



## MUNICÍPIO DE CÂMARA DE LOBOS

### Regulamento n.º 824/2019

*Sumário:* Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público de Câmara de Lobos.

#### **Regulamento de publicidade e ocupação do espaço público de Câmara de Lobos**

António Bruno de Freitas Coelho, Vereador com o Pelouro do Urbanismo e Ordenamento do Território, da Câmara Municipal de Câmara de Lobo, torna público que, a Assembleia Municipal, em sessão ordinária realizada em 30 de setembro de 2019, ao abrigo do artigo 241.º, da Constituição da República Portuguesa, e no uso da competência conferida pela alínea g), do n.º 1, do artigo 25.º, da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, na atual redação, aprovou o Regulamento de publicidade e ocupação do espaço público de Câmara de Lobos, cujo projeto e proposta, foram aprovados pela Câmara Municipal, em reuniões realizadas em 10 de janeiro e 26 de agosto de 2019, respetivamente.

Nos termos do artigo 139.º, do Código do Procedimento Administrativo, publica-se o referido regulamento, cujo teor é o seguinte:

#### **Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público de Câmara de Lobos**

##### Preâmbulo

O regime aplicável à publicidade e ocupação do espaço público do Município de Câmara de Lobos, atualmente constante do Regulamento Municipal de Publicidade e Outras Utilizações do Espaço Público do Município de Câmara de Lobos, publicado através do Aviso n.º 20511/2010, de 15 de outubro, encontra-se desatualizado face às normativas especiais em vigor.

Com a entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho, que estabeleceu os princípios e as regras para simplificar o livre acesso e exercício das atividades de serviços realizadas em território nacional, foi aprovado o Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 141/2012, de 11 de julho e pelo Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro, e adaptado à Região Autónoma da Madeira pelo Decreto Legislativo Regional n.º 30/2016/M de 18 de julho, que no âmbito da iniciativa «licenciamento zero», simplificou vários regimes relacionados com as atividades económicas. Neste campo de ação simplificou o regime de ocupação do espaço público e da afixação e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, substituindo, em determinadas finalidades, o licenciamento por uma mera comunicação prévia no balcão do empreendedor, se em cumprimento dos limites gerais pré-estabelecidos e critérios municipais pré-definidos, ou, quando desconformes com os limites, mas conformes com os critérios, sujeitando a autorização do Município. Nas restantes finalidades mantendo-se o regime geral de licenciamento.

Para efeitos do disposto no n.º 4, do artigo 11.º, do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril alterado pelo Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro, para verificar se existe interesse relevante na definição de novos critérios de isenção, devem ser ouvidas as seguintes entidades, designadamente, a Secretaria Regional da Economia Turismo e Cultura — Direção Regional da Economia e Transportes, Direção Regional do Turismo e Direção Regional da Cultura, a Secretaria Regional dos Assuntos Parlamentares e Europeus — Direção Regional de Estradas, a Secretaria Regional do Ambiente e Recursos Naturais — Instituto das Florestas e Conservação da Natureza, IP-RAM, e a Polícia de Segurança Pública.

Nos termos do artigo 99.º, do Código do Procedimento Administrativo, na atual redação, e fazendo uma ponderação dos custos e dos benefícios das medidas projetadas, verifica-se que os benefícios decorrentes dos horários de funcionamento ao abrigo do presente Regulamento são claramente superiores aos custos que lhe estão associados. Conclui-se assim, que as regras regulamentares criadas não oneram significativamente ou de forma desproporcionada os interesses dos profissionais dos diversos setores de atividade, criando novas especificidades de contexto que

se integra no direito à integridade física e a um ambiente de vida humana sadio e ecologicamente equilibrado e, através destes, no direito à saúde e qualidade de vida.

Para cumprimento do disposto na Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, alterado pela Lei n.º 23/2000, de 23 de agosto, e alterado pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, pelo Decreto-Lei n.º 141/2012, de 11 de julho e pelo Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro, e adaptado à Região Autónoma da Madeira pelo Decreto Legislativo Regional n.º 30/2016/M, de 18 de julho, o Regulamento municipal deve alterar-se para conformação com as novas simplificações.

Para os efeitos previstos no artigo 112.º, e ao abrigo do poder regulamentar disposto no artigo 241.º, ambos da Constituição da República Portuguesa, no exercício das competências cometidas à Câmara Municipal, nos termos previstos na alínea g), do n.º 1, do artigo 25.º, conjugada com a alínea k) do n.º 1, do artigo 33.º, da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, na atual redação, foi elaborado o seguinte projeto de Regulamento a submeter à Câmara Municipal.

Em reunião de Câmara realizada em 22 de setembro de 2016, foi aprovado o início de procedimento de elaboração do presente, cujo período para apresentação de contributos e constituição de interessados decorreu entre 06 de outubro a 17 de novembro de 2016, o qual, apesar de amplamente divulgado, não obteve a apresentação de quaisquer contributos.

Em reunião de Câmara realizada em 26 de agosto de 2019, foi aprovada a versão final do regulamento, submetendo-o, sob forma de proposta, a votação da Assembleia Municipal.

Em sessão da Assembleia Municipal realizada em 30 de setembro de 2019 foi aprovado o presente regulamento.

## TÍTULO I

### Cláusulas introdutórias

#### Artigo 1.º

##### Lei Habilitante

O presente Regulamento tem como lei habilitante o artigo 1.º, 3.º e 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, alterada pela Lei n.º 23/2000, de 23 de agosto, e pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 141/2012, de 11 de julho, e pelo Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro, bem como o disposto na alínea qq) do n.º 1 do artigo 33.º da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, na atual redação.

#### Artigo 2.º

##### Âmbito

1 — O presente Regulamento define o regime aplicável à ocupação do espaço público no território do Município de Câmara de Lobos, exceto nas situações dispostas no artigo seguinte e outras previstas em diferentes Regulamentos municipais ou definidas por lei geral ou específica.

2 — O presente Regulamento define, também, o regime aplicável à afixação e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial no território do Município de Câmara de Lobos.

3 — Regulamenta, ainda, a afixação e inscrição de mensagens de propaganda política, eleitoral e sindical no Município.

#### Artigo 3.º

##### Exclusão do âmbito de aplicação

1 — O presente Regulamento não se aplica:

a) À utilização do domínio público para fins de eventos, arraiais, festas tradicionais, atividades similares, incluindo as barracas, roulotes ou quiosques, os mastros de arraiais, os palcos, os

estrados, as esplanadas, as bandeiras ou decoração alusiva, entre outros elementos desde que associados ao evento, salvo as exceções contidas no artigo 39.º do presente regulamento.

b) À utilização do domínio público, designadamente da via pública, jardins e demais lugares públicos, para realização de acampamentos ocasionais, incluindo campismo e caravanismo;

c) À utilização do domínio público para instalação de recintos itinerantes e improvisados, respetivamente, onde se inclui circos ambulantes, carrosséis, praças de touros ambulantes, pavilhões de diversão, pistas de carros de diversão e outros divertimentos mecanizados, bem como tendas, barracões, palanques, estrados e palcos e bancadas provisórias;

d) À utilização do domínio público para a instalação de atividade de comércio e prestação de serviços de caráter não sedentário;

e) À utilização do domínio público para realização de feiras e mercados;

f) À utilização da via pública para realização de provas de caráter desportivo ou festivo, ou outras atividades que possam afetar o trânsito ou colocar restrições ao trânsito dos peões nos passeios;

g) À utilização do domínio público por motivo de obras em prédios privados, incluindo contentores para lixo e entulho, estaleiros, tapumes ou andaimes;

h) À utilização do domínio público por quaisquer edificações ou instalações por particulares nos termos do Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação e Regulamentos municipais, mesmo que se enquadrem como de escassa relevância urbanística;

i) À utilização do domínio público por condutas ou outras obras destinadas à instalação de redes de infraestruturas, no espaço aéreo, solo e subsolo.

2 — Excetua-se do acima qualquer tipo de publicidade, que está sujeita aos devidos procedimentos previstos no presente regulamento.

3 — Não se aplica o presente Regulamento, ainda e no que concerne à afixação e inscrição de mensagens publicitárias, aos seguintes casos:

a) Aos dizeres que resultam de imposição legal, a indicação de marcas, dos preços ou da qualidade, colocados nos artigos à venda no interior dos estabelecimentos e neles comercializados;

b) À publicidade de instituições de crédito e sociedades financeiras;

c) À publicidade do Estado, pela rádio e imprensa, que se rege por diploma próprio;

d) A identificação e divulgação de atividades profissionais no local do seu exercício, desenvolvidos pelas farmácias de oficina, pelos laboratórios de análises clínicas, pelos revisores oficiais de conta, pelos solicitadores, entre outros, desde que contendo meras indicações informativas;

e) A publicidade em veículos que, embora transitem no Município, pertençam a individuais ou empresas com residência permanente, sede, delegação ou representação noutro Município;

f) À publicidade em veículos pesados de transporte público de passageiros, identificativa da empresa correspondente, conforme legislação específica;

g) Aos anúncios com a simples indicação de venda ou arrendamento de imóveis;

h) À identificação de organismos públicos, instituições, cooperativas e outras, desde que relativos à atividade que prosseguem;

i) À identificação dos edifícios;

j) À propaganda religiosa;

k) À divulgação de eventos ou atividades cuja organização pertence à Câmara Municipal, às Juntas de Freguesias, às associações sem fins lucrativos e a outras entidades públicas;

l) Aos demais dizeres que resultem de disposições legais.

#### Artigo 4.º

##### Definições

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

a) Anúncio — suporte instalado nas fachadas dos edifícios, com mensagem publicitária em uma ou ambas as faces, com ou sem iluminação;

- b) Anúncio eletrónico — o sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de TV, vídeo e similares;
- c) Anúncio iluminado — suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- d) Anúncio luminoso — suporte publicitário que emite luz própria;
- e) Área contígua à fachada do estabelecimento — zona do passeio pedonal imediatamente adjacente à fachada do estabelecimento até uma distância de 2,00 m, medida na perpendicular à mesma, não excedendo a largura da fachada do respetivo estabelecimento;
- f) Balão, insuflável, zepelin, blimpe e suportes análogos — todos os suportes que, para a sua exposição no ar, careçam de gás, podendo estabelecer-se a ligação ao solo por elementos de fixação e que respeitam as condições de utilização a que está sujeita as servidões do espaço aéreo;
- g) Balcão do Empreendedor — balcão único eletrónico acessível através do Portal da Empresa, que permite a qualquer prestador ou destinatário de serviços, o acesso por via eletrónica às autoridades administrativas competentes;
- h) Banca — qualquer estrutura amovível não enquadável na definição de quiosque ou equipamento próprio para exposição de produtos, não destinados ao exercício de qualquer atividade económica, mesmo que se realizem venda a título acessório;
- i) Bandeira — insígnia inscrita em pano, de uma ou mais cores, identificativa de países, entidades, organizações e outros, ou com fins comerciais;
- j) Bandeirola — suporte publicitário rígido, predominantemente de maior dimensão vertical e afixado lateralmente em poste ou estrutura idêntica;
- k) Barraca — estrutura desmontável, feita em madeira ou ferro, destinada à exposição ou divulgação de produtos ou atividades, não destinados a fins de exercício de atividade económicas;
- l) Campanha publicitária de rua/distribuição de publicidade — todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémero, que impliquem ações no espaço público e o contato direto com o público, que ocorrem através da distribuição de panfletos, produtos, provas de degustação, brindes ou ocupações de via pública com objetos ou equipamentos de natureza publicitária ou de apoio;
- m) Cartaz, dístico colante ou outro — suporte de mensagem publicitária inscrita em papel, tela ou outro material similar, colado ou afixado;
- n) Cavalete — suporte móvel apoiado pousado no pavimento, destinado à afixação de informações relativas à atividade do estabelecimento, habitualmente colocado junto da entrada do mesmo ou na sua proximidade e habitualmente com duas faces.
- o) Chapa ou Placa — suporte rígido, não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento;
- p) Coluna publicitária — suporte de publicidade urbano de forma predominantemente cilíndrica, dotada de iluminação interior, apresentando por vezes uma estrutura dinâmica que permite a rotação das mensagens publicitárias;
- q) Contentor de resíduos — elemento destinado à recolha de resíduos que serve de apoio ao estabelecimento, à esplanada ou a outro elemento de mobiliário urbano, excluindo-se desta definição os contentores de resíduos de obras ou de resíduos sólidos urbanos e ecopontos;
- r) Coreto — estrutura metálica ou de madeira, amovível, destinada à realização de atividades diversas culturais, sociais e de divulgação, não destinados a fins de exercício de atividades económicas;
- s) Empena — parede lateral de um edifício, sem vãos;
- t) Equipamento de climatização — equipamentos para controlo da temperatura e da qualidade do ar interior;
- u) Equipamento urbano — elementos instalados no espaço público ou visível deste, com função específica de assegurar a gestão das estruturas e sistemas urbanos, entre outros, sinalização rodoviária, candeeiros de iluminação pública, armários técnicos, pilaretes e similares;
- v) Espaço Público — área de acesso e de uso coletivo, afeta ao domínio público que inclui o espaço aéreo, solo e subsolo;

- w) Esplanada aberta — instalação no espaço público de mobiliário urbano sem qualquer tipo de proteção fixa ao solo, de apoio de uma atividade económica;
- x) Esplanada coberta — instalação no espaço público de mobiliário urbano de apoio a uma atividade económica, protegido com estrutura amovível de sombreamento fixa ao solo, podendo incluir estrado e outros elementos de proteção contra agentes climatéricos, tais como guarda-vento;
- y) Esplanada fechada — instalação no espaço público de mobiliário urbano de apoio a uma atividade económica, protegido dos agentes climatéricos com construção aligeirada e encerrada, mesmo que qualquer dos elementos da estrutura/cobertura seja rebatível, extensível ou amovível;
- z) Estrado — estrutura apoiada sobre o solo, destinada à constituição de superfície plana e horizontal, de caráter provisório para apoio a esplanada;
- aa) Expositor — estrutura ou equipamento próprio para apresentação de produtos comercializados no interior do estabelecimento comercial, instalado em espaço público;
- bb) Fachada — alçado do edifício;
- cc) Faixa ou fita — suporte publicitário temporário, de uma só face, em material não rígido, de formato retangular, fixo nos lados de menor dimensão de forma não oscilante e paralelo ao suporte de fixação, destacada da fachada do edifício;
- dd) Floreira — vaso ou recetáculo para plantas destinado ao embelezamento, marcação ou proteção do espaço público;
- ee) Friso — barra retangular, predominantemente horizontal, instalada na fachada destinada a publicidade, que, contrariamente à pala, não se projeta sobre o espaço público;
- ff) Guarda-vento — armação que protege do vento o espaço ocupado por uma esplanada;
- gg) Letras soltas ou símbolos — conjunto de letras soltas ou símbolos recortados, formado por elementos rígidos, com ou sem iluminação, podendo ser monoface ou biface, fixado nas fachadas dos edifícios ou a outros elementos, mensagem publicitária não luminosa, diretamente aplicada nas fachadas, nas montras, nas portas ou janelas;
- hh) Lona ou Tela — dispositivo de suporte de mensagem publicitária inscrita em tela, lona ou outro material similar, não rígido, monoface, afixada nas empenas dos edifícios ou outros suportes de fixação;
- ii) Mobiliário Urbano — as coisas, projetadas ou apoiadas no espaço público, destinadas a uso público, que prestam um serviço coletivo ou que complementam uma atividade, ainda que de modo sazonal ou precário;
- jj) Mupi — peça de mobiliário urbano biface, dotada de iluminação interior, concebida para servir de suporte à afixação de cartazes publicitários;
- kk) Ocupação do espaço público — qualquer implantação, ocupação, difusão, instalação, afixação ou inscrição, promovida por suportes publicitários ou mobiliário urbano, ou outros meios de utilização do espaço público, no solo, espaço aéreo, fachadas e empena e coberturas dos edifícios;
- ll) Ocupação ocasional — aquela que se efetua ocasionalmente e destinada ao exercício de atividades promocionais de natureza comercial, lúdica, didática ou cultural, de campanhas de sensibilização ou qualquer outro evento, recorrendo à utilização de estruturas de exposição de natureza diversa, tais como tendas, pavilhões, estrados, circos, carrosséis, veículos, reboques e outros similares;
- mm) Painel e Outdoor — suporte publicitário rígido, singular ou coletivo, constituído por estrutura própria fixada diretamente ao solo, de face única, dupla ou tripla, estático ou rotativo, com ou sem iluminação, com ou sem moldura, para afixação de mensagens publicitárias ou informação;
- nn) Pala — elemento rígido, predominantemente horizontal, fixo aos paramentos das fachadas, destinado a mensagens publicitárias, concebido como estrutura autónoma e sempre de caráter provisório;
- oo) Palco — estrutura em madeira ou ferro, desmontável e amovível, destinada à realização de atividades culturais diversas, que pode ou não dispor de cobertura, não destinados a fins de exercício de atividades económicas;

*pp*) Pendão — suporte não rígido, que permanece oscilante, com dimensão vertical igual ou superior à dimensão horizontal, mas predominantemente vertical, fixado em poste ou estrutura semelhante;

*qq*) Percurso pedonal — canal de circulação contínuo e desimpedido de obstruções, preferencialmente retilíneo, com largura não inferior a 1,20 m ao nível do pavimento e 2,40 m de altura;

*rr*) Plataforma de acesso — estrutura em madeira ou ferro, desmontável e amovível, destinada a permitir o acesso entre pontos distintos;

*ss*) Projeção publicitária — publicidade com recursos à emissão de imagens, estáticas ou em movimento, projetadas sobre fachadas, empenas ou superfícies edificadas;

*tt*) Promoção institucional — mensagens relativas à divulgação de informação de entidades públicas, realização de campanhas e/ou eventos de caráter social, cultural e cívico, desportivo ou recreativo, podendo admitir-se a referência residual a patrocinadores e /ou parceiros;

*uu*) Propaganda Eleitoral — toda a atividade que vise direta ou indiretamente promover candidaturas, seja atividade dos candidatos, dos subscritores das candidaturas ou de partidos políticos que apoiem as diversas candidaturas, bem como a publicação de textos ou imagens que expressem ou reproduzam o conteúdo dessa atividade;

*vv*) Propaganda Política — atividade de natureza ideológica ou partidária de cariz não eleitoral que vise direta ou indiretamente promover os objetivos desenvolvidos pelos seus subscritores;

*ww*) Propaganda sindical — toda a atividade que vise diretamente, de forma organizada, defender os interesses profissionais de determinados grupos profissionais;

*xx*) Publicidade — qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, ou de promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições. Considera-se ainda publicidade qualquer forma de comunicação da administração pública, não prevista anteriormente, que tenha por objetivo, direto ou indireto, promover o fornecimento de bens e serviços;

*yy*) Publicidade móvel — publicidade que recorre a veículos e meios terrestres, aquáticos ou aéreos, para divulgação de mensagens publicitárias, equipado ou não com estruturas próprias para afixação de mensagens publicitárias ou de informação;

*zz*) Publicidade sonora — atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária;

*aaa*) Quiosque — elemento do mobiliário urbano, de construção aligeirada, composto de um modo geral, por base, balcão, corpo e proteção, e não destinados a fins de exercício de atividades económicas;

*bbb*) Rampa — estrutura em material diverso, mas rígido, entre patamares distintos, garantindo um acesso pedonal ou viária, inclinado;

*ccc*) Sanefa — elemento vertical de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, em arcadas ou vãos vazados de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida mensagem publicitária;

*ddd*) Suporte publicitário — meio utilizado para a afixação ou inscrição de uma mensagem publicitária;

*eee*) Tabuleta — suporte não luminoso, rígido, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, que permite a afixação de mensagens publicitárias em ambas as faces;

*fff*) Toldo — elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas ou portas de estabelecimentos comerciais ou serviços, no qual pode estar inserida mensagem publicitária;

*ggg*) Totem — suporte publicitário, normalmente de dupla face, predominantemente de forma retangular e de maior dimensão vertical, com ou sem iluminação, com ou sem sistema eletrónico associado e podendo ser rotativo;

*hhh*) Vinil — suporte de mensagem publicitária inscrita em plástico aderente/autocolante;

*iii*) Vitrina — mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, colocado nas fachadas dos estabelecimentos comerciais, onde se expõem ou se afixam objetos e produtos.

