

Regulamento de Publicidade e Ocupação de Espaço Público com Equipamento e Mobiliário Urbano

Entrada em vigor – 11 de julho de 2013

Preâmbulo

Decorridos 15 anos sobre a data da entrada em vigor do Regulamento de Publicidade e da Ocupação de Espaço Público com Equipamento e Mobiliário Urbano aplicável no concelho da Marinha Grande, impõe-se a sua revisão de modo a adequá-lo a toda uma nova realidade económica bem distinta da existente à época em que foi elaborado, assim como a introdução de ajustamentos decorrentes da sua aplicação prática.

Simultaneamente com esta revisão dá-se cumprimento ao estipulado no Decreto-Lei nº 48/2011, de 1 de Abril, comumente designado por «Licenciamento Zero», na parte em que refere a obrigação dos municípios definirem os critérios a que devem estar sujeitas a ocupação de espaço público e a afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial.

Este diploma simplificou o regime de exercício de diversas atividades económicas e reduziu encargos administrativos sobre os cidadãos e as empresas, mediante a eliminação de licenças, autorizações ou condicionamentos prévios substituindo-os por um reforço de fiscalização sobre essas atividades a posteriori e responsabilizando os seus promotores.

Tendo em atenção as alterações legislativas atrás referidas, ganha assumida importância a concretização de um novo Regulamento que objetive de forma coerente os princípios essenciais relativos às condições de ocupação e utilização do espaço público, afixação e inscrição de mensagens publicitárias, motivo pelo qual foi elaborado este Regulamento.

Para o efeito privilegiou-se a apresentação em primeiro lugar dos novos regimes de mera comunicação prévia e de comunicação prévia com prazo, por constituírem o regime simplificado. Estes regimes aplicam-se nos casos em que o interessado na exploração de um estabelecimento comercial pretenda fazer uma utilização privativa do domínio público municipal para determinados fins habitualmente conexos com essa atividade a saber:

instalação de toldo e respetiva sanefa, de uma esplanada aberta, de um estrado, de um guarda-vento, de um expositor, de uma vitrina, etc.

Realçou-se ainda a obrigatoriedade de utilização do balcão único eletrónico, o «Balcão do Empreendedor», que tem como função concentrar as formalidades e os atos necessários à utilização privativa do domínio público municipal.

Finalmente definiram-se as regras gerais do licenciamento municipal para todas as situações não abrangidas pelo «Licenciamento Zero».

Conforme se dispõe no artigo 117.º do Código do Procedimento Administrativo foram ouvidas as seguintes entidades representativas dos interesses afetados:

- Estradas de Portugal, S.A.,
- Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, I.P.,
- Turismo de Portugal I.P.,
- Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade I.P.,
- Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária.

Assim, a Assembleia Municipal, em sua sessão de 31-05-2013, no uso do poder regulamentar que lhe é conferido pelo artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa e pela alínea a) nº2 do artigo 53.º da Lei nº 169/99, de 18 de setembro, na redação da Lei nº 5-A/2002, de 11 de janeiro, na sua redação actual, sob proposta da Câmara Municipal de 16-05-2013, apresentada ao abrigo da alínea a) do nº 6 do artigo 64.º das citadas leis e dando cumprimento ao disposto no nº 1 do artigo 11.º do Decreto-Lei nº 48/2011, de 1 de abril, aprova o seguinte Regulamento:

Capítulo I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Norma habilitante

O presente Regulamento é elaborado e aprovado ao abrigo do disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, da alínea a) do n.º 6 do artigo 64.º, conjugado com a alínea a) do n.º 2 do artigo 53.º da Lei n.º 169/99, de 18 de setembro, na sua redação atual, artigo 55.º da Lei n.º 2/2007, de 15 de janeiro, pela Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, com as

alterações introduzidas pela Lei n.º 23/2000, de 23 de agosto e Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril.

Artigo 2.º

Objeto e âmbito

O presente Regulamento estabelece os regimes a que fica sujeita a ocupação e utilização do espaço público ou afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial na área do Município da Marinha Grande, qualquer que seja o meio de instalação utilizado no solo, subsolo ou espaço aéreo.

