publicitário considerado na sua globalidade:

- a) Por ano — 20,00 euros;
- b) Por mês — 3,00 euros

2 — Anúncios electrónicos e semelhantes, por metro quadrado ou fracção da superfície de um polígono rectangular envolvente da superfície do suporte publicitário considerado na sua globalidade:

- a) Por ano — 200,00 euros;
- b) Por mês — 30,00 euros.

Aviso n.º 10 873-G/2007

António José Messias do Rosário Sebastião, presidente da Câmara Municipal de Almodôvar, torna público que, de harmonia com o disposto no artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo,

aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de Outubro, e nos termos da deliberação de 26 de Abril de 2007, da Câmara Municipal de Almodôvar, que aprovou o projecto do Regulamento Municipal de Hospedagem, se submete à apreciação pública, pelo prazo de 30 dias contados da data da publicação do respectivo aviso no *Diário da República*, 2.ª série, o projecto de Regulamento Municipal de Hospedagem, devendo os interessados dirigir por escrito as suas sugestões à Câmara Municipal de Almodôvar.

O referido projecto de regulamento encontra-se à disposição do público, para consulta, na secretaria municipal de Almodôvar, durante o horário normal de funcionamento dos serviços.

27 de Abril de 2007. — O Presidente da Câmara, *António José Messias do Rosário Sebastião*.

Projecto de Regulamento Municipal de Hospedagem**Nota justificativa**

Com a entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 167/97, de 4 de Junho, na redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 305/99, de 6 de Agosto, pelo Decreto-Lei n.º 55/2002, de 11 de Março, e pelo Decreto-lei n.º 217/2006, de 31 de Outubro, passou a ser competência da Assembleia Municipal, sob proposta da Câmara Municipal, a elaboração do regulamento referente à instalação, exploração e funcionamento dos estabelecimentos de hospedagem.

A oferta turística incorpora todo o tipo de equipamentos e serviços capazes de proporcionar o acolhimento e permanência de visitantes. De entre aqueles, apresenta especial destaque o alojamento, nomeadamente os estabelecimentos de hospedagem, vulgarmente designados por alojamento particular.

A actividade de hospedagem, a par da instalação e funcionamento dos empreendimentos turísticos, constitui um recurso de complementaridade ao alojamento e prestação de serviços conexos, que pode assumir importante função estrutural.

Com efeito, o concelho de Almodôvar, pretende dar a conhecer as suas potencialidades turísticas e belezas naturais e culturais, devendo providenciar no sentido de criar todas as condições que permitam o acolhimento de todos aqueles que aqui se deslocam e permanecem temporariamente, apostando na divulgação e promoção da qualidade da oferta dos estabelecimentos de hospedagem.

É neste contexto que se pretende dinamizar o investimento dos estabelecimentos de hospedagem, designados por hospedarias, casas de hóspedes e quartos particulares, por constituírem uma alternativa mais diversificada de oferta de alojamento.

Com o presente Regulamento pretende-se estabelecer um quadro que abranja as diversas unidades de alojamento, que respeite as exigências de ordem legal, de estética e de conforto, na medida em que um bom acolhimento do visitante poderá potenciar a repetição da visita.

Assim, nos termos do n.º 8 do artigo 112.º e do artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, da alínea a) do n.º 2 do artigo 53.º e da alínea a) do n.º 7 do artigo 64.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, com as alterações que lhe foram introduzidas pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro, do n.º 1 do artigo 79.º do Decreto-Lei n.º 167/97, de 4 de Junho, foi elaborado o presente projecto de Regulamento Municipal de Instalação e Funcionamento dos Estabelecimentos de Hospedagem, que depois de aprovado pelo órgão executivo será submetido à apreciação pública pelo prazo de 30 dias, conforme disposto nos artigos 117.º e 118.º do Código do Procedimento Administrativo e será publicitado por edital a afixar nos lugares de estilo e no sítio da internet da Câmara Municipal de Almodôvar, para os efeitos previstos no artigo 91.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.

CAPÍTULO I**Âmbito****Artigo 1.º****Noção de estabelecimentos de hospedagem**

1 — São considerados estabelecimentos de hospedagem, nos termos e para os efeitos consignados neste Regulamento, os alojamentos particulares que, sendo postos à disposição de pessoas que neles se queiram hospedar, não sejam integrados em estabelecimentos que explorem serviço de alojamento, nem possam ser classificados em qualquer dos tipos de empreendimentos previstos nos Decretos-Leis n.ºs 167/97, de 4 de Julho, e 54/2002, de 11 de Março.