## TÍTULO II

### Ocupação do espaço público e publicidade

#### Artigo 5.º

##### Objetivo

1 — O disposto no presente Título visa definir as regras gerais e especiais, bem como os procedimentos e os critérios para a ocupação do espaço público e para a afixação e inscrição de mensagens publicitárias, bem como as regras e critérios para outras ocupações temporárias do espaço público, igualmente enquadradas neste diploma nos termos definidos pelo artigo 2.º e 3.º

2 — A aplicação das restantes regras e critérios condiciona o enquadramento da situação a um regime face ao disposto no Capítulo III, IV e VI.

## CAPÍTULO I

### Regras Gerais

#### Artigo 6.º

##### Segurança de pessoas e bens

A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público e a afixação e inscrição de mensagens publicitárias, não é permitida sempre que:

- a) Prejudique a segurança de pessoas e bens, nomeadamente na circulação pedonal e rodoviária;
- b) Prejudique a saúde e o bem-estar de pessoas, nomeadamente por reproduzir níveis de ruído acima dos admissíveis por lei;
- c) Prejudique a visibilidade dos automobilistas sobre a sinalização de trânsito, as curvas, cruzamentos, entroncamentos e acesso a edificações ou a outros espaços;
- d) Apresente mecanismos, disposições, formatos ou cores que possam confundir, distrair ou provocar o encadeamento, dos peões ou automobilistas;
- e) Afete ou diminua a eficácia da iluminação pública;
- f) Interfira 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;
- g) Prejudique a visibilidade sobre a paisagem natural ou humanizada;
- h) Prejudique a circulação dos peões, designadamente dos cidadãos portadores de deficiência;
- i) Seja pretendida em placas toponímicas e números de polícia, em sinais de trânsito e em placas informativas sobre edifícios com interesse público, pondo em causa ou prejudicando a sua adequada visualização;
- j) Dificulte o acesso dos peões a edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos.

#### Artigo 7.º

##### Preservação e valorização dos espaços públicos

A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público e a afixação e inscrição de mensagens publicitárias, não é permitida sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade dos espaços públicos, bem como para um mau estado de conservação e salubridade dos espaços;

- b) Possa impedir, restringir ou interferir negativamente no funcionamento das atividades urbanas ou de outras utilizações do espaço público, ou ainda quando dificulte aos utentes a fruição dessas mesmas atividades em condições de segurança e conforto;
- c) Contribua para a descaraterização da imagem e da identidade dos espaços e dos valores urbanos, naturais ou construídos, emblemáticos do concelho;
- d) Dificulte o acesso e ação, das entidades competentes, às infraestruturas existentes no Município para efeitos da sua manutenção e/ou conservação;
- e) Dificulte o acesso a casas de espetáculo, pavilhões desportivos, edifícios públicos, bem como a visibilidade das montras dos estabelecimentos comerciais, ou a circulação pedonal;
- f) Dificulte o acesso ou a visibilidade de imóveis classificados ou em vias de classificação e hospitais, estabelecimentos de saúde, de ensino ou outros serviços públicos, locais de culto, cemitérios, elementos de estatuária e arte pública, fontes, fontanários e chafarizes;
- g) Dificulte o acesso a edifícios, jardins e praças;
- h) Dificulte a utilização de mobiliário urbano;
- i) Dificulte a ação dos concessionários que operam à superfície ou no subsolo.

#### Artigo 8.º

##### **Preservação e valorização dos sistemas de vistas**

A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público e a afixação e inscrição de mensagens publicitárias, não é permitida sempre que possa originar obstruções ou intrusões visuais, ou concorra para a degradação da qualidade do espaço, nomeadamente:

- a) Prejudique as panorâmicas das frentes urbanas relativas ao Mar;
- b) Prejudique as panorâmicas usufruídas a partir dos miradouros e a qualidade visual da envolvente destes locais;
- c) Prejudique a beleza ou enquadramento dos monumentos e edifícios de interesse público.

#### Artigo 9.º

##### **Preservação dos valores históricos e patrimoniais**

1 — A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público e a afixação e inscrição de mensagens publicitárias, não é permitida sempre que se refira a:

- a) Edifícios, monumentos ou locais de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, templos ou cemitérios, núcleos de interesse histórico;
- b) Imóveis classificados ou em vias de classificação, nomeadamente os de interesse público, nacional ou municipal;
- c) Locais em que se sobreponha a cunhais, pilastras, cornijas, desenhos, pinturas, painéis de azulejos, esculturas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo;
- d) Todas as restantes áreas protegidas patrimonialmente, assim como o seu enquadramento orgânico, natural ou construído, definidos nos termos da legislação aplicável;
- e) Imóveis contemplados com prémios de arquitetura;
- f) A templos religiosos, incluindo cemitérios.

2 — As interdições previstas no número anterior podem não ser aplicadas quando a mensagem publicitária se circunscreva à identificação da entidade e da atividade por esta desenvolvida.



Artigo 10.º

**Preservação e valorização das áreas verdes**

1 — A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de ocupação do espaço público, e a afixação e inscrição de mensagens publicitárias, não é permitida sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade das áreas verdes;
- b) Implique a ocupação ou passagem sobre superfícies ajardinadas e zonas interiores dos canteiros;
- c) Implique afixação em árvores, designadamente com perfuração ou amarração, desde que esta não preveja elementos de proteção que salvaguardem a sua integridade;
- d) Impossibilite ou dificulte a conservação das áreas verdes.

2 — Nas Áreas Verdes de Proteção, de Recreio, de Lazer ou Pedagogia, designadamente Parques e Jardins Públicos e Quintas e Jardins Históricos, só podem ser emitidas licenças para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, ou outros meios de utilização do espaço público, nos seguintes casos:

- a) Em equipamentos destinados à prestação de serviços coletivos;
- b) Em mobiliário municipal e em mobiliário urbano das empresas concessionárias de serviços públicos.

Artigo 11.º

**Garantia dos direitos de terceiros e manutenção dos materiais**

1 — É proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, em qualquer bem privado sem o consentimento dos proprietários, possuidores ou detentores dos mesmos.

2 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, bem como a ocupação do espaço público não é permitida sempre que possa causar danos irreparáveis nos materiais ou equipamentos onde se pretende aplicar, designadamente no revestimento exterior dos edifícios, nos muros, nas coberturas, nos pavimentos, bem como em outros suportes.

CAPÍTULO II

**Regras Especiais**

Artigo 12.º

**Centros Históricos**

1 — A ocupação do espaço público e a afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial situada nos Centros Históricos do Município de Câmara de Lobos, conforme delimitação em sede de Plano Diretor Municipal, e nas zonas especiais definidas pela Câmara, está sujeita aos regimes previstos no presente regulamento com as seguintes especificidades:

- a) Toldos e respetivas sanefas — devem ser rebatíveis, em lona, de um só pano de cobertura, sempre agrupados numa única cor, podendo variar nos tipos de equipamentos nas tonalidades entre a cor branca e bege;
- b) Guarda-sóis — devem ser possíveis de fechar, a cobertura deve ser em lona, sempre agrupada numa única cor, podendo variar as tonalidades entre a cor branca e bege;
- c) Mesas e cadeiras de esplanadas — devem ser sempre de madeira ou imitação, na cor castanha, podendo conter a estrutura de suporte em alumínio na sua cor natural e podendo variar nos modelos e na tonalidade de castanhos;



d) Floreiras — devem ser sempre na cor verde-escuro, em qualquer material ou forma, não devendo exceder 0,80 m x 0,80 m e 0,80 m de altura, devendo as floreiras serem sempre incluídas na zona de esplanada;

e) Guarda-ventos — devem ser sempre em vidro temperado, sem moldura, fixos ao pavimento por suportes adequados, não devendo exceder uma altura máxima de 1,20 m.

f) Estrados — devem ser sempre em madeira ou imitação, na cor castanho-escuro.

2 — Nos Centros Históricos não é permitida a afixação de publicidade no mobiliário urbano acima referido, para além do nome do respetivo estabelecimento.

3 — As regras e as especificidades acima referidas poderão ser alteradas ou complementadas por descrição e/ou desenho técnico dado a conhecer por afixação de edital e pela publicação de anúncio em página oficial eletrónica da Câmara Municipal.

### Artigo 13.º

#### Iluminação Publicitária

Em atenção à obtenção de uma melhor iluminação publicitária dos Centros Históricos e à revalorização luminosa dos imóveis, preferencialmente deve optar-se por iluminação de projeção indireta, com a colocação de pontos de luz para o efeito, instalados em varandas e outros elementos salientes de modo a não serem perceptíveis das vias respetivas.

### Artigo 14.º

#### Suportes publicitários

1 — Em toda a área dos Centros Históricos de Câmara de Lobos, não é permitida a afixação de cartazes nas fachadas dos edifícios ou fora dos locais especialmente destinados a esse fim, à exceção de divulgação de informações de interesse público pela Autarquia.

2 — Também não é permitida a ocupação do espaço público com painéis, outdoor, mupi, totem, colunas publicitárias, bandeiras, bandeirolas e pendões, suportes aéreos e palas, à exceção de situações destinadas à divulgação de informações de interesse público pela Autarquia.

3 — Poderá a Autarquia autorizar exceções ao acima, devidamente justificadas pelos interessados e pela autarquia, mediante requerimento prévio, atempado, dos interessados e desde que fiquem salvaguardados as regras gerais definidas neste regulamento.

## CAPÍTULO III

### Critérios aplicáveis

#### SECÇÃO I

#### Critérios para instalação de mobiliário urbano

### Artigo 15.º

#### Condições de instalação e manutenção de um toldo e da respetiva sanefa

1 — A instalação de um toldo e da respetiva sanefa deve respeitar as seguintes condições:

a) Devem ser adaptados ao formato do respetivo vão onde serão colocados;

b) Em passeio de largura superior a 2,00 m, devem deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio;

c) Em passeio de largura inferior a 2,00 m, devem deixar livre um espaço igual ou superior a 0,50 m em relação ao limite externo do passeio;

- d) Devem observar uma distância do solo igual ou superior a 2,50 m, mas nunca resultar acima do nível do piso do estabelecimento comercial a que pertencam;
- e) Não devem exceder um avanço superior a 3,00 m;
- f) Não devem exceder os limites laterais da fachada do respetivo estabelecimento;
- g) As sanefas não devem exceder 0,20 m de altura e devem ser fixadas em todo o comprimento do toldo, sendo que o seu limite inferior deve observar uma distância do solo igual ou superior a 2,50 m.

2 — Os toldos devem ser rebatíveis, preferencialmente, devendo ser utilizado material de cobertura em lona, de um só plano de cobertura, de uma única cor, preferencialmente branco ou bege.

3 — As sanefas devem ser da mesma cor dos toldos.

4 — Os toldos só poderão ser instalados ao nível do rés-do-chão dos edifícios.

5 — O toldo e a respetiva sanefa não podem ser utilizados para pendurar ou afixar qualquer tipo de objetos.

#### Artigo 16.º

##### Condições de instalação e manutenção de uma esplanada aberta

1 — Na instalação de uma esplanada aberta deve respeitar-se as seguintes condições:

- a) Ser contígua à fachada do respetivo estabelecimento;
- b) A ocupação transversal não pode exceder a largura da fachada do respetivo estabelecimento;
- c) Deixar um espaço mínimo de diâmetro de 1,50 m, para permitir a realização de uma manobra rotação, na frente do vão de porta, para garantir o acesso livre e direto à entrada do estabelecimento;
- d) Não alterar a superfície do passeio onde é instalada;
- e) Não ocupar mais de 50 % da largura do passeio onde é instalada;
- f) Garantir um corredor para peões de largura igual ou superior a 1,50 m contados:
  - i) A partir do limite externo do passeio, em passeio sem caldeiras;
  - ii) A partir do limite interior ou balanço do respetivo elemento mais próximo da fachada do estabelecimento, em passeios com caldeiras ou outros elementos ou tipos de equipamento urbano.

2 — O explorador do estabelecimento é o responsável pelo estado de limpeza dos passeios e das esplanadas abertas na parte ocupada e na faixa contígua de 3,00 m.

3 — O mobiliário urbano poderá permanecer no respetivo espaço público após o encerramento diário do estabelecimento, nos termos do horário de funcionamento definido para o mesmo.

4 — Em caso de encerramento definitivo do estabelecimento, deverá ser removido todo o mobiliário urbano pelo responsável pelo exercício da atividade ou, na sua ausência, pelo proprietário do imóvel ou fração.

#### Artigo 17.º

##### Restrições de instalação de uma esplanada aberta

1 — O mobiliário urbano utilizado como componente de uma esplanada aberta deve cumprir os seguintes requisitos:

- a) Ser instalado exclusivamente na área de ocupação da esplanada;
- b) Ser próprio para uso no exterior e de uma cor adequada ao ambiente urbano em que a esplanada está inserida;
- c) Os guarda-sóis serem instalados exclusivamente durante o período de funcionamento da esplanada e suportados por uma base que garanta a segurança dos utentes;

d) Os guarda-sóis devem, preferencialmente, ser instalados sem necessidade de realização de furos no pavimento e quando tal não se verifique, aquando da eliminação dos guarda-sóis, o responsável pelo exercício da atividade fica obrigado à reposição de todas as condições em que se encontrava o espaço público ou, na sua ausência, o proprietário do imóvel ou fração.

e) Não devem existir furos no pavimento destinados a guarda-sóis que não estejam a ser utilizados, devendo os mesmos ser tapados pelo responsável pela exploração com recurso a tampa apropriada ou outra forma que se mostre adequada, caso se preveja uma futura utilização, e devendo ser repostas as condições nos termos da alínea anterior, caso sejam para eliminação definitiva pelo responsável pelo exercício da atividade ou, na sua ausência, pelo proprietário do imóvel ou fração;

f) Os aquecedores verticais devem ser próprios para uso no exterior e respeitar as condições de segurança.

2 — Nos passeios com paragens de veículos de transportes coletivos de passageiros não é permitida a instalação de esplanada aberta numa zona de 2,00 m para cada lado da paragem.

### Artigo 18.º

#### Condições de instalação de estrados

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

2 — Os estrados devem ser amovíveis e construídos, preferencialmente, em módulos de madeira.

3 — Os estrados devem garantir a acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida, nos termos do Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto.

4 — A instalação dos estrados deve ser salvaguardada nas áreas circundantes, tendo-se em conta as condições de segurança da circulação pedonal, sobretudo a acessibilidade dos cidadãos com mobilidade reduzida, nos termos da legislação em vigor.

5 — Os estrados não podem exceder a cota máxima da soleira da porta do estabelecimento respetivo ou 0,50 m de altura face ao pavimento existente, podendo ser repartidos em dois níveis, caso se verifique necessário.

6 — Caso haja necessidade de construção de rampas para acesso aos estrados, deverão ser efetuadas no interior do espaço destinado à esplanada.

7 — Em caso de encerramento definitivo do estabelecimento, deverá ser removido o estrado, tendo o responsável pelo exercício da atividade a obrigação de reposição de todas as condições em que se encontrava o espaço público ou, na sua ausência, o proprietário do imóvel ou fração.

### Artigo 19.º

#### Condições de instalação de um guarda-vento

1 — Os guarda-ventos devem ser amovíveis, por forma a poderem ser eliminados aquando do encerramento definitivo dos estabelecimentos pelo responsável pelo exercício da atividade ou, na sua ausência, pelo proprietário do imóvel ou fração, sendo repostas as condições iniciais do pavimento e fachadas em caso de afixação aos mesmos por meio de furos.

2 — A instalação de um guarda-vento deve ser feita nas seguintes condições:

- a) Junto de esplanadas, perpendicularmente ao plano marginal da fachada;
- b) Devem estar adaptados às inclinações dos passeios existentes, devendo o seu limite superior resultar sempre de nível;
- c) Nunca podendo exceder os limites da esplanada junto da qual está instalado;
- d) Garantir no mínimo 0,05 m de distância do seu plano inferior ao pavimento, desde que não tenha ressaltos superiores a 0,02 m.



e) Utilizar vidro temperado, liso e transparente, que não exceda as seguintes dimensões:

- i) Altura: 1,35 m;
- ii) Largura: 1,00 m;

f) A parte opaca do guarda-vento, quando exista, não pode exceder 0,60 m contados a partir do solo.

3 — Na instalação de um guarda-vento deve ainda respeitar-se uma distância igual ou superior a:

- a) 0,80 m entre o guarda-vento e outros estabelecimentos, montras e acessos;
- b) 1,50 m entre o guarda-vento e outro mobiliário urbano.

4 — Não devem interferir com quaisquer acessos pré-existentes aos imóveis ou a passagens públicas, salvaguardando as condições de acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida, nos termos do Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto.

5 — Quando para a instalação de guarda-ventos for necessário fixação ao solo, as condições deverão ser repostas aquando da sua eliminação pelo responsável pelo exercício da atividade ou, na sua ausência, pelo proprietário do imóvel ou fração.

#### Artigo 20.º

##### Condições de instalação de uma vitrina

1 — Apenas serão admitidas vitrinas para exposição de menus em estabelecimentos de restauração e bebidas, devendo as mesmas localizarem-se junto à porta de entrada do respetivo estabelecimento e fixas nas fachadas.

2 — Na instalação de uma vitrina devem respeitar-se as seguintes condições:

- a) As dimensões máximas permitidas para as vitrinas são, 0,30 m x 1,40 m;
- b) Não se devem sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas ou a outros elementos com interesse arquitetónico e decorativo;
- c) A altura da vitrina em relação ao solo deve ser igual ou superior a 0,40 m e nunca superior a 1,80 m;
- d) A respetiva saliência não poderá exceder 0,05 m a partir do plano marginal do edifício.
- e) Em caso da utilização de superfície em vidro, este deverá ser do tipo temperado.

#### Artigo 21.º

##### Condições de instalação de um expositor ou cavalete

1 — Por cada estabelecimento é permitido apenas um expositor ou um cavalete, instalado exclusivamente durante o seu horário de funcionamento.

2 — O expositor e o cavalete apenas podem ser instalados em passeios com largura igual ou superior a 2,00 m, devendo respeitar as seguintes condições de instalação:

- a) Ser contíguo ao respetivo estabelecimento ou ser enquadrado com demais mobiliário urbano que possa pré-existir no local, bem como com árvores e outro tipo de vegetação, por forma a não reduzir o corredor de circulação disponível;
- b) Reservar um corredor de circulação de peões igual ou superior a 1,50 m entre o limite exterior do passeio e o prédio;
- c) Não prejudicar o acesso aos edifícios contíguos;
- d) Não exceder 1,50 m de altura a partir do solo;
- e) Reservar uma altura mínima de 0,20 m contados a partir do plano inferior do expositor ao solo ou 0,40 m quando se trate de um expositor de produtos alimentares.

- f) Em caso da utilização de superfícies em vidro, estas devem ser do tipo temperado.
- g) No caso do cavalete as suas dimensões não podem exceder 1,00 m de altura e 0,80 m de largura.

#### Artigo 22.º

##### Condições de instalação de uma arca ou máquina de gelados

Na instalação de uma arca ou máquina de gelados devem respeitar-se as seguintes condições de instalação:

- a) Ser instalada junto à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
- b) Não exceder 1,00 m de avanço, contado a partir do plano da fachada do edifício;
- c) Deixar livre um corredor no passeio com uma largura não inferior a 1,50 m.
- d) Não devem interferir com quaisquer acessos pré-existentes aos imóveis ou a passagens públicas.

#### Artigo 23.º

##### Condições de instalação de um brinquedo mecânico e equipamento similar

1 — Por cada estabelecimento é permitido apenas um brinquedo mecânico e equipamento similar, servindo exclusivamente como apoio ao estabelecimento.

2 — A instalação de um brinquedo mecânico ou de um equipamento similar deve ainda respeitar as seguintes condições:

- a) Ser junto à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
- b) Não exceder 1,00 m de avanço, contado a partir do plano da fachada do edifício;
- c) Deixar livre um corredor no passeio com uma largura não inferior a 1,50 m;
- d) Não devem interferir com quaisquer acessos pré-existentes aos imóveis ou a passagens públicas.

#### Artigo 24.º

##### Condições de instalação e manutenção de uma floreira

1 — A floreira deve ser instalada junto à fachada do respetivo estabelecimento ou nos limites da esplanada, sempre dentro do espaço destinado a esplanada.

2 — A instalação das floreiras não pode prejudicar a circulação ou acessos pré-existentes.

3 — As plantas utilizadas nas floreiras não podem ter espinhos ou bagas venenosas, nem podem ter dimensões desadequadas ao local onde se inserem, por forma a não comprometer as condições de circulação, de acesso e de iluminação de prédios próximos, bem como não podem pôr em causa as condições de segurança de terceiros.

4 — O titular do estabelecimento ou a entidade exploradora a que a floreira pertença deve proceder à sua limpeza, corte, rega e substituição das plantas, sempre que necessário.

#### Artigo 25.º

##### Condições de instalação e manutenção de um contentor para resíduos

1 — O contentor para resíduos deve ser instalado contiguamente ao respetivo estabelecimento, servindo exclusivamente para seu apoio.

2 — Sempre que o contentor para resíduos se encontre cheio deve ser imediatamente limpo ou substituído.

3 — A instalação de um contentor para resíduos no espaço público não pode causar qualquer perigo para a higiene e limpeza do espaço.

4 — O contentor para resíduos deve estar sempre em bom estado de conservação, nomeadamente no que respeita a pintura, higiene e limpeza.

5 — A responsabilidade pela manutenção e limpeza do espaço utilizado pelos contentores bem como numa faixa adjacente de 2 m para todos os lados é do responsável pelo exercício da atividade.

## SECÇÃO II

### **Critérios de instalação de suportes publicitários e de afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial**

#### Artigo 26.º

##### **Condições de instalação de um suporte publicitário**

1 — Na conceção do suporte publicitário deve optar-se por um desenho caracterizado por formas planas, sem arestas vivas, elementos pontiagudos ou cortantes, devendo utilizar-se materiais resistentes ao impacto, não comburentes, combustíveis ou corrosivos e, quando for caso, um sistema de iluminação estanque e inacessível ao público.

2 — Os suportes publicitários não devem provocar o encadeamento dos condutores e peões, pelo que deverão ser utilizados, preferencialmente, vidros antirreflexo e materiais sem brilho.

3 — Nos suportes publicitários com iluminação própria, a emissão de luz terá que ser inferior a 200 candelas/m<sup>2</sup>, sempre que estejam instalados junto a faixas de rodagem.

4 — Os suportes publicitários com iluminação própria deverão possuir, preferencialmente, um sistema de iluminação económico, nomeadamente painéis fotovoltaicos com aproveitamento de energia solar, de modo a promover a utilização racional de energia e minimização dos impactos ambientais associados.

5 — A instalação de um suporte publicitário fixo à fachada do estabelecimento deve respeitar as seguintes condições:

a) Em passeio de largura superior a 1,20 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio e uma altura mínima de 2,50 m;

b) Em passeio de largura inferior a 1,20 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,40 m em relação ao limite externo do passeio e uma altura mínima de 2,50 m;

6 — Os suportes publicitários de dimensão horizontal inferior a 3,00 m deverão possuir um único elemento de fixação ao solo.

7 — Os suportes publicitários devem garantir uma distância mínima do solo de 2,50 m sempre que possam interferir com a circulação pedonal e de 4,50 m sempre que possam interferir com a circulação viária.

8 — Em caso da utilização de superfícies em vidro, estas devem ser do tipo temperado.

9 — Quando aplicável, tendo em conta o projeto apresentado, esta Câmara poderá solicitar a junção de termo de responsabilidade pela estrutura e contrato de seguro de responsabilidade civil.

#### Artigo 27.º

##### **Condições de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano**

1 — É permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano, designadamente, em mesas, cadeiras, guarda-sóis, toldos e sanefas afetos ao estabelecimento, salvo as regras especiais definidas no presente regulamento.

2 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial numa esplanada deve limitar-se ao nome comercial do estabelecimento, a mensagem comercial relacionada com bens ou serviços comercializados no estabelecimento ou ao logótipo da marca comercial, desde que afixados ou inscritos nas costas das cadeiras, com as dimensões máximas de 0,10 m × 0,05 m, e nas abas pendentes dos guarda-sóis e nas sanefas dos toldos, com as dimensões máximas de 0,20 m × 0,10 m por cada nome ou logótipo.

3 — É permitida a afixação de publicidade de natureza comercial em demais mobiliário urbano específico para o efeito e nos locais pré-existentes, designadamente mupi, painéis, totem, paragens de autocarros ou outros geridos pela Autarquia, mediante o respetivo requerimento prévio e deferimento do pedido nos termos do regime aplicável.

4 — As campanhas publicitárias de rua, nomeadamente as que ocorrem através de: distribuição de panfletos; distribuição de produtos; provas de degustação; ocupações da via pública com objetos ou equipamentos de natureza publicitária ou de apoio; outras ações promocionais de natureza comercial, só poderão ocorrer quando observadas as condições dispostas nos Capítulos I e II, do Título II, do presente Regulamento.

5 — Qualquer equipamento de apoio à distribuição de produtos ou dispositivos de natureza publicitária, que implique ocupação do espaço público, não poderá ter uma dimensão superior a 4 m<sup>2</sup>.

#### Artigo 28.º

##### Condições e restrições de difusão de mensagens publicitárias sonoras

1 — É permitida a difusão de mensagens publicitárias sonoras de natureza comercial que possam ser ouvidas dentro dos respetivos estabelecimentos ou na via pública, cujo objetivo imediato seja atrair ou reter a atenção do público.

2 — A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial apenas pode ocorrer, observadas, cumulativamente, as seguintes alíneas:

- a) No período compreendido entre as 9h00 e as 20h00;
- b) A uma distância mínima de 200,00 m, de edifícios escolares durante o seu horário de funcionamento, de hospitais, cemitérios e locais de culto.

#### Artigo 29.º

##### Publicidade móvel

1 — Poderá ser afixada ou inscrita publicidade em veículos que identifique a empresa, atividade, produtos, bens, serviços ou outros elementos relacionados com o desempenho principal do respetivo proprietário, locatário ou usufrutuário.

2 — Poderá ainda ser licenciada publicidade em veículos relativa a empresas, atividades, produtos, bens, serviços ou outros elementos não relacionados com o desempenho do respetivo proprietário, locatário ou usufrutuário, mediante uma Mera Comunicação Prévia, nos termos do presente diploma.

3 — Excecionalmente, poderá ser licenciada publicidade em veículos equipados com estruturas próprias ou reboques, em circulação ou estacionamento, cuja finalidade principal seja a transmissão de mensagens publicitárias.

4 — Quando for utilizada simultaneamente publicidade sonora, esta terá de observar as condições dispostas no artigo 28.º deste Regulamento.

#### Artigo 30.º

##### Restrições à publicidade móvel

1 — Não é autorizada a afixação ou inscrição de publicidade nos vidros nem de forma a afetar a sinalização ou identificação do veículo.

2 — Não é autorizado o uso de luzes ou de material refletor para fins publicitários.

3 — Só é autorizada a afixação ou inscrição de publicidade em viaturas, caso o estabelecimento que publicitem ou a atividade exercida pelo mesmo se encontrem devidamente regularizados nos termos da legislação aplicável ao caso.

4 — A publicidade inscrita não pode fazer-se através de meios ou dispositivos salientes da carroçaria original dos mesmos.

5 — Não é permitida a projeção ou lançamento de panfletos ou de quaisquer outros produtos, a partir dos veículos.

6 — A afixação de publicidade em transportes públicos de passageiros está sujeita ao disposto neste Regulamento, bem como a disposições fixadas por organismo competente.

7 — A afixação de publicidade em meios aquáticos ou aéreos está, ainda, sujeita às disposições legais e regulamentares afixadas pelas demais entidades competentes.

### Artigo 31.º

#### Dispositivos publicitários aéreos cativos

1 — Serão observadas as regras gerais e especiais de ocupação ou utilização do espaço público, relativamente aos meios de apoio aos dispositivos publicitários aéreos cativos, instalados no solo.

2 — Os dispositivos não devem impedir a circulação pedonal e viária, nem devem encontrar-se a menos de 2,00 m de edifícios ou outros elementos, para que não comprometam as condições de segurança.

3 — Tendo em conta o projeto apresentado, esta Câmara poderá solicitar a junção de termo de responsabilidade pela estrutura e contrato de seguro de responsabilidade civil.

### Artigo 32.º

#### Condições e restrições de aplicação de chapas, placas e tabuletas

1 — Em cada edifício, as chapas e placas devem apresentar-se, enquadradas entre si, com dimensão, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

2 — A instalação de chapas e placas ou tabuletas deve respeitar as seguintes condições:

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

3 — A instalação das chapas e placas deve fazer-se a uma distância do pavimento igual ou superior a 0,50 m e o limite máximo do último elemento não deve exceder a altura de 2,00 m, devendo ser instalada apenas no rés-do-chão dos edifícios.

4 — As chapas ou placas devem ser de formato retangular ou quadrangular e a sua maior dimensão não deve exceder 0,60 m e a máxima saliência não deve exceder 0,05 m.

5 — Não é permitida a instalação de mais de uma chapa ou placa por cada fração autónoma ou fogo, não se considerando para o efeito as placas de proibição de afixação de publicidade.

6 — A instalação de uma tabuleta deve respeitar as seguintes condições:

- a) O limite inferior da tabuleta deve ficar a uma distância do solo igual ou superior a 2,50 m;
- b) A tabuleta não deve exceder o balanço de 1,50 m em relação ao plano marginal do edifício, exceto no caso de ruas sem passeios, em que o balanço não deve exceder 0,20 m;
- c) Deve ser garantida uma distância igual ou superior a 3,00 m entre tabuletas.

### Artigo 33.º

#### Condições de instalação de bandeiras, bandeirolas e pendões

1 — As bandeirolas devem permanecer oscilantes, só podendo ser colocadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas para o lado interior do poste ou passeio, com pelo menos dois pontos de fixação.

2 — As bandeiras devem garantir uma altura do solo de, pelo menos, 2,50 m e devem ter as dimensões máximas de 1,20 m de comprimento por 0,80 m de altura.

3 — As bandeiras devem ter uma dimensão máxima de 0,80 m de comprimento por 2,00 m de altura.

4 — Os pendões não deverão ultrapassar as dimensões máximas de 0,80 m de comprimento por 2,00 m de altura e devem garantir uma distância mínima do solo de 2,50 m, com pelo menos dois pontos de fixação.

5 — A distância entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente da bandeira ou da bandeira, bem como dos pendões, deve ser igual ou superior a 2,00 m.

6 — A distância entre as bandeiras, as bandeiras e os pendões afixados ao longo do espaço público deve ser igual ou superior a 3,00 m, tratando-se de afixação ao longo de vias públicas deverá garantir pelo menos 10,00 m de distância.

7 — Em todos os casos, as bandeiras, bandeiras ou pendões devem ser afixados a uma distância suficiente do limite exterior da via pública para que não interfira com a circulação automóvel, bem como a uma distância suficiente face ao pavimento que não interfira com a circulação pedonal, e ainda a uma distância suficiente para que não interfira com demais elementos construtivos pré-existentes.

#### Artigo 34.º

##### Condições de aplicação de letras soltas, símbolos e vinis

1 — A aplicação de letras soltas ou símbolos deve respeitar as seguintes condições:

a) Não exceder 0,50 m de altura e 0,15 m de saliência, nem os limites da fachada pertencente ao estabelecimento ou empresa a que respeitam;

b) Não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas, sendo aplicados diretamente sobre o paramento das paredes;

c) Apresentar-se numa forma e escala adequadas, de modo a respeitar a integridade estética dos próprios edifícios;

d) Quando a altura do solo, no seu bordo inferior, for igual ou inferior a 1,80 m, não deverá a saliência ser superior a 0,05 m;

e) Quando as letras ou símbolos estiverem a menos de 2,50 m de altura relativamente ao solo, não podem registar-se quaisquer arestas vivas ou elementos cortantes;

f) Os materiais a utilizar deverão ser, de preferência, transparentes acrílicos, com mensagem publicitária gravada, podendo também utilizar-se o ferro oxidado, o inox, o latão, o bronze ou a madeira;

g) Poderão ser iluminados, diretamente através da luz proveniente de projetores do exterior.

2 — A aplicação de vinis deve respeitar as seguintes condições:

a) Não deverão exceder os limites da montra, sem ser colocados pelo exterior da mesma;

b) Os materiais a utilizar não podem ser refletores;

c) Só podem ser afixados em locais do domínio público ou privado quando exista autorização do titular do espaço para o efeito.

#### Artigo 35.º

##### Condições de instalação de anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes

1 — Os anúncios deverão ser considerados à escala dos edifícios onde se pretende instalá-los.

2 — Quando emitam luz própria, a espessura dos anúncios não deve exceder 0,20 m.

3 — Quando não emitam luz própria, a sua espessura não deve exceder 0,05 m.

4 — A distância entre o bordo exterior do elemento e o limite do passeio não poderá ser inferior a 0,50 m, podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão de instalação de equipamento urbano o justifiquem.



5 — Os anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes devem ser colocados sobre as saliências das fachadas e respeitar as seguintes condições:

- a) O balanço total não pode exceder 2,00 m;
- b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser menor do que 2,50 m nem superior a 4,00 m.

6 — As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados, sistemas eletrónicos ou semelhantes instalados nas fachadas de edifícios e em espaço público devem ficar, tanto quanto possível, encobertas e ser pintadas com a cor que lhes dê o menor destaque.

7 — Os anúncios luminosos devem ser colocados ao nível do rés-do-chão, nos vãos das portas, bandeiras, montras existentes, não devendo ser colocados nos andares superiores, nem sobre telhados, palas, guarda-sóis, coberturas ou outras saliências dos edifícios.

8 — Não é permitida a colocação de anúncios luminosos que prejudiquem enfiamentos visuais ao longo das vias.

9 — Tendo em conta o projeto apresentado, esta Câmara poderá solicitar a junção de termo de responsabilidade pela estrutura e contrato de seguro de responsabilidade civil.

### Artigo 36.º

#### Publicidade em edifícios

1 — A instalação de publicidade em telhados, coberturas ou terraços, só será permitida quando observadas as seguintes condições:

- a) Não obstrua o campo visual envolvente, tanto no que se refere a elementos naturais, como construídos;
- b) As estruturas de suporte dos dispositivos publicitários a instalar, não assumam uma presença visual destacada e esteja assegurada a sua sinalização para efeitos de segurança.

2 — A altura máxima dos dispositivos publicitários a instalar em telhados, coberturas ou terraços dos edifícios, deve obedecer aos seguintes limites:

- a) Não deve exceder 1/4 da altura maior da fachada do edifício;
- b) Não exceder a extensão da fachada do edifício sobre a qual se prevê instalado;
- c) Não deve em qualquer caso, ter uma altura superior a 3,00 m.

3 — Em casos devidamente justificados, a Câmara Municipal poderá fixar limitações ao horário de funcionamento ou suprimir efeitos luminosos dos dispositivos.

4 — Só é permitida a instalação de publicidade em fachadas, nomeadamente faixas ou fitas, a entidades localizadas no edifício.

5 — A colocação de dispositivos publicitários referida no número anterior, só poderá conter o logótipo da entidade e a indicação da atividade principal, e excecionalmente a divulgação de eventos de interesse.

6 — A instalação de publicidade em fachadas, nomeadamente painéis ou lonas/telas, só poderá ocorrer quando, cumulativamente, forem observadas as seguintes condições:

- a) As mensagens publicitárias e os suportes respetivos não excederem os limites físicos das fachadas que lhes servem de suporte;
- b) O motivo publicitário a instalar seja constituído por um único dispositivo, não sendo por isso admitido mais do que um por fachada.

7 — Nos casos de pintura de mensagens publicitárias em fachadas, fachadas laterais cegas de edifícios ou outros elementos similares, o requerente é obrigado a repor as condições em que se encontrava a fachada antes da afixação ou inscrição da mensagem publicitária, designadamente

o restauro da fachada e correspondente pintura, caso deixe de publicitar ou caso não proceda com o pagamento das taxas aplicáveis ou renovações nos termos do presente regulamento.

8 — Na afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, em prédios com obras em curso, sobretudo em lonas ou telas publicitárias, deve observar-se as seguintes condições:

- a) Devem ficar avançadas em relação ao andaime ou tapumes de proteção, por forma a não interferir com as condições de segurança em obra;
- b) Só devem permanecer no local enquanto decorrerem os trabalhos.

9 — Tendo em conta o projeto apresentado, esta Câmara poderá solicitar a junção de termo de responsabilidade pela estrutura e contrato de seguro de responsabilidade civil.

### Artigo 37.º

#### Condições de instalação de Painéis e Outdoor

1 — Os painéis e Outdoor não devem ser afixados em edifícios, nem colocados em frente de vãos dos mesmos.

2 — Excecionalmente poderão ser colocados em empenas cegas de edifícios, desde que a altura total não ultrapasse a linha inferior do beirado nem altere a forma e contornos do edifício, devendo ser prevista uma distância segura que impeça o batimento na parede ocasionado pela sua oscilação.

3 — Os painéis e Outdoor deverão estar sempre nivelados.

4 — Quando se localizem em arruamento inclinado, admite-se a disposição dos vários painéis em socalcos, acompanhando de forma harmoniosa a pendente do terreno.

5 — Os painéis e Outdoor não poderão dispor-se em banda contínua, devendo deixar entre si, espaços livres de dimensão igual ou superior ao do comprimento dos painéis requeridos, e nunca inferiores a 8,00 m.

6 — As superfícies de afixação da publicidade não podem ser subdivididas.

7 — A estrutura de suporte deve ser metálica e na cor que melhor se integre na envolvente não podendo, em caso algum, permanecer no local sem mensagem.

8 — Na estrutura deve ser afixado, de modo bem visível, uma chapa com a numeração correspondente ao número da licença inicial, o ano e a identificação da firma proprietária.

9 — Os painéis e Outdoor devem ter as seguintes dimensões:

- a) 2,40 m de largura por 1,75 m de altura;
- b) 4,00 m de largura por 3,00 m de altura;
- c) 8,00 m de largura por 3,00 m de altura.

10 — Podem ser licenciados, a título excepcional e devidamente fundamentado, com outras dimensões desde que não sejam postos em causa o ambiente e a estética dos locais pretendidos.

11 — A distância entre a moldura inferior de cada painel ou Outdoor e o solo não poderá ser inferior a 2,50 m.

12 — São admitidas saliências nas seguintes condições:

- a) Desde que as mesmas não ultrapassem, na sua totalidade, 0,5 m para o exterior na área central e 1m<sup>2</sup> de superfície;
- b) Desde que não ultrapassem 0,50 m de balanço face ao seu plano;
- c) Não se verifique uma distância entre a parte inferior da saliência e o solo inferior a 3,00 m.

13 — O titular deverá repor as condições do local aquando da retirada do painel ou Outdoor.

14 — Tendo em conta o projeto apresentado, esta Câmara poderá solicitar a junção de termo de responsabilidade pela estrutura e contrato de seguro de responsabilidade civil.

## Artigo 38.º

**Condições de instalação de Mupis, Totem e Colunas Publicitárias**

1 — Por entidade comercial é permitido apenas um mupi ou equipamento similar, destinado exclusivamente a publicitar a sua atividade.

2 — A instalação deverá ser contígua à fachada do estabelecimento e deverá salvaguardar a segurança e integridade das pessoas e bens, nomeadamente nas condições de circulação pedonal e rodoviária, devendo integrar-se com o restante mobiliário urbano e arborização pré-existente por forma a não reduzir a área de circulação pedonal existente.

3 — Só poderá ser instalada quando fique salvaguardada uma distância mínima ao lancil de 0,90 m e uma largura livre de passagem de 1,50 m.

4 — Os elementos não devem exceder 2,40 m de altura x 1,20 m de largura x 0,20 m de espessura, podendo ser biface.

5 — Os Mupi não podem exceder uma altura máxima de 2,00 m.

6 — As colunas publicitárias não devem exceder um diâmetro máximo de 0,80 m.

7 — A estrutura de suporte deve ser metálica e na cor que melhor se integre na envolvente não podendo, em caso algum, permanecer no local sem mensagem.

8 — Caso seja utilizado vidro o mesmo deve ser do tipo temperado.

9 — O titular do suporte ou o utilizador é responsável por quaisquer danos emergentes da sua instalação ou utilização, devendo garantir a reposição do pavimento nas condições em que se encontrava após a sua eliminação em caso de fixação ao solo.

10 — Tendo em conta o projeto apresentado, esta Câmara poderá solicitar a junção de termo de responsabilidade pela estrutura e contrato de seguro de responsabilidade civil.

## CAPÍTULO IV

**Regras e Critérios para Outras Ocupações Temporárias do Espaço Público**

## Artigo 39.º

**Outras Ocupações do Domínio Público**

1 — As demais ocupações do domínio público de carácter temporário não associadas a fins de exercício de atividades económicas, desde que não se enquadrem nas situações referidas no artigo 3.º do presente Regulamento, estão sujeitas ao regime de Licenciamento municipal previsto no presente diploma, sem prejuízo do regime aplicável à publicidade.

2 — Enquadram-se, também, na situação acima as seguintes finalidades e ocupações do domínio público:

a) Instalação de quiosques, tendas, barracas, bancas e outras estruturas semelhantes para divulgação de eventos, atividades ou produtos e outros similares;

b) Instalação de palcos, coretos e estruturas similares para divulgações culturais e recreativas diversas;

c) Instalação de mastros e similares, podendo incluir elementos decorativos como bandeiras ou pendões, destinados a divulgações sociais, culturais e recreativas diversas e similares, desde que sem publicidade comercial;

d) Instalação de placares ou estruturas similares para disponibilização de informação ambiental, cultural, social ou similar, sem publicidade comercial;

e) Parqueamento de viaturas e similares, para realização de rastreios e campanhas diversas, ações de sensibilização e divulgação de informação diversa, desde que sem natureza publicitária comercial, bem como concentrações e exposições;

f) Exibição ou divulgação de animais;

g) Exibição ou divulgação de atores, pintores, músicos, artesãos e demais artistas e outras animações de rua similares;

h) Outras exposições, instalações ou divulgações de carácter ambiental, social, cultural ou recreativa;

i) Instalação de insufláveis e grelhadores e outros equipamentos similares, estrados e rampas amovíveis, tapetes, vasos e floreiras e outros similares, quando afetos a um estabelecimento, e desde que sem publicidade.

3 — Devem cumprir com as regras e critérios constantes do Título II do presente Regulamento, nas situações aplicáveis.

4 — As ocupações referidas, não deverão ser fixas ao solo, por forma a não danificar o pavimento onde serão implantadas, devendo, contudo, garantir a estabilidade necessária para não comprometer a segurança de terceiros.

5 — Caso haja necessidade de afixação ao solo, deverá ser garantida a sua reposição pelo titular ou correspondente explorador, após a conclusão da ocupação do espaço público.

6 — Não é permitida a afixação de publicidade de natureza comercial nestes equipamentos, nem o exercício de qualquer atividade económica associado.

#### Artigo 40.º

##### Condições para instalação de Tapetes

Os tapetes podem ser colocados na via pública, devendo respeitar as seguintes condições:

- a) Devem ser instalados junto à fachada do estabelecimento;
- b) Não podem ser permanentes, destinando-se a períodos específicos devidamente identificados e a fins promocionais;
- c) Devem ser fixos de forma a que não prejudiquem as condições de segurança à circulação e permitir a reposição das condições iniciais do pavimento, incluindo a limpeza do mesmo;
- d) Não devem exceder 0,015 m de espessura.

#### Artigo 41.º

##### Condições para instalação de Rampas e Plataformas de acesso

As rampas e plataformas de acesso entre pisos a cotas distintas ou pontos distintos, associadas ou não a estabelecimentos comerciais, podendo ser viárias ou pedonais, estão sujeitas a licenciamento municipal, nos termos do presente Regulamento com as devidas especificidades que se verifiquem necessárias, bem como estão sujeitas ao cumprimento das condições de acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida, nos termos do Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto.

#### Artigo 42.º

##### Condições para instalação de Grelhadores e outros equipamentos similares associados a um estabelecimento comercial

1 — É permitida a instalação de um grelhador por estabelecimento, devendo ser colocado contíguo à fachada do estabelecimento e junto à sua entrada e só devendo ser utilizado para apoio ao mesmo.

2 — Quando enquadrado na área de esplanada, nos termos deste Regulamento, a sua instalação não está sujeita a qualquer procedimento, nos restantes casos está sujeito a licenciamento municipal.

3 — Independentemente do disposto anteriormente, em caso de reclamação de terceiros por incómodo, devidamente fundamentado pelo reclamante, com os cheiros provenientes do grelhador, poderá a qualquer momento esta Câmara Municipal ordenar a retirada do equipamento sem direito a indemnização por quaisquer taxas devidas.

## CAPÍTULO V

**Regimes aplicáveis**

## SECÇÃO I

**Regime Simplificado de Ocupação do Espaço Público**

## Artigo 43.º

**Âmbito de aplicação**

O regime simplificado de ocupação do espaço público inclui o regime de Mera Comunicação Prévia e o regime de Autorização, e aplica-se aos estabelecimentos onde se realize qualquer atividade económica, nos termos definidos no presente Regulamento.

## SUBSECÇÃO I

## Regime de Mera Comunicação Prévia

## Artigo 44.º

**Procedimento de Mera Comunicação Prévia**

1 — A Mera Comunicação Prévia consiste numa declaração a efetuar através do «Balcão do Empreendedor», que permite ao interessado proceder imediatamente à ocupação do espaço público, após o pagamento das taxas devidas.

2 — A Mera Comunicação Prévia dispensa a prática de quaisquer outros atos permissivos relativamente à ocupação do espaço público, designadamente a necessidade de proceder a um prévio licenciamento ou à celebração de contrato de concessão ou de utilização do espaço público.

3 — A Mera Comunicação Prévia é titulada pelo comprovativo eletrónico de entrega, acompanhado pelo recibo do pagamento das taxas devidas, documentos que devem estar sempre disponíveis no local da ocupação para efeito de fiscalização.

4 — A Mera Comunicação Prévia, sem prejuízo dos demais elementos definidos por Portaria nos termos referidos no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, e devidas alterações, deve conter os seguintes elementos:

- a) A identificação do titular da exploração do estabelecimento, com menção do nome ou firma e do número de identificação fiscal;
- b) O endereço da sede da pessoa coletiva ou do empresário em nome individual;
- c) O endereço do estabelecimento ou armazém e o respetivo nome ou insígnia;
- d) A indicação do fim pretendido com a ocupação do espaço público;
- e) A identificação das características e da localização do mobiliário urbano a colocar;
- f) A declaração do titular da exploração de que respeita integralmente as obrigações legais e regulamentares sobre a ocupação do espaço público.

5 — O direito concedido ao interessado com a apresentação da Mera Comunicação Prévia está sujeito à fiscalização nos termos do presente regulamento, sujeitando-se a todas as implicações decorrentes do incumprimento dos deveres dos titulares constantes do Capítulo VI do Título II e da falta pagamento das taxas aplicáveis pelo direito que usufruem nos termos do Título IV.

## Artigo 45.º

**Regime de Mera Comunicação Prévia**

1 — A ocupação do espaço público conexas a um estabelecimento comercial, de prestação de serviços ou de armazenagem, quando enquadrável numa das finalidades previstas no número

seguinte e em cumprimento dos critérios previstos no Capítulo II e III do Título II, permite a sujeição ao regime simplificado de Mera Comunicação Prévia no «Balcão do Empreendedor».

2 — Estão sujeitas ao Regime de Mera Comunicação Prévia a ocupação do espaço público conexo ao estabelecimento para as seguintes finalidades:

- a) Instalação de toldo e respetiva sanefa;
- b) Instalação de esplanada aberta;
- c) Instalação de estrado e guarda-ventos;
- d) Instalação de vitrina e expositor;
- e) Instalação de suporte publicitário;
- f) Instalação de arcas e máquinas de gelados;
- g) Instalação de brinquedos mecânicos e equipamentos similares;
- h) Instalação de floreira;
- i) Instalação de contentor para resíduos.

3 — Para enquadramento no regime de Mera Comunicação Prévia do mobiliário urbano previsto no número anterior, deve respeitar-se os seguintes limites:

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

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

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

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

e) No caso dos suportes publicitários e nas situações em que é dispensado o licenciamento da afixação ou da inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial:

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

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

4 — Caso a localização do mobiliário urbano não respeite os limites fixados no número anterior, fica sujeita ao regime de Autorização.

5 — Caso não se enquadre num dos fins previstos no n.º 2 deste artigo, fica sujeito ao regime geral de Licenciamento.

## SUBSECÇÃO II

### Regime de Autorização

#### Artigo 46.º

##### Procedimento de Autorização

1 — O pedido de Autorização é apresentado no «Balcão do Empreendedor» e deve conter os seguintes elementos:

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

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



- c) O endereço do estabelecimento ou armazém e o respetivo nome ou insígnia;
- d) A indicação do fim pretendido com a ocupação do espaço público;
- e) A identificação das características e da localização do mobiliário urbano a colocar;
- f) Identificação do mobiliário urbano que não cumpre os limites referidos no n.º 3 do artigo 45.º e a respetiva fundamentação.

2 — O pedido de Autorização deve ser analisado pela Câmara Municipal, no prazo de 20 dias da receção do requerimento.

3 — A Câmara deve comunicar ao requerente, através do «Balcão do Empreendedor», o despacho de deferimento ou de indeferimento, neste último caso indicando as desconformidades com as disposições legais e regulamentares aplicáveis cujo cumprimento não é dispensado.

4 — O pedido considera-se tacitamente deferido caso não haja pronúncia da Câmara Municipal no prazo estabelecido no n.º 2.

5 — A Autorização é titulada pelo comprovativo eletrónico de entrega, acompanhado pelo recibo do pagamento das taxas devidas, que devem estar sempre no local da ocupação para efeitos de fiscalização.

6 — Sem prejuízo de poderem haver alterações face aos critérios no artigo 45.º, deve cumprir-se igualmente os demais critérios e regras previstos pelo Capítulo II e III do Título II.

7 — A obtenção de Autorização não impede o Município de ordenar a remoção do mobiliário urbano que ocupar o espaço público quando, por razões de interesse público devidamente fundamentadas, tal se afigure necessário.

8 — A autorização está sujeita à fiscalização nos termos do presente regulamento, sujeitando-se a todas as implicações decorrentes do incumprimento dos deveres dos titulares e da falta pagamento das taxas aplicáveis pelo direito que usufruem.

#### Artigo 47.º

##### Regime de Autorização

Estão sujeitas ao Regime de Autorização municipal as situações em que o mobiliário urbano identificado no n.º 2 do artigo 45.º não respeita os limites definidos no n.º 3 do mesmo artigo.

#### SECÇÃO II

##### Regime Simplificado de Afixação ou Inscrição de Mensagens Publicitárias

#### Artigo 48.º

##### Regime de Dispensa de Procedimento

1 — Este regime é aplicável às mensagens publicitárias de natureza comercial quando enquadráveis numa das situações previstas no número seguinte e quando cumpridos os critérios definidos no Capítulo I, II e III do Título II e Capítulo IV deste Título, que permite a dispensa de qualquer formalidade.

2 — Sem prejuízo das regras sobre a ocupação do espaço público, a afixação de mensagens publicitárias de natureza comercial não está sujeita a licenciamento, a autorização, a autenticação, a validação, a certificação, a atos emitidos na sequência de comunicações prévias com prazo, a registo ou a qualquer outro ato permissivo, nem a mera comunicação prévia, nos seguintes casos:

a) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e não são visíveis ou audíveis a partir do espaço público;

b) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras, e a mensagem publicita os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou está

relacionada com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;

c) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial ocupam o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento;

d) No caso de bens imóveis, a afixação e inscrição de mensagens publicitárias no próprio bem considera-se abrangida pelo disposto na alínea b).

3 — As restantes situações de publicidade, não enquadráveis no número anterior, estão sujeitas ao regime geral de Licenciamento.

### SECÇÃO III

#### Regime Geral de Licenciamento

#### Artigo 49.º

##### Regime de Licenciamento

1 — Estão sujeitos ao regime Geral de Licenciamento todas as ocupações do espaço público, afixações e inscrições de mensagens publicitárias de natureza comercial que não sejam enquadráveis nos regimes definidos pelos artigos 45.º, 47.º e 48.º

2 — O regime de Licenciamento não dispensa do cumprimento das regras gerais e especiais definidas respetivamente no Capítulo II do Título II do presente Regulamento, devendo procurar cumprir-se igualmente as regras do Capítulo III do Título II.

3 — O Licenciamento é titulado por um alvará, cuja emissão é condição para a eficácia da correspondente licença.

#### Artigo 50.º

##### Formulação do pedido

1 — O pedido de licenciamento deverá ser efetuado por meio de requerimento, dirigido ao Presidente da Câmara Municipal de Câmara de Lobos, e deverá conter os seguintes elementos, nas situações aplicáveis:

- a) A identificação do requerente e da residência ou sede;
- b) O número de identificação da pessoa individual/coletiva e fotocópia do registo comercial ou início de atividade;
- c) A indicação exata do local a ocupar, incluindo a respetiva área ocupada;
- d) A data de início da utilização pretendida e período de utilização se aplicável.

2 — O requerimento deverá ser acompanhado de:

a) Documento comprovativo de que o requerente é proprietário, possuidor, locatário ou titular de outro direito sobre o bem afeto ao domínio privado no qual pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária, quando aplicável;

b) Memória descritiva da pretensão, indicando o tipo de ocupação e características principais e de relevo para a apreciação, o local, meio de suporte, textura e cor dos materiais a utilizar, nas situações aplicáveis;

c) Planta de localização, a uma escala adequada, com indicação do local pretendido para utilização, ou outro meio mais adequado para a sua exata localização;

d) Descrição gráfica do meio ou suporte, através de plantas, cortes e alçados à escala de 1/50 ou superior, com indicação do elemento a licenciar, bem como da forma, dimensão e balanço de afixação, quando necessário;



- e) Fotomontagem ou fotografias a cores, formato mínimo 150 × 100 mm, não inferior a duas, aposta em folha A4, indicando o local previsto para a colocação;
- f) Termo de responsabilidade do técnico do projeto, caso se trate de estruturas cujas características o exijam ou justifiquem;
- g) Autorização do condomínio ou proprietário, bem como projeto geral de publicidade do edifício, caso exista e esteja devidamente aprovado pela Câmara Municipal de Câmara de Lobos;
- h) Autorização do proprietário, usufrutuário, locatário ou titular de outro direito, sempre que o meio ou suporte de utilização não seja instalado em propriedade própria;
- i) Outros elementos exigíveis para cada meio ou suporte, conforme o caso em análise.

3 — O pedido de licenciamento deverá ser requerido com a antecedência mínima de 30 dias em relação à data pretendida para o início da ocupação, utilização ou afixação.

4 — Na formulação do pedido, os interessados poderão adotar o modelo de requerimento fornecido pelos serviços municipais.

#### Artigo 51.º

##### Elementos complementares

Poderá ainda ser exigido, ao requerente, a indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem necessários para a apreciação do pedido, nomeadamente:

- a) A junção do termo de responsabilidade pela estrutura 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.

#### Artigo 52.º

##### Suprimento das deficiências do requerimento inicial

Se o pedido de licenciamento não satisfizer o disposto nos artigos 49.º e 50.º, ou caso seja necessária a prestação de informações ou a apresentação de provas, deverá o requerente ser notificado para suprir as deficiências existentes, sendo-lhe atribuído um prazo de 20 dias, contados da data da receção da notificação, ficando suspensos os termos ulteriores do processo e findo o qual procede-se com a rejeição liminar do pedido, sem audiência prévia dos interessados.

#### Artigo 53.º

##### Jurisdição de outras entidades

1 — Sempre que o interessado pretenda ocupar o espaço do domínio público ou afixar ou inscrever mensagem publicitária em local sujeito a jurisdição de outra entidade, a Câmara Municipal solicitará a essa entidade o correspondente parecer, salvo o disposto em lei geral e específica sobre essa matéria.

2 — As entidades competentes devem pronunciar-se no prazo de 20 dias, sendo que na ausência de pronúncia será considerado o parecer da entidade como favorável.

3 — No caso da ocupação do espaço público e da afixação e inscrição de mensagens publicitárias em áreas de jurisdição das Estradas Regionais, o pedido deverá ser formulado à respetiva entidade competente, nos termos da legislação específica, designadamente do Decreto Legislativo Regional n.º 41/2012/M, de 28 de dezembro, que procede à 3.ª alteração ao Decreto Legislativo Regional n.º 15/93/M, de 4 de setembro.

## Artigo 54.º

**Caducidade do alvará**

Os alvarás de licença previstos no presente Regulamento caducam nas seguintes situações:

- a) Se não forem afixadas ou inscritas as publicidades e se não for iniciada a ocupação do espaço público, no prazo máximo de 30 dias úteis a contar da emissão do alvará;
- b) Se o titular suspender a publicidade ou ocupação do espaço público por um período superior a 30 dias úteis seguidos;
- c) Na ausência de pagamento das taxas aplicáveis;
- d) Nos termos do disposto no artigo 57.º

## Artigo 55.º

**Condições de indeferimento**

O pedido de licenciamento é indeferido com base em qualquer dos seguintes fundamentos:

- a) Não se enquadrar ou não respeitar as regras gerais, regras especiais e critérios definidas/os no presente Regulamento, nas situações aplicáveis;
- b) Não respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas, quando se tratar de licenciamento de publicidade sonora;
- c) Existirem débitos à Autarquia ou a atividade associada à publicidade pretendida ou à ocupação pretendida não se encontrar devidamente licenciada por esta Câmara Municipal;
- d) Pela sua natureza, localização, extensão, duração ou época programada de realização, prevejam-se situações lesivas para o ambiente urbano, para atividades ou eventos tradicionais que se realizem no município, para o património cultural, para a segurança dos utentes ou para a circulação na via pública.

## Artigo 56.º

**Notificação da decisão**

1 — A decisão sobre o pedido de licenciamento deverá ser notificada por escrito ao requerente.  
2 — No caso de deferimento, deve incluir-se na respetiva notificação a indicação do prazo para requerer a emissão da licença, designadamente de 30 dias após a receção da correspondente notificação, e pagamento das respetivas taxas.

3 — A licença deve especificar as condições a observar pelo titular, nomeadamente:

- a) O objeto do licenciamento;
- b) O local e a área permitidos para a ocupação;
- c) A descrição dos elementos a utilizar;
- d) O prazo de duração;
- e) O prazo para comunicar a não renovação;
- f) Os deveres do titular constantes do Capítulo VI do presente Título;
- g) Outra informação considerada relevante.

## Artigo 57.º

**Emissão, renovação e alteração da licença**

1 — A emissão, prorrogação e renovação das licenças está sujeita ao pagamento de taxas.  
2 — As licenças podem ser diárias, mensais ou anuais, consoante os casos.  
3 — A prorrogação das licenças deverá fazer-se a requerimento dos interessados e nas condições em que foram emitidas as licenças iniciais, concretizando-se mediante o envio para o titular do valor das taxas a pagar e efetivando-se após a sua liquidação:

- a) Até 5 dias úteis antes do fim do prazo de conclusão, no caso das licenças mensais;
- b) Até 1 mês antes do prazo de conclusão, no caso das licenças anuais.



4 — A prorrogação de licenças nos termos do n.º 3 não determina um averbamento ao alvará, sendo confirmador suficiente da manutenção da sua validade, o comprovativo do respetivo pagamento cumulativamente com o alvará inicial.

5 — A renovação de licenças que hajam caducado deverá fazer-se mediante a emissão de um novo alvará.

6 — Caso seja pretendida a alteração das condições da licença inicial, excluindo as situações de averbamento de novo titular, a mesma está sujeita a uma alteração de licença e dá origem a um averbamento ao alvará inicial.

7 — Para efeitos dos números anteriores, podem ser utilizados no processo os elementos que se mantenham válidos e inalterados.

8 — Caso os requerentes não procedam ao pagamento das taxas remetidas pela Autarquia para efeito de prorrogação das licenças, nem apresentem pedido de cessação nos prazos definidos no artigo 63.º, as licenças caducam automaticamente e sem direito a audiência dos interessados no prazo de 10 dias úteis após a sua conclusão.

#### Artigo 58.º

##### Natureza das licenças

1 — Todos os licenciamentos e autorizações concedidas no âmbito do presente Regulamento são considerados precários.

2 — A Câmara Municipal de Câmara de Lobos poderá conceder, mediante concurso público ou outra forma legalmente prevista, exclusivos de exploração publicitária ou de ocupação do domínio público.

#### Artigo 59.º

##### Pedido de informação Prévia

1 — Qualquer interessado pode requerer à Câmara Municipal informação sobre a ocupação do espaço do domínio público, bem como para afixação e inscrição e mensagens publicitárias, para determinado local.

2 — O requerente deve indicar o local, o espaço que pretende ocupar e os elementos sobre os quais pretende informação.

3 — A resposta ao requerente deverá ser comunicada no prazo de 30 dias a contar da data de receção do pedido.

4 — O conteúdo da informação prévia prestada pela Câmara Municipal é vinculativo para um eventual pedido de licenciamento, desde que este seja apresentado no prazo de 30 dias após a data da receção da comunicação pelo requerente.

5 — A Câmara Municipal não fica vinculada no que se refere à disponibilidade para o solicitado face ao horário e data.

### CAPÍTULO VI

#### Deveres dos Titulares

#### Artigo 60.º

##### Obrigações do titular

1 — Os titulares no âmbito deste Regulamento, incluindo todos os regimes, ficam vinculados às seguintes obrigações:

- a) Não devem proceder à adulteração dos elementos aprovados, ou a alterações da demarcação efetuada para ocupação do espaço público;
- b) Não devem proceder à transmissão do direito obtido a outrem;
- c) Não devem proceder à cedência da utilização do direito a outrem, mesmo que temporariamente;

d) Devem retirar a mensagem e o respetivo suporte até ao termo do prazo da licença, caso não pretendam a sua renovação ou alteração, ou prazo de remoção definidos pelo Município;

e) Devem repor a situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem publicitária ou da ocupação do espaço público, a suas custas;

f) Devem eliminar quaisquer danos em bens públicos resultantes da afixação ou inscrição das mensagens publicitárias, a suas custas;

g) Devem cumprir as condições gerais e específicas, bem como os critérios a que a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias estão sujeitas.

2 — A segurança e vigilância dos suportes publicitários e demais equipamentos de apoio, bem como ocupação do espaço público, incumbem ao titular.

3 — O titular da licença deve proceder com urbanidade nas relações com os utentes e providenciar no sentido de não causar danos ou incómodos a terceiros.

#### Artigo 61.º

##### Conservação e manutenção

1 — O titular deve garantir que o mobiliário urbano, suportes publicitários ou demais equipamentos, estruturas ou outros elementos que utiliza encontram-se em boas condições de conservação e segurança.

2 — O titular deve proceder com a periodicidade e prontidão adequadas à realização de trabalhos de conservação para conformidade do disposto no número anterior.

3 — Caso se verifique que os elementos não se apresentam em boas condições de conservação a Câmara Municipal notifica para a sua manutenção, atribuindo um prazo para o efeito, não inferior a 15 dias.

4 — Se decorrido o prazo e o mesmo se mantiver inalterado, poderá a Autarquia mandar remover o elemento, a expensas do titular, e determinar automaticamente declarada a caducidade da respetiva licença, sem direito a audiência prévia dos interessados.

#### Artigo 62.º

##### Atualização de Dados

1 — O titular é obrigado a manter atualizados todos os dados referentes à publicidade e ocupação do espaço público, devendo, previamente, solicitar a alteração à Câmara Municipal nos termos do regime geral de Licenciamento.

2 — No caso de Mera Comunicação Prévia ou Autorização, os dados são atualizados através do «Balcão do Empreendedor», no prazo máximo de 60 dias após a ocorrência da sua modificação.

#### Artigo 63.º

##### Cessação da ocupação

1 — O titular do alvará deve comunicar à Câmara Municipal a cessação da publicidade e da ocupação do espaço público até 30 dias após a sua efetivação.

2 — No caso do procedimento de Mera Comunicação Prévia ou Autorização, caso o titular pretenda cessar a publicidade ou a ocupação do espaço público deve comunicar através do «Balcão do Empreendedor», até 30 dias, e quando esteja associada ao encerramento do estabelecimento, é dispensado o procedimento anterior.

## TÍTULO III

### Propaganda política, eleitoral e sindical

#### Artigo 64.º

##### Princípios gerais

A presente secção visa definir os critérios de localização e afixação de propaganda política, eleitoral e sindical, relativamente à envolvente urbana, numa perspetiva de qualificação do espaço público, de respeito pelas normas em vigor sobre a proteção do património arquitetónico, do meio urbanístico, ambiental e paisagístico, o que implica a observância dos critérios constantes nos artigos seguintes.

#### Artigo 65.º

##### Locais de afixação

1 — A afixação de propaganda eleitoral é garantida com a colocação de placares nos locais para o efeito, disponibilizados pela Câmara Municipal e devidamente identificados por via de edital até 30 dias antes do início de cada campanha eleitoral, ou em outros locais, mediante conhecimento prévio da Autarquia.

2 — Ressalvado o disposto no número anterior, a afixação de propaganda será removida sempre que:

- a) Provoque obstrução de perspetivas panorâmicas ou afete a estética ou o ambiente dos lugares ou paisagem;
- b) Prejudique a beleza ou o enquadramento de monumentos regionais, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de ser classificados pelas entidades públicas;
- c) Cause prejuízos a terceiros;
- d) Afete a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária;
- e) Apresente disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os de sinalização de tráfego;
- f) Prejudique a circulação dos peões, designadamente dos portadores de necessidades especiais.

3 — A afixação ou inscrição de propaganda em lugares ou espaços de propriedade privada depende do respetivo consentimento.

#### Artigo 66.º

##### Regras de afixação

1 — Os locais disponibilizados pela Câmara Municipal, nos termos do n.º 1 do artigo anterior, podem ser livremente utilizados para o fim a que se destinam.

2 — Para efeito do disposto no número anterior, devem ser observadas pelos utentes, de modo a poder garantir-se uma equitativa utilização dos locais, as seguintes regras:

- a) O período de duração da afixação das mensagens não pode ultrapassar 30 dias, no caso de serem afixadas nos locais disponibilizados pela Câmara Municipal, e 15 dias nos restantes casos, devendo as mesmas ser removidas no termo desse prazo, salvo em situações de campanha ou pré-campanha eleitoral;
- b) Não podem ser ocupados, simultaneamente, mais de 50 % dos locais ou espaços com propaganda proveniente da mesma entidade, quando afixadas nos locais referidos no n.º 1.



Artigo 67.º

**Remoção da propaganda**

1 — Os partidos/forças concorrentes ou outros devem remover a propaganda eleitoral afixada nos respetivos locais, com um dia de antecedência sobre o dia do ato eleitoral.

2 — A propaganda política e sindical deve ser removida pelas entidades que a tiverem instalado, após o termo dos prazos referidos na alínea a) do n.º 2 do artigo anterior ou no terceiro dia útil após a realização do evento a que se refere.

3 — Quando não se proceda à remoção voluntária da propaganda nos prazos referidos nos números anteriores, caberá à Câmara Municipal proceder à remoção coerciva, imputando os custos às respetivas entidades.

4 — Os custos da remoção da propaganda, caso seja efetuada pela Autarquia, são imputados à entidade responsável pela afixação, sendo apurados mediante fórmula constante no capítulo das taxas do presente regulamento.

5 — Qualquer fenómeno de qualquer natureza que ocorra no espaço onde irá ser colocada a propaganda que resulte danos (patrimoniais e não patrimoniais) para as pessoas e bens, são da inteira responsabilidade da entidade que os colocou.

6 — As entidades que tiverem instalado propaganda consideram-se notificadas por carta ou qualquer outro meio ao qual haja registo.

7 — Pela colocação de propaganda não são devidas taxas municipais.

**TÍTULO IV**

**Taxas**

Artigo 68.º

**Taxas**

1 — O presente Título aplica-se à ocupação do espaço público e à afixação e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial.

2 — O presente Título não se aplica à Propaganda Política e Eleitoral.

Artigo 69.º

**Pagamento de Taxas**

1 — As taxas aplicam-se ao regime geral de Licenciamento, ao regime de comunicação prévia e ao regime de autorização, conforme o Anexo I ao presente Regulamento, e atendendo às especificidades de cada regime.

2 — As taxas e correspondentes fórmulas de cálculo referentes às situações enquadráveis no Regime Simplificado de Ocupação do Espaço Público são as divulgadas pelo Município no «Balcão do Empreendedor».

3 — As taxas referidas no número anterior são unicamente devidas pelo direito de ocupação do espaço público durante o período de tempo determinado no «Balcão do Empreendedor», devendo ser pagas automaticamente pelos interessados, sob pena de poder ser ordenada a sua remoção e determinada a caducidade do direito atribuído, nos termos análogos ao definido para o regime geral do licenciamento.

4 — A liquidação do valor das taxas é efetuada automaticamente no «Balcão do Empreendedor», salvo nos seguintes casos em que os elementos necessários à realização do pagamento por via eletrónica podem ser disponibilizados pelo Município nesse balcão, no prazo de cinco dias após a comunicação ou o pedido:

a) Taxas devidas pela ocupação do espaço público cuja forma de determinação não resulta automaticamente do «Balcão do Empreendedor».



5 — As taxas devidas no âmbito do regime previsto no presente Capítulo devem poder ser pagas por via eletrónica junto dos destinatários, designadamente dos municípios.

6 — Após o pagamento das Taxas no «Balcão do Empreendedor» o requerente pode dar início à ocupação pretendida.

7 — Somente após o pagamento das taxas devidas e emissão do recibo ou alvará poderá o titular usufruir dos direitos que lhe são conferidos.

#### Artigo 70.º

##### Taxas aplicáveis

1 — Quando o pedido de Comunicação Prévia ou de Autorização for apresentado pelo próprio através do «Balcão do Empreendedor» não se aplica a taxa de acesso mediado.

2 — Entende-se por:

a) Taxa de acesso mediado — a taxa que acresce ao valor da taxa do serviço e corresponde ao valor cobrado pelo atendimento presencial no balcão de atendimento do município, não se aplicando às comunicações online submetidas pelo próprio.

b) Acresce a esta taxa o valor de cobrança pelo número de impressões que resultarem da submissão do pedido.

c) Taxa de submissão — corresponde à taxa devida pelo pedido realizado online pelo próprio, com ou sem acesso mediado pelos serviços do Município, não se aplicando ao regime de licenciamento.

3 — Para efeito de cálculo de taxas aplica-se os seguintes critérios:

a) Para efeitos de determinação da área a taxar é considerado o polígono envolvente da superfície a ocupar o domínio público ou da superfície publicitária;

b) Nos suportes publicitários volumétricos a medição faz-se pela superfície exterior;

c) Nos restantes casos de ocupação do espaço público é considerada a extensão ocupada em metros lineares ou a unidade;

d) Nas inscrições ou afixações de mensagens publicitárias em suportes publicitários próprios, preexistentes da Câmara Municipal, não deve ser cobrada taxa pela ocupação do domínio público, mas apenas pela afixação ou inscrição publicitária.

#### Artigo 71.º

##### Incidência das Taxas

1 — Pela prática de atos referidos no presente Regulamento, são devidas as taxas fixadas no Anexo I do presente Regulamento, sendo que as mesmas serão imputadas na Tabela de Taxas e Licenças do Município, aquando da primeira revisão que suceda.

2 — As taxas previstas na presente tabela serão objeto de atualização anual nos mesmos termos do Regulamento Municipal de Taxas e Licenças de Câmara de Lobos.

3 — A fundamentação económico-financeira relativa ao valor das taxas consta do Anexo I e faz parte integrante do presente Regulamento.

## TÍTULO V

### Fiscalização e regime sancionatório

#### Artigo 72.º

##### Fiscalização

A fiscalização do cumprimento das regras estabelecidas no presente Regulamento compete aos Municípios, sem prejuízo das competências das demais entidades com jurisdição, nos termos da lei, e aplica-se a quaisquer dos regimes previstos no presente Regulamento.

## Artigo 73.º

**Ocupação ou publicidade ilícita**

Os Municípios podem, notificado o infrator, remover ou por qualquer forma inutilizar os elementos que ocupem o espaço público ou as mensagens publicitárias ou de propaganda em violação das disposições no presente capítulo.

## Artigo 74.º

**Remoção**

1 — Na constatação da ocupação do espaço do domínio público ou da afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ou propaganda política e eleitoral ilícita, a Câmara Municipal pode determinar a remoção do facto no prazo de 5 dias, salvo outro especialmente previsto para o efeito, para além da coima aplicável, mediante prévia notificação aos infratores, precedida de audiência dos interessados nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

2 — No caso de incumprimento do disposto no número anterior ou quando esteja em causa a segurança de pessoas e bens ou outro interesse público, cuja salvaguarda imponha uma atuação urgente, a Câmara Municipal procederá à remoção imediata a custos do infrator e não havendo lugar a qualquer indemnização ou audiência dos interessados.

3 — Quando se justifique, a Câmara Municipal pode determinar a posse administrativa do imóvel ou estabelecimento para concretização do anterior nos exatos termos em que foi determinado ao interessado, devendo o procedimento ser precedido de audiência dos interessados.

4 — O disposto no número anterior aplica-se a qualquer dos regimes previstos no presente Regulamento.

5 — O incumprimento das regras gerais e especiais deve igualmente ser motivo de remoção e deve ser devidamente justificado pelos serviços.

## Artigo 75.º

**Regime Sancionatório**

1 — Constitui contraordenação a violação do disposto no presente Regulamento, nomeadamente:

a) A emissão de uma declaração a atestar o cumprimento das obrigações legais e regulamentares, ao abrigo do disposto na alínea f) do n.º 4 do artigo 44.º, que não corresponda à verdade, é punível com coima de 1 000,00 a 7 000,00€, tratando-se de uma pessoa singular, ou de 3 000,00 a 25 000,00€, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;

b) A falta de comunicação prévia prevista no n.º 1 do artigo 44.º, é punível com coima de 700,00 a 5 000,00€, tratando-se de uma pessoa singular, ou de 2 000,00 a 15 000,00€, tratando-se de pessoa coletiva;

c) A falta, não suprida em 10 dias após notificação eletrónica, de algum elemento essencial da mera comunicação prévia prevista no n.º 1 do artigo 44.º, é punível com coima de 400,00€ a 2 000,00€, tratando-se de uma pessoa singular, ou de 1 000,00€ a 5 000,00€, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;

d) A não atualização dos dados prevista no artigo 62.º, é punível com coima de 300,00 a 1 500,00, tratando-se de uma pessoa singular, ou de 800,00 a 4 000,00€, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;

e) O cumprimento fora do prazo do disposto no artigo 62.º, é punível com coima de 100,00 a 500,00€, tratando-se de uma pessoa singular, ou de 400,00 a 2 000,00€, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;

f) A falta de Licenciamento em violação do disposto no artigo 49.º, é punível com coima no valor mínimo correspondente ao dobro da licença a que haveria lugar e o máximo ao quádruplo ou sêxtuplo da mesma, consoante se trate de pessoa singular ou coletiva, respetivamente;



g) A alteração ou adulteração dos elementos aprovados e as alterações da demarcação efetuada, conforme o disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 60.º, punível com coima no valor mínimo correspondente ao dobro da licença a que haveria lugar e o máximo ao quádruplo ou sêxtuplo da mesma, consoante se trate de pessoa singular ou coletiva, respetivamente;

h) A transmissão da licença a outrem não autorizada, bem como a cedência de utilização do espaço licenciado, ainda que temporariamente, conforme o previsto nas alíneas b) e c) do artigo 60.º, é punível com coima no valor mínimo correspondente a um quarto do salário mínimo nacional e máximo a um meio do salário mínimo nacional ou a um salário mínimo nacional, consoante se trate de pessoa singular ou coletiva, respetivamente;

i) A não reposição da situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem publicitária ou da ocupação do espaço público, findo o prazo da licença ou a cessação da atividade, nos termos da alínea e) do n.º 1 do artigo 60.º, é punível com coima no valor mínimo correspondente a um quarto do salário mínimo nacional e máximo a um meio do salário mínimo nacional ou a um salário mínimo nacional, consoante se trate de pessoa singular ou coletiva, respetivamente;

j) A não remoção dos suportes publicitários, do mobiliário urbano e demais ocupações dentro do prazo de remoção imposto, nos termos da alínea d) do n.º 1 do artigo 60.º, é punível com coima no valor mínimo correspondente a um quarto do salário mínimo nacional e máximo a um meio do salário mínimo nacional ou a um salário mínimo nacional, consoante se trate de pessoa singular ou coletiva, respetivamente;

k) A falta de conservação e manutenção dos suportes publicitários, mobiliário urbano e demais ocupações, conforme disposto no artigo 61.º, é punível com coima no valor mínimo correspondente a um quarto do salário mínimo nacional e máximo a um meio do salário mínimo nacional ou a um salário mínimo nacional, consoante se trate de pessoa singular ou coletiva, respetivamente;

l) A afixação de propaganda política e eleitoral fora dos locais definidos pelo Município, em violação do disposto no n.º 1 do artigo 65.º, é punível com coima no valor mínimo, correspondente a um meio do salário mínimo nacional e máximo ao quádruplo do salário mínimo nacional.

m) A tentativa e a negligência são puníveis nos termos gerais.

2 — A instrução dos processos cabe aos municípios, cabendo a aplicação da coima ao presidente da câmara municipal ou órgão com competência delegada.

3 — O produto das coimas apreendido nos processos de contraordenação reverte na totalidade para os municípios respetivos.

4 — Ao montante das coimas, às sanções acessórias e às regras processuais, aplica-se o disposto no Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, com a última redação dada.

## Artigo 76.º

### Sanções Acessórias

1 — Em função da gravidade da infração e da culpa do agente, simultaneamente com a coima, podem ser aplicadas as sanções acessórias de encerramento de estabelecimento e de interdição do exercício de atividade, com os seguintes pressupostos de aplicação:

a) A interdição do exercício de atividade apenas pode ser decretada se o agente praticar a contraordenação com flagrante e grave abuso da função que exerce ou com manifesta e grave violação dos deveres que lhe são inerentes;

b) O encerramento do estabelecimento apenas pode ser decretado quando a contraordenação tenha sido praticada por causa do funcionamento do estabelecimento.

2 — A duração da interdição do exercício de atividade e do encerramento do estabelecimento não pode exceder o período de dois anos.

## TÍTULO VI

### Disposições finais e transitórias

#### Artigo 77.º

##### Compatibilidade entre regimes

1 — A ocupação do espaço público e a inscrição, afixação ou instalação de mensagens publicitárias, bem como de mensagens de propaganda política e eleitoral, previstas no presente Regulamento, não dispensa a observância das normas legais e regulamentares, designadamente as constantes do Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação, Regulamento Geral das Edificações Urbanas, Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de Agosto, e demais normas legais e regulamentares em vigor aplicáveis.

2 — O disposto no presente Regulamento não prejudica o regime legal aplicável ao domínio público hídrico, nomeadamente o domínio público hídrico pertencente aos municípios e freguesias estabelecido na Lei n.º 54/2005, de 15 de novembro, e na Lei n.º 58/2005, de 29 de dezembro, bem como o regime legal aplicável ao domínio público ferroviário, estabelecido no Decreto-Lei n.º 276/2003, de 4 de novembro, e o regime legal em vigor aplicável ao domínio público rodoviário.

#### Artigo 78.º

##### Normas subsidiárias

A tudo o que não esteja especialmente previsto no presente Regulamento aplica-se, subsidiariamente, a legislação em vigor, nomeadamente, o novo Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 4/2015, de 7 de janeiro, bem como a Lei n.º 97/88, de 17 agosto, alterada pela Lei n.º 23/2000 de 23 de agosto, e alterado pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, pelo Decreto-Lei n.º 141/2012, de 11 de julho, pelo Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro.

#### Artigo 79.º

##### Casos omissos

Os casos omissos no presente Regulamento serão resolvidos pela Câmara Municipal, de acordo com a legislação aplicável em vigor.

#### Artigo 80.º

##### Regime Transitório

1 — As licenças de publicidade e outras ocupações do espaço público emitidas antes da entrada em vigor deste Regulamento devem ser reiniciadas para conformação com os termos do presente regulamento, designadamente com o regime de mera comunicação prévia, autorização ou licenciamento.

2 — A conformação prevista no número anterior deve ser comunicada ao Presidente da Câmara através do «Balcão do Empreendedor» com ou sem acesso mediado pelos serviços da Autarquia, no caso de mera comunicação prévia e de autorização, ou requerida pelos particulares à Câmara Municipal no caso de licenciamento.

3 — O procedimento acima deve ser efetuado pelos interessados num prazo de 2 meses após a entrada em vigor do regulamento.

4 — Concluído o prazo de 2 meses acima identificado, consideram-se caducadas todas as licenças emitidas antes da entrada deste regulamento, sendo a determinação desta caducidade sujeita a audiência prévia dos interessados.

## Artigo 81.º

**Norma revogatória**

São revogadas todas as normas vigentes sobre esta matéria, ou que disponham o contrário, à data de entrada em vigor do presente Regulamento, designadamente o Regulamento de Publicidade e Outras Utilizações do Espaço Público, do Município de Câmara de Lobos, publicada a última alteração pelo Aviso n.º 20511/2010 de 15 de outubro, bem como os capítulos, secções e artigos referentes à temática, presentes no Regulamento Municipal de Taxas e Licenças de Câmara de Lobos, Regulamento n.º 437/2010, de 13 de maio.

## Artigo 82.º

**Entrada em vigor**

O presente Regulamento entra em vigor 30 dias após a sua publicação.

## ANEXO I

**Taxas referidas no presente Regulamento**

1 — Por serviços diversos (dependendo do tipo de pedido, dos serviços municipais auferidos ou forma de apresentação do pedido) é devido:

1.1 — Pela submissão do pedido no caso do regime simplificado (Comunicação Prévia ou Autorização) — 9,00€

1.2 — Pelo acesso mediado no caso do regime simplificado (Comunicação Prévia ou Autorização) — 70,00€

1.3 — Pela apreciação do pedido, no regime simplificado de Autorização acresce à taxa de submissão — 48,00€

1.4 — Pela reapreciação do pedido ou processo — 46,00€

1.5 — Pela emissão de alvará de licença — 11,00€

1.6 — Pela prorrogação da licença — 46,00€

1.7 — Pela renovação da licença — 46,00€

1.8 — Pela alteração da licença — 46,00€

1.9 — Pelos averbamentos aos alvarás, incluindo averbamento de titularidade — 19,00€

1.10 — Pelo pedido de informação prévia — 46,00€

1.11 — Por impressão frente e verso a cores — 1,50€

1.12 — Por impressão frente e verso a preto e branco — 1,00€

2 — Acresce ao anterior (nos casos aplicáveis, dependendo de aplicar-se o regime de mera comunicação prévia, de autorização ou de licenciamento) pela ocupação do espaço do domínio público (inclui espaço aéreo, solo e subsolo)

2.1 — Pela ocupação do espaço público com quiosques amovíveis e similares:

a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€

b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 10,00€

c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 31,00€

2.2 — Pela ocupação do espaço público com palcos, coretos, barracas, bancas, tendas, alpendres ou outros similares não integrados nos edifícios:

a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€

b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 10,00€

c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 31,00€



2.3 — Pela ocupação do espaço público com estrados, plataformas ou rampas:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 31,00€

2.4 — Pela ocupação do espaço público com viaturas e similares:

- a) Por cada, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por cada, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por cada, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 31,00€

2.5 — Pela ocupação do espaço público para exibição e divulgação de animais, pintores, músicos, artesãos e demais artistas ou similares:

- a) Por cada pessoa, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por cada pessoa, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 9,00€
- c) Por cada pessoa, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 28,00€

2.6 — Pela ocupação do espaço público para guarda ventos:

- a) Por metro linear ou fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por metro linear ou fração a mais e por mês — 4,00€
- c) Por metro linear ou fração a mais e por ano — 13,00€

2.7 — Pela ocupação do espaço público para esplanada aberta (mesas, cadeiras e guarda-sóis):

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 9,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 28,00€

2.8 — Pela ocupação do espaço público para arcas, máquinas de gelados e equipamentos similares:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 31,00€

2.9 — Pela ocupação do espaço público para brinquedos mecânicos, insufláveis e equipamentos similares:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 31,00€

2.10 — Pela ocupação do espaço público para floreiras e similares:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 9,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 28,00€

2.11 — Pela ocupação do espaço público para contentor para resíduos e similares:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 9,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 28,00€



2.12 — Pela ocupação do espaço público para postes, mastros e similares:

2.12.1 — Para colocação de anúncios

- a) Por cada e por dia — 1,00€
- b) Por cada e por mês — 10,00€
- c) Por cada e por ano — 31,00€

2.12.2 — Para decoração

- a) Por cada e por dia — 1,00€
- b) Por cada e por mês — 7,00€
- c) Por cada e por ano — 21,00€

2.13 — Pela ocupação do espaço público para vitrina ou expositor:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por ano — 31,00€

2.14 — Pela ocupação do espaço público específica para exposição de artigos vendidos nos estabelecimentos a que estão afetos:

2.14.1 — Para exposição de jornais, revistas ou livros

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por ano — 31,00€

2.14.2 — Para exposição de outros artigos ou objetos

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por ano — 31,00€

2.15 — Pela ocupação do espaço público para toldos e respetivas sanefas ou palas, instalados em edifícios:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por ano — 31,00€

2.16 — Pela ocupação do espaço público para outros suportes publicitários:

2.16.1 — Por m<sup>2</sup> ou fração de superfície a mais e por dia

- a) Por anuncio luminoso, iluminado ou eletrónico — 0,50€
- b) Por bandeiras — 1,00€
- c) Por bandeirolas — 1,00€
- d) Por chapa — 1,00€
- e) Por pendão — 1,00€
- f) Por placa — 1,00€
- g) Por tabuleta — 1,00€
- h) Por cartaz, dístico colante ou outro similar — 1,00€
- i) Por muppi ou totem — 1,00€
- j) Por tela ou lona — 1,00€
- k) Por balão ou insuflável — 1,00€
- l) Por painel ou outdoor — 1,00€
- m) Por faixa ou fita — 1,00€



- n) Por moldura — 1,00€
- o) Por coluna publicitária — 1,00€
- p) Por cavalete — 1,00€
- q) Por vinil — 1,00€
- r) Letras soltas ou símbolos — 1,00€
- s) Por pala — 1,00€
- t) Por friso — 1,00€

2.16.2 — Por m<sup>2</sup> ou fração de superfície a mais e por mês

- a) Por anuncio luminoso, iluminado ou eletrónico — 5,00€
- b) Por bandeiras — 10,00€
- c) Por bandeirolas — 10,00€
- d) Por chapa — 10,00€
- e) Por pendão — 10,00€
- f) Por placa — 10,00€
- g) Por tabuleta — 10,00€
- h) Por cartaz, dístico colante ou outro similar — 10,00€
- i) Por muppi ou totem — 10,00€
- j) Por tela ou lona — 10,00€
- k) Por balão ou insuflável — 10,00€
- l) Por painel ou outdoor — 10,00€
- m) Por faixa ou fita — 10,00€
- n) Por moldura — 10,00€
- o) Por coluna publicitária — 10,00€
- p) Por cavalete — 10,00€
- q) Por vinil — 10,00€
- r) Letras soltas ou símbolos — 10,00€
- s) Por pala — 10,00€
- t) Por friso — 10,00€

2.16.3 — Por m<sup>2</sup> ou fração de superfície e por ano

- a) Por anuncio luminoso, iluminado ou eletrónico — 14,00€
- b) Por bandeiras — 31,00€
- c) Por bandeirolas — 31,00€
- d) Por chapa — 31,00€
- e) Por pendão — 31,00€
- f) Por placa — 31,00€
- g) Por tabuleta — 31,00€
- h) Por cartaz, dístico colante ou outro similar — 31,00€
- i) Por muppi ou totem — 31,00€
- j) Por tela ou lona — 31,00€
- k) Por balão ou insuflável — 31,00€
- l) Por painel ou outdoor — 31,00€
- m) Por faixa ou fita — 31,00€
- n) Por moldura — 31,00€
- o) Por coluna publicitária — 31,00€
- p) Por cavalete — 31,00€
- q) Por vinil — 31,00€
- r) Letras soltas ou símbolos — 31,00€
- s) Por pala — 31,00€
- t) Por friso — 31,00€

2.17 — Pela ocupação do espaço público com placas informativas destinadas à venda de imóveis:

2.17.1 — Por particulares

- a) Por cada placa, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por cada placa, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 5,00€
- c) Por cada placa, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 14,00€

2.17.2 — Por empresas

- a) Por cada placa, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por cada placa, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por cada, por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 31,00€

2.18 — Pela ocupação do espaço público para outros suportes publicitários não identificados nos anteriores:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais e por ano — 31,00€

3 — Acresce aos anteriores (nos casos aplicáveis, dependendo de enquadrar-se em regime de dispensa de procedimento, de mera comunicação prévia, de autorização ou de licenciamento), pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias nos suportes publicitários pretendidos

3.1 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em suporte publicitário do tipo palas, frisos:

- a) Por metro linear e fração a mais e por dia — 2,00€
- b) Por metro linear e fração a mais e por mês — 11,00€
- c) Por metro linear e fração a mais e por ano — 37,00€

3.2 — Quando luminoso, iluminado ou eletrónico:

- a) Por metro linear e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por metro linear e fração a mais e por mês — 5,00€
- c) Por metro linear e fração a mais e por ano — 17,00€

3.3 — Pela afixação ou inscrição de publicidade suporte publicitário do tipo toldos e alpendre fixo ou articulado não integrados no edifício:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 2,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 19,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 61,00€

3.3.1 — Quando iluminado:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 9,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 28,00€

3.4 — Pela afixação ou inscrição de publicidade suporte publicitário do tipo chapa ou moldura:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 2,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 19,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 61,00€



3.4.1 — Quando luminoso, iluminado ou eletrónico:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 9,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 28,00€

3.5 — Pela afixação ou inscrição de publicidade em suporte do tipo tela, lona ou outro similar:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 2,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 19,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 61,00€

3.5.1 — Quando iluminado:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 9,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 28,00€

3.6 — Pela afixação ou inscrição de publicidade do tipo vinil, letras soltas, símbolos ou outro similar:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 2,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 19,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 61,00€

3.6.1 — Quando iluminado ou luminoso:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 10,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 31,00€

3.7 — Pela afixação de mensagens publicitárias em suportes do tipo fita ou faixa:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 2,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 19,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 61,00€

3.7.1 — Quando iluminado:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 9,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 28,00€

3.8 — Pela afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em suportes fixos do tipo balão ou insuflável:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 2,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 19,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 61,00€

3.8.1 — Quando iluminado:

- a) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por dia — 1,00€
- b) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por mês — 9,00€
- c) Por m<sup>2</sup> e fração a mais e por ano — 28,00€



3.9 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em suporte publicitário do tipo bandeiras, bandeirolas, pendões ou outros similares:

3.9.1 — Até 1 m<sup>2</sup>

- a) Por cada e por dia — 1,00€
- b) Por cada e por mês — 6,00€
- c) Por cada e por ano — 19,00€

3.9.2 — Até 2 m<sup>2</sup>

- a) Por cada e por dia — 2,00€
- b) Por cada e por mês — 11,00€
- c) Por cada e por ano — 37,00€

3.9.3 — Até 3 m<sup>2</sup>

- a) Por cada e por dia — 2,00€
- b) Por cada e por mês — 17,00€
- c) Por cada e por ano — 55,00€

3.9.4 — Acima de 3 m<sup>2</sup>

- a) Por cada e por dia — 3,00€
- b) Por cada e por mês — 22,00€
- c) Por cada e por ano — 73,00€

3.10 — Pela afixação ou inscrição de publicidade suporte publicitário do tipo muppi, totem, outdoor, placa, tabuleta, coluna publicitária, cavalete, painel ou similar:

3.10.1 — Quando fixo:

3.10.1.1 — Por dia:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 2,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 4,00€

3.10.1.2 — Por mês:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 19,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 37,00€

3.10.1.3 — Por ano:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 61,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 121,00€

3.10.2 — Quando rotativo:

3.10.2.1 — Por dia:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 3,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 6,00€

3.10.2.2 — Por mês:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 28,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 55,00€



3.10.2.3 — Por ano:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 91,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 181,00€

3.10.3 — Quando fixo, iluminado, luminoso ou eletrónico:

3.10.3.1 — Por dia:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 1,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 2,00€

3.10.3.2 — Por mês:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 9,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 17,00€

3.10.3.3 — Por ano:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 28,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 55,00€

3.10.4 — Quando rotativo, iluminado, luminoso ou eletrónico:

3.10.4.1 — Por dia:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 2,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 3,00€

3.10.4.2 — Por mês:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 13,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 25,00€

3.10.4.3 — Por ano:

- a) Por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 42,00€
- b) Dupla face, por m<sup>2</sup> ou fração a mais — 83,00€

3.11 — Pela divulgação de mensagens publicitárias em aparelhos de rádio ou televisão, altifalantes ou outros aparelhos sonoros, incluindo emissões diretas com fins publicitários na/ou para a via pública:

- a) Por dia — 11,00€
- b) Por semana — 22,00€
- c) Por mês — 109,00€
- d) Por ano — 362,00€

3.12 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em transportes coletivos, no exterior ou visível do exterior:

- a) Por m<sup>2</sup>, por anúncio ou reclamo e por dia — 2,00€
- b) Por m<sup>2</sup>, por anúncio ou reclamo e por mês — 19,00€
- c) Por m<sup>2</sup>, por anúncio ou reclamo e por ano — 61,00€



3.13 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em táxis, no exterior ou visível do exterior:

- a) Por painel, por viatura e por dia — 2,00€
- b) Por painel, por viatura e por mês — 17,00€
- c) Por painel, por viatura e por ano — 55,00€

3.14 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em outros veículos:

3.14.1 — Quando alusivas à firma proprietária ou outra, por veículo e até um mês

- a) Ciclomotores e motociclos — 22,00€
- b) Veículos ligeiros de passageiros e mistos — 22,00€
- c) Veículos ligeiros de mercadorias — 22,00€
- d) Veículos pesados de passageiros — 22,00€
- e) Veículos pesados de mercadorias e mistos — 22,00€
- f) Reboques — 22,00€
- g) Semirreboques — 22,00€

3.14.2 — Quando alusivas à firma proprietária ou outra, por veículo e por ano

- a) Ciclomotores e motociclos — 73,00€
- b) Veículos ligeiros de passageiros e mistos — 73,00€
- c) Veículos ligeiros de mercadorias — 73,00€
- d) Veículos pesados de passageiros — 73,00€
- e) Veículos pesados de mercadorias e mistos — 73,00€
- f) Reboques — 73,00€
- g) Semirreboques — 73,00€

3.14.3 — Quando utilizados exclusivamente para o exercício da atividade publicitária, por veículo e por m<sup>2</sup>

- a) Por dia — 11,00€
- b) Por mês — 109,00€
- c) Por ano — 362,00€

3.15 — Pela exibição temporária de publicidade em outras viaturas, barcos e meios aéreos ou por qualquer outra forma similar:

- a) Por cada anúncio ou reclamo, por dia — 11,00€
- b) Por cada anúncio ou reclamo, por mês — 109,00€
- c) Por cada anúncio ou reclamo, por ano — 362,00€

3.16 — Pela afixação de mensagens publicitárias em paredes, muros, tapumes, quiosques, barracas e outros similares, através de cartazes, dísticos colantes e similares:

3.16.1 — Até 1 m<sup>2</sup>

- a) Até 100 unidades, por cartaz e por dia — 1,00€
- b) Até 100 unidades, por cartaz e por mês — 2,00€
- c) Por cada unidade a mais e por dia — 1,00€
- d) Por cada unidade a mais e por mês — 2,00€

3.16.2 — Até 3 m<sup>2</sup>

- a) Até 100 unidades, por cartaz e por dia — 2,00€
- b) Até 100 unidades, por cartaz e por mês — 3,00€



- c) Por cada unidade a mais e por dia — 1,00€
- d) Por cada unidade a mais e por mês — 2,00€

3.16.3 — Acima de 3 m<sup>2</sup>

- a) Até 100 unidades, por cartaz e por dia — 3,00€
- b) Até 100 unidades, por cartaz e por mês — 4,00€
- c) Por cada unidade a mais e por dia — 1,00€
- d) Por cada unidade a mais e por mês — 2,00€

3.17 — Pela distribuição de panfletos publicitários na via pública:

- a) Por dia, por panfleto e por pessoa — 1,00€

3.18 — Pela distribuição de produtos na via pública:

- a) Por dia, por produto e por pessoa — 1,00€

3.19 — Pela publicitação de espetáculos públicos e outra não incluída nos artigos anteriores:

3.19.1 — Quando mensurável em área ocupada:

- a) Por dia, por m<sup>2</sup> e fração a mais — 1,00€
- b) Por mês, por m<sup>2</sup> e fração a mais — 8,00€
- c) Por ano, por m<sup>2</sup> e fração a mais — 25,00€

3.19.2 — Quando mensurável em comprimento:

- a) Por dia, por metro linear e fração a mais — 2,00€
- b) Por mês, por metro linear e fração a mais — 11,00€
- c) Por ano, por metro linear e fração a mais — 37,00€

3.19.3 — Quando não mensurável de harmonia com os números anteriores:

- a) Por dia e por anúncio ou reclamo — 2,00€
- b) Por mês e por anúncio ou reclamo — 11,00€
- c) Por ano e por anúncio ou reclamo — 37,00€

**Justificação Económico-financeira**

As taxas das autarquias locais são tributos que assentam na prestação concreta de um serviço público local, na utilização privada de bens do domínio público e privado das autarquias locais ou na remoção de um obstáculo jurídico ao comportamento dos particulares, quando tal seja atribuição das autarquias locais, nos termos da lei.

O valor das taxas foi fixado de acordo com o princípio da proporcionalidade e não ultrapassa o custo da atividade pública local ou o benefício auferido pelo particular.

Respeitando a necessária proporcionalidade, algumas normas foram fixados com base em critérios de desincentivo à prática de certos atos.

No caso das taxas em apreço e tendo em conta a especificidade das mesmas, a metodologia de análise e imputação dos custos subdividiu-se em duas áreas:

Taxas por serviços diversos;

Acréscimo aos serviços diversos, que concerne na aplicação de taxas pela ocupação da via pública e publicidade;

Enquadramento Metodológico:

Taxas por serviços diversos:

Trata-se de taxas de carácter essencialmente administrativo, consumindo poucos recursos materiais, o valor das taxas apresentadas faz face a todas as despesas que o Município suporta entre as quais:

Custos com o pessoal;  
Custos administrativos;  
Custos com a deslocação;  
Custos Comuns;

Assim nos termos do disposto na alínea c) do n.º 2 do artigo 8.º da Lei n.º 53-E/2006, de 29 de dezembro e ulteriores alterações, a continuação expõe a fundamentação económico-financeira relativa ao valor das taxas:

Custos com o pessoal: abarca os custos de decisão, verificação de pressupostos, expediente e fiscalização, sendo definido como critério de imputação o número de horas de trabalho despendidas, pelos assistentes técnicos, técnicos, dirigentes e vereador com competências.

Custos administrativos: incluindo custos com material de consumo e economato, custos com a utilização pelo município de equipamento informático com ligação à internet e custos de expediente de correio.

Custos com a deslocação: engloba a visita ao local por parte da fiscalização municipal e utilização de viatura, estimou-se o valor hora /viatura com base na conta corrente da contabilidade analítica.

Custos Comuns, correspondem à repartição dos Custos Gerais de Administração e Custos das Funções Gerais.

Como regra geral, assumiu-se a seguinte fórmula de determinação do custo de cada processo/atividade subjacente à liquidação da taxa apresentada.

$$\text{Total de Custos} = \text{Custos da Atividade} + \text{Custos das Funções Gerais}$$

sendo que:

Custos da Atividade = Mão-de-obra + Custos Gerais

Mão-de-obra, correspondendo aos custos com o pessoal;

Custos Gerais referem-se aos custos administrativos e custos com a deslocação

Custo das Funções Gerais = Custos Comuns

O valor fixado para as taxas a liquidar, em resultado de um processo/atividade e nos termos da Lei n.º 53-E/2006, de 29 de dezembro e ulteriores alterações, foi determinado pelo respetivo custo, ponderado pela aplicação de fatores de incentivo ou desincentivo de determinadas práticas ou pela consideração do valor do benefício auferido pelo particular que beneficiou da atividade desenvolvida.

Em geral aplicou-se a seguinte expressão:

$$\text{Valor Final da Taxa (arredondado)} = \text{Total dos Custos} \times [(1-\alpha) + \beta] (1-\gamma)$$

em que:

$\alpha$  — Corresponde ao coeficiente de incentivo que se queira atribuir à prática que determina a atividade objeto de taxa, sendo por defeito igual a 0 %; é o custo social que o Município assume suportar para determinada atividade;

$\beta$  — Corresponde ao coeficiente de desincentivo que se queira atribuir à prática que determina a atividade objeto de taxa, é o sobrecusto ou agravamento imposto ao particular;

γ — Trata-se do Coeficiente Socioeconómico correspondente ao montante que o Município entende dever partilhar, tendo em conta o princípio da proporcionalidade.

Acréscimo aos serviços diversos, que concerne na aplicação de taxas pela ocupação da via pública e publicidade;

No cômputo destas taxas e atendendo à sua natureza deixam de estar contemplados os custos com atividade, uma vez que, os mesmos já se encontram contemplados na seção taxas por serviços diversos cumulativas com a presente seção.

#### **Ocupação da via pública**

A via pública, como um bem do domínio público, não é suscetível de apropriação individual, devendo estar ao serviço da comunidade. Pelas suas características, as taxas de ocupação da via pública têm subjacente, além dos custos, o benefício auferido pelo particular decorrente da utilização dos referidos bens e da sua afetação exclusiva, bem como o prejuízo inerente para a comunidade resultante da impossibilidade de acesso e fruição, ou seja, resultante da impossibilidade temporária de afetação à utilidade pública. Estas taxas pautam-se também, pelo desincentivo a atos que perturbem o ordenamento do território e a mobilidade dos munícipes.

#### **Publicidade**

As taxas de publicidade, para além dos custos inerentes à prestação do serviço, contemplam as componentes do benefício e do desincentivo. Sendo a primeira componente justificada pelo benefício auferido pelo particular, dado que a publicidade constitui um instrumento de divulgação, dinamização e captação de clientes. A aplicação do desincentivo é motivada pelo impacto visual negativo causado pela publicidade, que provoca incómodo visual às populações.

Nos anúncios luminosos, foi aplicado um critério de incentivo, dado que este tipo de publicidade proporciona mais iluminação à via pública, facilitando a sua utilização.

Foi também aplicado um critério de incentivo às placas informativas de venda de imóveis por particulares, atendendo tratar-se de uma atividade esporádica sem carácter empresarial.

Considerando que os painéis rotativos abarcam uma maior quantidade de informação, a taxa inerente aos mesmos contempla o benefício extra para o anunciante.

Assim, o valor de cada receita a cobrar deverá, e como regra, ser igual ao custo da atividade que a determina, podendo ser maior ou menor em função de opções de política Municipal em contrariar ou promover determinadas práticas ou comportamentos e da maior ou menor valorização que se atribua ao benefício do particular e da decisão quanto ao grau de partilha desse benefício por parte do Município.

No mapa infra, evidencia-se, o valor a liquidar, os correspondentes custos incorridos pela Autarquia e os fatores de incentivo, desincentivo e benefício do particular.



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
1 — Por serviços diversos (dependendo do tipo de pedido, dos serviços municipais auferidos ou forma de apresentação do pedido) é devido:											
1.1 — Pela submissão do pedido no caso do regime simplificado (Comunicação Prévia ou Autorização) . . . . .	3,16	1	4,16	4,35	8,51	1	1	8,51		8,51	9
1.2 — Pelo acesso mediado no caso do regime simplificado (Comunicação Prévia ou Autorização). . . . .	8,59	1	9,59	4,35	13,94	1	5	69,7		69,7	70
1.3 — Pela apreciação do pedido, que no caso do regime simplificado de Autorização acresce à taxa de submissão. . . . .	37,13	4,57	41,7	6,02	47,72	1	1	47,72		47,72	48
1.4 — Pela reapreciação do pedido ou processo. . . . .	37,13	4,57	41,7	4,07	45,77	1	1	45,77		45,77	46
1.5 — Pela emissão de alvará de licença . . . . .	4,32	1,74	6,06	4,35	10,41	1	1	10,41		10,41	11
1.6 — Pela prorrogação da licença . . . . .	37,13	4,57	41,7	4,07	45,77	1	1	45,77		45,77	46
1.7 — Pela renovação da licença. . . . .	37,13	4,57	41,7	4,07	45,77	1	1	45,77		45,77	46
1.8 — Pela alteração da licença. . . . .	37,13	4,57	41,7	4,07	45,77	1	1	45,77		45,77	46
1.9 — Pelos averbamentos aos alvarás, incluindo averbamento de titularidade. . . . .	13,86	0,54	14,4	4,07	18,47	1	1	18,47		18,47	19
1.10 — Pelo pedido de informação prévia . . . . .	37,13	4,57	41,7	4,07	45,77	1	1	45,77		45,77	46
1.11 — Por impressão frente e verso a cores . . . . .	0,09	0,06	0,15	0,72	0,87	1	1,2	1,05		1,05	1,5
1.12 — Por impressão frente e verso a preto e branco . . . . .	0,09	0,03	0,12	0,72	0,84	1	1	0,84		0,84	1
2 — Acresce ao anterior (nos casos aplicáveis, dependendo de aplicar-se o regime de mera comunicação prévia, de autorização ou de licenciamento) pela ocupação do espaço do domínio público (inclui espaço aéreo, solo e subsolo)											
2.1 — Pela ocupação do espaço público com quiosques amovíveis e similares:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia . . . . .				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
2.2 — Pela ocupação do espaço público com palcos, coretos, barracas, bancas, tendas, apêndices ou outros similares não integrados nos edifícios:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia . . . . .				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
2.3 — Pela ocupação do espaço público com estrados, plataformas ou rampas:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia . . . . .				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
2.4 — Pela ocupação do espaço público com viaturas e similares:											
a) Por cada, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por cada, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por cada, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
2.5 — Pela ocupação do espaço público para exibição e divulgação de animais, pintores, músicos, artesãos e demais artistas ou similares:											
a) Por cada pessoa, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1	0,82	0	0,82	1
b) Por cada pessoa, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1	8,21	0	8,21	9
c) Por cada pessoa, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1	27,42	0	27,42	28
2.6 — Pela ocupação do espaço público para guarda ventos:											
a) Por metro linear ou fração a mais e por dia .....				0,33	0,33	1	1,1	0,36	0	0,36	1
b) Por metro linear ou fração a mais e por mês .....				3,29	3,29	1	1,1	3,62	0	3,62	4
c) Por metro linear ou fração a mais e por ano .....				10,97	10,97	1	1,1	12,07	0	12,07	13
2.7 — Pela ocupação do espaço público para esplanada aberta (mesas, cadeiras e guarda-sóis):											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1	0,82	0	0,82	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1	8,21	0	8,21	9
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1	27,42	0	27,42	28
2.8 — Pela ocupação do espaço público para arcas, máquinas de gelados e equipamentos similares:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
2.9 — Pela ocupação do espaço público para brinquedos mecânicos, insufláveis e equipamentos similares:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
2.10 — Pela ocupação do espaço público para floreiras e similares:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1	0,82	0	0,82	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1	8,21	0	8,21	9
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1	27,42	0	27,42	28
2.11 — Pela ocupação do espaço público para contentor para resíduos e similares:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1	0,82	0	0,82	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1	8,21	0	8,21	9
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1	27,42	0	27,42	28
2.12 — Pela ocupação do espaço público para postes, mastros e similares:											
2.12.1 — Para colocação de anúncios:											
a) Por cada e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por cada e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por cada e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
2.12.2 — Para decoração:											
a) Por cada e por dia .....				0,55	0,55	1	1,1	0,61	0	0,61	1
b) Por cada e por mês .....				5,5	5,5	1	1,1	6,05	0	6,05	7
c) Por cada e por ano .....				18,33	18,33	1	1,1	20,16	0	20,16	21
2.13 — Pela ocupação do espaço público para vitrina ou expositor:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
2.14 — Pela ocupação do espaço público específica para exposição de artigos vendidos nos estabelecimentos a que estão afetos:											
2.14.1 — Para exposição de jornais, revistas ou livros:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
2.14.2 — Para exposição de outros artigos ou objetos:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
2.15 — Pela ocupação do espaço público para toldos e respetivas sanefas ou palas, instalados em edifícios:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
2.16 — Pela ocupação do espaço público para outros suportes publicitários:											
2.16.1 — Por m <sup>2</sup> ou fração de superfície a mais e por dia:											
a) Por anuncio luminoso, iluminado ou eletrónico .....				0,82	0,82	0,5	1	0,41	0	0,41	0,5
b) Por bandeiras .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
c) Por bandeirolas .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
d) Por chapa .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
e) Por pendão .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
f) Por placa .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
g) Por tabuleta .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
h) Por cartaz, dístico colante ou outro similar .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
i) Por muppi ou totem .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
j) Por tela ou lona .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
k) Por balão ou insuflável .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
l) Por painel ou outdoor .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
m) Por faixa ou fita .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
n) Por moldura .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
o) Por coluna publicitária .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
p) Por cavalete .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
q) Por vinil .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
r) Letras soltas ou símbolos .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
s) Por pala .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
t) Por friso .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
2.16.2 — Por m <sup>2</sup> ou fração de superfície a mais e por mês											
a) Por anuncio luminoso, iluminado ou eletrónico .....				8,21	8,21	0,5	1	4,11	0	4,11	5
b) Por bandeiras .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por bandeirolas .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
d) Por chapa .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
e) Por pendão .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
f) Por placa . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
g) Por tabuleta . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
h) Por cartaz, dístico colante ou outro similar . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
i) Por muppi ou totem . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
j) Por tela ou lona . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
k) Por balão ou insuflável . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
l) Por painel ou outdoor . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
m) Por faixa ou fita . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
n) Por moldura . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
o) Por coluna publicitária . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
p) Por cavalete . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
q) Por vinil . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
r) Letras soltas ou símbolos . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
s) Por pala . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
t) Por friso . . . . .				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
2.16.3 — Por m <sup>2</sup> ou fração de superfície e por ano											
a) Por anuncio luminoso, iluminado ou eletrónico . . . . .				27,42	27,42	0,5	1	13,71	0	13,71	14
b) Por bandeiras . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
c) Por bandeirolas . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
d) Por chapa . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
e) Por pendão . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
f) Por placa . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
g) Por tabuleta . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
h) Por cartaz, dístico colante ou outro similar . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
i) Por muppi ou totem . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
j) Por tela ou lona . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
k) Por balão ou insuflável . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
l) Por painel ou outdoor . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
m) Por faixa ou fita . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
n) Por moldura . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
o) Por coluna publicitária . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
p) Por cavalete . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
q) Por vinil . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
r) Letras soltas ou símbolos . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
s) Por pala . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
t) Por friso . . . . .				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
2.17 — Pela ocupação do espaço público com placas informativas destinadas à venda de imóveis:											
2.17.1 — Por particulares:											
a) Por cada placa, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	0,5	1	0,41	0	0,41	1
b) Por cada placa, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	0,5	1	4,11	0	4,11	5
c) Por cada placa, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	0,5	1	13,71	0	13,71	14
2.17.2 — Por empresas:											
a) Por cada placa, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por cada placa, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por cada, por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
2.18 — Pela ocupação do espaço público para outros suportes publicitários não identificados nos anteriores:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por dia .....				0,82	0,82	1	1,1	0,9	0	0,9	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				8,21	8,21	1	1,1	9,03	0	9,03	10
c) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais e por ano .....				27,42	27,42	1	1,1	30,16	0	30,16	31
3 — Acresce aos anteriores (nos casos aplicáveis, dependendo de enquadrar-se em regime de dispensa de procedimento, de mera comunicação prévia, de autorização ou de licenciamento), pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias nos suportes publicitários pretendidos											
3.1 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em suporte publicitário do tipo palas, frisos:											
a) Por metro linear e fração a mais e por dia .....				0,98	0,98	1	1,1	1,08	0	1,08	2
b) Por metro linear e fração a mais e por mês .....				9,87	9,87	1	1,1	10,86	0	10,86	11
c) Por metro linear e fração a mais e por ano .....				32,89	32,89	1	1,1	36,18	0	36,18	37
3.2 — Quando luminoso, iluminado ou eletrónico:											
a) Por metro linear e fração a mais e por dia .....				0,98	0,98	0,5	1	0,49	0	0,49	1
b) Por metro linear e fração a mais e por mês .....				9,87	9,87	0,5	1	4,94	0	4,94	5
c) Por metro linear e fração a mais e por ano .....				32,89	32,89	0,5	1	16,45	0	16,45	17



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
3.3 — Pela afixação ou inscrição de publicidade suporte publicitário do tipo toldos e alpendre fixo ou articulado não integrados no edifício:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	1	1,1	1,82	0	1,82	2
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	1	1,1	18,1	0	18,1	19
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	1	1,1	60,32	0	60,32	61
3.3.1 — Quando iluminado:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	0,5	1	0,83	0	0,83	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	0,5	1	8,23	0	8,23	9
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	0,5	1	27,42	0	27,42	28
3.4 — Pela afixação ou inscrição de publicidade suporte publicitário do tipo chapa ou moldura:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	1	1,1	1,82	0	1,82	2
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	1	1,1	18,1	0	18,1	19
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	1	1,1	60,32	0	60,32	61
3.4.1 — Quando luminoso, iluminado ou eletrónico:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	0,5	1	0,83	0	0,83	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	0,5	1	8,23	0	8,23	9
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	0,5	1	27,42	0	27,42	28
3.5 — Pela afixação ou inscrição de publicidade em suporte do tipo tela, lona ou outro similar:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	1	1,1	1,82	0	1,82	2
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	1	1,1	18,1	0	18,1	19
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	1	1,1	60,32	0	60,32	61
3.5.1 — Quando iluminado:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	0,5	1	0,83	0	0,83	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	0,5	1	8,23	0	8,23	9
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	0,5	1	27,42	0	27,42	28



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
3.6 — Pela afixação ou inscrição de publicidade do tipo vinil, letras soltas, símbolos ou outro similar:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	1	1,1	1,82	0	1,82	2
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	1	1,1	18,1	0	18,1	19
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	1	1,1	60,32	0	60,32	61
3.6.1 — Quando iluminado ou luminoso:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	0,5	1,1	0,91	0	0,91	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	0,5	1,1	9,05	0	9,05	10
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	0,5	1,1	30,16	0	30,16	31
3.7 — Pela afixação de mensagens publicitárias em suportes do tipo fita ou faixa:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	1	1,1	1,82	0	1,82	2
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	1	1,1	18,1	0	18,1	19
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	1	1,1	60,32	0	60,32	61
3.7.1 — Quando iluminado:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	0,5	1	0,83	0	0,83	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	0,5	1	8,23	0	8,23	9
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	0,5	1	27,42	0	27,42	28
3.8 — Pela afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em suportes fixos do tipo balão ou insuflável:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	1	1,1	1,82	0	1,82	2
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	1	1,1	18,1	0	18,1	19
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	1	1,1	60,32	0	60,32	61
3.8.1 — Quando iluminado:											
a) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por dia .....				1,65	1,65	0,5	1	0,83	0	0,83	1
b) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por mês .....				16,45	16,45	0,5	1	8,23	0	8,23	9
c) Por m <sup>2</sup> e fração a mais e por ano .....				54,84	54,84	0,5	1	27,42	0	27,42	28
3.9 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em suporte publicitário do tipo bandeiras, bandeirolas, pendões ou outros similares:											
3.9.1 — Até 1 m <sup>2</sup>											
a) Por cada e por dia .....				0,49	0,49	1	1,1	0,54	0	0,54	1
b) Por cada e por mês .....				4,94	4,94	1	1,1	5,43	0	5,43	6
c) Por cada e por ano .....				16,45	16,45	1	1,1	18,1	0	18,1	19



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
3.9.2 — Até 2 m <sup>2</sup>											
a) Por cada e por dia .....				0,99	0,99	1	1,1	1,09	0	1,09	2
b) Por cada e por mês .....				9,87	9,87	1	1,1	10,86	0	10,86	11
c) Por cada e por ano .....				32,9	32,9	1	1,1	36,19	0	36,19	37
3.9.3 — Até 3 m <sup>2</sup>											
a) Por cada e por dia .....				1,48	1,48	1	1,1	1,63	0	1,63	2
b) Por cada e por mês .....				14,81	14,81	1	1,1	16,29	0	16,29	17
c) Por cada e por ano .....				49,35	49,35	1	1,1	54,29	0	54,29	55
3.9.4 — Acima de 3 m <sup>2</sup>											
a) Por cada e por dia .....				1,97	1,97	1	1,1	2,17	0	2,17	3
b) Por cada e por mês .....				19,74	19,74	1	1,1	21,71	0	21,71	22
c) Por cada e por ano .....				65,8	65,8	1	1,1	72,38	0	72,38	73
3.10 — Pela afixação ou inscrição de publicidade suporte publicitário do tipo muppi, totem, outdoor, placa, tabuleta, coluna publicitária, cavalete, painel ou similar:											
3.10.1 — Quando fixo:											
3.10.1.1 — Por dia:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				1,65	1,65	1	1,1	1,82	0	1,82	2
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				3,3	3,3	1	1,1	3,63	0	3,63	4
3.10.1.2 — Por mês:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				16,45	16,45	1	1,1	18,1	0	18,1	19
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				32,9	32,9	1	1,1	36,19	0	36,19	37
3.10.1.3 — Por ano:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				54,84	54,84	1	1,1	60,32	0	60,32	61
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				109,68	109,68	1	1,1	120,65	0	120,65	121
3.10.2 — Quando rotativo:											
3.10.2.1 — Por dia:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				2,48	2,48	1	1,1	2,72	0	2,72	3
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				4,95	4,95	1	1,1	5,45	0	5,45	6



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
3.10.2.2 — Por mês:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				24,68	24,68	1	1,1	27,14	0	27,14	28
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				49,35	49,35	1	1,1	54,29	0	54,29	55
3.10.2.3 — Por ano:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				82,26	82,26	1	1,1	90,49	0	90,49	91
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				164,52	164,52	1	1,1	180,97	0	180,97	181
3.10.3 — Quando fixo, iluminado, luminoso ou eletrónico:											
3.10.3.1 — Por dia:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				1,65	1,65	0,5	1	0,83	0	0,83	1
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				3,3	3,3	0,5	1	1,65	0	1,65	2
3.10.3.2 — Por mês:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				16,45	16,45	0,5	1	8,23	0	8,23	9
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				32,9	32,9	0,5	1	16,45	0	16,45	17
3.10.3.3 — Por ano:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				54,84	54,84	0,5	1	27,42	0	27,42	28
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				109,68	109,68	0,5	1	54,84	0	54,84	55
3.10.4 — Quando rotativo, iluminado, luminoso ou eletrónico:											
3.10.4.1 — Por dia:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				2,48	2,48	0,5	1	1,24	0	1,24	2
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				4,95	4,95	0,5	1	2,48	0	2,48	3
3.10.4.2 — Por mês:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				24,68	24,68	0,5	1	12,34	0	12,34	13
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				49,35	49,35	0,5	1	24,68	0	24,68	25
3.10.4.3 — Por ano:											
a) Por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				82,26	82,26	0,5	1	41,13	0	41,13	42
b) Dupla face, por m <sup>2</sup> ou fração a mais .....				164,52	164,52	0,5	1	82,26	0	82,26	83



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
3.11 — Pela divulgação de mensagens publicitárias em aparelhos de rádio ou televisão, altifalantes ou outros aparelhos sonoros, incluindo emissões diretas com fins publicitários na/ou para a via pública:											
a) Por dia .....				9,87	9,87	1	1,1	10,86	0	10,86	11
b) Por semana .....				19,74	19,74	1	1,1	21,71	0	21,71	22
c) Por mês .....				98,71	98,71	1	1,1	108,58	0	108,58	109
d) Por ano .....				329,02	329,02	1	1,1	361,92	0	361,92	362
3.12 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em transportes coletivos, no exterior ou visível do exterior:											
a) Por m <sup>2</sup> , por anúncio ou reclamo e por dia .....				1,65	1,65	1	1,1	1,82	0	1,82	2
b) Por m <sup>2</sup> , por anúncio ou reclamo e por mês .....				16,45	16,45	1	1,1	18,1	0	18,1	19
c) Por m <sup>2</sup> , por anúncio ou reclamo e por ano .....				54,84	54,84	1	1,1	60,32	0	60,32	61
3.13 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em táxis, no exterior ou visível do exterior:											
a) Por painel, por viatura e por dia .....				1,48	1,48	1	1,1	1,63	0	1,63	2
b) Por painel, por viatura e por mês .....				14,81	14,81	1	1,1	16,29	0	16,29	17
c) Por painel, por viatura e por ano .....				49,36	49,36	1	1,1	54,3	0	54,3	55
3.14 — Pela afixação e inscrição de mensagens publicitárias em outros veículos:											
3.14.1 — Quando alusivas à firma proprietária ou outra, por veículo e até um mês											
a) Ciclomotores e motociclos .....				19,74	19,74	1	1,1	21,71	0	21,71	22
b) Veículos ligeiros de passageiros e mistos .....				19,74	19,74	1	1,1	21,71	0	21,71	22
c) Veículos ligeiros de mercadorias .....				19,74	19,74	1	1,1	21,71	0	21,71	22
d) Veículos pesados de passageiros .....				19,74	19,74	1	1,1	21,71	0	21,71	22
e) Veículos pesados de mercadorias e mistos .....				19,74	19,74	1	1,1	21,71	0	21,71	22
f) Reboques .....				19,74	19,74	1	1,1	21,71	0	21,71	22
g) Semirreboques .....				19,74	19,74	1	1,1	21,71	0	21,71	22
3.14.2 — Quando alusivas à firma proprietária ou outra, por veículo e por ano:											
a) Ciclomotores e motociclos .....				65,8	65,8	1	1,1	72,38	0	72,38	73
b) Veículos ligeiros de passageiros e mistos .....				65,8	65,8	1	1,1	72,38	0	72,38	73
c) Veículos ligeiros de mercadorias .....				65,8	65,8	1	1,1	72,38	0	72,38	73
d) Veículos pesados de passageiros .....				65,8	65,8	1	1,1	72,38	0	72,38	73



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
e) Veículos pesados de mercadorias e mistos . . . . .				65,8	65,8	1	1,1	72,38	0	72,38	73
f) Reboques . . . . .				65,8	65,8	1	1,1	72,38	0	72,38	73
g) Semirreboques . . . . .				65,8	65,8	1	1,1	72,38	0	72,38	73
3.14.3 — Quando utilizados exclusivamente para o exercício da atividade publicitária, por veículo e por m <sup>2</sup> :											
a) Por dia . . . . .				9,87	9,87	1	1,1	10,86	0	10,86	11
b) Por mês . . . . .				98,71	98,71	1	1,1	108,58	0	108,58	109
c) Por ano . . . . .				329,02	329,02	1	1,1	361,92	0	361,92	362
3.15 — Pela exibição temporária de publicidade em outras viaturas, barcos e meios aéreos ou por qualquer outra forma similar:											
a) Por cada anúncio ou reclamo, por dia . . . . .				9,87	9,87	1	1,1	10,86	0	10,86	11
b) Por cada anúncio ou reclamo, por mês . . . . .				98,71	98,71	1	1,1	108,58	0	108,58	109
c) Por cada anúncio ou reclamo, por ano . . . . .				329,02	329,02	1	1,1	361,92	0	361,92	362
3.16 — Pela afixação de mensagens publicitárias em paredes, muros, tapumes, quiosques, barracas e outros similares, através de cartazes, dísticos colantes e similares:											
3.16.1 — Até 1 m <sup>2</sup> :											
a) Até 100 unidades, por cartaz e por dia . . . . .				0,06	0,06	1	1,1	0,07	0	0,07	1
b) Até 100 unidades, por cartaz e por mês . . . . .				1,8	1,8	1	1,1	1,98	0	1,98	2
c) Por cada unidade a mais e por dia . . . . .				0,07	0,07	1	1,1	0,08	0	0,08	1
d) Por cada unidade a mais e por mês . . . . .				1,8	1,8	1	1,1	1,98	0	1,98	2
3.16.2 — Até 3m <sup>2</sup> :											
a) Até 100 unidades, por cartaz e por dia . . . . .				1,8	1,8	1	1,1	1,98	0	1,98	2
b) Até 100 unidades, por cartaz e por mês . . . . .				1,98	1,98	1	1,1	2,18	0	2,18	3
c) Por cada unidade a mais e por dia . . . . .				0,2	0,2	1	1,1	0,22	0	0,22	1
d) Por cada unidade a mais e por mês . . . . .				1,8	1,8	1	1,1	1,98	0	1,98	2
3.16.3 — Acima de 3m <sup>2</sup> :											
a) Até 100 unidades, por cartaz e por dia . . . . .				1,98	1,98	1	1,1	2,18	0	2,18	3
b) Até 100 unidades, por cartaz e por mês . . . . .				3,3	3,3	1	1,1	3,63	0	3,63	4
c) Por cada unidade a mais e por dia . . . . .				0,4	0,4	1	1,1	0,44	0	0,44	1
d) Por cada unidade a mais e por mês . . . . .				1,8	1,8	1	1,1	1,98	0	1,98	2



Designação	Custos da Atividade			Custos das Funções Gerais — Custos Comuns	Total de Custos	Incentivo	Desincentivo	Valor	Coeficiente Socioeconómico	Valor Final da Taxa	Arredondamento
	Mão-de-Obra direta	Custos Gerais	Total								
3.17 — Pela distribuição de panfletos publicitários na via pública:											
a) Por dia, por panfleto e por pessoa .....				0,06	0,06	1	1,1	0,07	0	0,07	1
3.18 — Pela distribuição de produtos na via pública:											
a) Por dia, por produto e por pessoa .....				0,06	0,06	1	1,1	0,07	0	0,07	1
3.19 — Pela publicitação de espetáculos públicos e outra não incluída nos artigos anteriores:											
3.19.1 — Quando mensurável em área ocupada:											
a) Por dia, por m <sup>2</sup> e fração a mais .....				0,66	0,66	1	1,1	0,72	0	0,72	1
b) Por mês, por m <sup>2</sup> e fração a mais .....				6,58	6,58	1	1,1	7,24	0	7,24	8
c) Por ano, por m <sup>2</sup> e fração a mais .....				21,93	21,93	1	1,1	24,12	0	24,12	25
3.19.2 — Quando mensurável em comprimento:											
a) Por dia, por metro linear e fração a mais .....				0,99	0,99	1	1,1	1,09	0	1,09	2
b) Por mês, por metro linear e fração a mais .....				9,87	9,87	1	1,1	10,85	0	10,85	11
c) Por ano, por metro linear e fração a mais .....				32,89	32,89	1	1,1	36,18	0	36,18	37
3.19.3 — Quando não mensurável de harmonia com os números anteriores:											
a) Por dia e por anúncio ou reclamo .....				0,99	0,99	1	1,1	1,09	0	1,09	2
b) Por mês e por anúncio ou reclamo .....				9,87	9,87	1	1,1	10,86	0	10,86	11
c) Por ano e por anúncio ou reclamo .....				32,89	32,89	1	1,1	36,18	0	36,18	37

7 de outubro de 2019. — O Vereador, *António Bruno Freitas Coelho*.

312647416