Artigo 3.º

Definições

- 1- Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:
 - a) **Atividade publicitária** - o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários;
 - b) **Anúncio eletrónico** - o sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de televisão (TV) e vídeo e similares;
 - c) **Anúncio iluminado** - o suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
 - d) **Anúncio luminoso** - o suporte publicitário que emita luz própria;
 - e) **Área contígua à fachada** - corresponde à área que, não excedendo a largura da fachada do estabelecimento, se estende perpendicularmente a esta até ao limite do passeio, não excedendo 4 m;
 - f) **Bandeirola** - o suporte rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;
 - g) **Campanha publicitária de rua** – todos os meios ou formas de publicidade, de caráter ocasional e efémero, que impliquem ações de rua e o contacto direto com público, nomeadamente, as que ocorrem através de distribuição de panfletos ou de outras ações promocionais de natureza publicitária;

- h) **Cartaz** - quaisquer meios publicitários temporários, constituídos por papel ou tela colados ou, por outro meio, afixados diretamente em local confinante com a via pública;
- i) **Chapa** - o suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não exceda 0,60 m e a máxima saliência não exceda 0,05 m;
- j) **Equipamento urbano** - conjunto de elementos instalados no espaço público com função específica de assegurar a gestão das estruturas e sistemas urbanos, nomeadamente, sinalização viária, semaforica, vertical e informativa (direcional e de pré-aviso), candeeiros de iluminação pública, armários técnicos, guardas metálicas e sanitários amovíveis;
- k) **Espaço público** - a área de acesso livre e de uso coletivo afeta ao domínio público,
- l) **Esplanada aberta** - a instalação no espaço público de mesas, cadeiras, guarda-ventos, guarda-sóis, estrados, floreiras, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano, sem qualquer tipo de proteção fixa ao solo, destinada a apoiar estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares ou empreendimentos turísticos;
- m) **Expositor** - a estrutura própria para apresentação de produtos comercializados no interior do estabelecimento comercial, instalada no espaço público;
- n) **Faixa** – suporte aéreo que atravessa a via pública;
- o) **Floreira** - o vaso ou recetáculo para plantas destinado ao embelezamento, marcação ou proteção do espaço público;
- p) **Guarda-vento** - a armação que protege do vento o espaço ocupado por uma esplanada;
- q) **Letras soltas ou símbolos** - a mensagem publicitária não luminosa, diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;
- r) **Mupi** - peça de mobiliário urbano biface, dotada de iluminação interior, concebida para servir de suporte à fixação de cartazes publicitários;
- s) **Mobiliário urbano** - as coisas instaladas, 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;
- t) **Ocupação sazonal ou temporária** - aquela que se pretenda efetuar ocasionalmente, no espaço público e destinada ao exercício de atividades promocionais de natureza didática, cultural, campanhas de sensibilização ou

qualquer outro evento, recorrendo à utilização de estruturas de exposição, de natureza diversa, tais como, tendas, pavilhões, estrados, insufláveis e outros;

- u) **Painel ou outdoor** - elemento constituído por uma superfície para afixação de mensagens publicitárias, envolvido ou não por uma moldura e por uma estrutura de suporte, podendo ser estático ou rotativo;
 - v) **Pendão** - o suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;
 - w) **Placa** - o suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não excede 1,50 m;
 - x) **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 direto ou indireto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens, serviços, ideias, princípios, iniciativas ou instituições que não tenham natureza política;
 - y) **Publicidade sonora** - a atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária no espaço público, dele audível ou perceptível;
 - z) **Sanefa** - o elemento vertical de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;
 - aa) **Suporte publicitário** - o meio utilizado para a transmissão de uma mensagem publicitária;
 - bb) **Tabuleta** - o suporte não luminoso, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, que permite a afixação de mensagens publicitárias em ambas as faces;
 - cc) **Tela ou lona** – suporte não rígido, afixado em estrutura ou fachada;
 - dd) **Toldo** - o 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, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;
 - ee) **Vitrina** - o mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, colocado na fachada dos estabelecimentos comerciais, onde se expõem objetos e produtos ou se afixam informações;
- 2- Considera-se ainda mobiliário urbano ou suportes publicitários quaisquer outros elementos que ocupem a via pública, instrumentos, veículos ou objetos utilizados para transmitir mensagens publicitárias não incluídos número anterior.

Capítulo II

Princípios gerais de ocupação de espaço público e de afixação e inscrição de mensagens publicitárias

Artigo 4.º

Princípios e regras gerais de ocupação de espaço público

A ocupação do espaço público não pode prejudicar:

- a) Perspetivas panorâmicas ou afetar a estética ou ambiente dos lugares ou da paisagem;
- b) A beleza ou enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de serem classificados pelas entidades públicas;
- c) A segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária ou ferroviária;
- d) A circulação de peões, designadamente dos cidadãos com mobilidade reduzida;
- e) A saúde e o bem-estar de pessoas, designadamente por ultrapassar níveis de ruído acima dos admissíveis por lei;
- f) O acesso a edifícios, jardins e praças;
- g) A qualidade das áreas verdes, designadamente por contribuir para a sua degradação ou por dificultar a sua conservação;
- h) A eficácia da iluminação pública;
- i) A eficácia da sinalização de trânsito;
- j) A utilização de outro equipamento ou mobiliário urbano;
- k) A ação dos concessionários que operam à superfície ou no subsolo;
- l) O acesso ou a visibilidade de imóveis classificados ou em vias de classificação ou onde funcionem, estabelecimentos de saúde, de ensino ou outros serviços públicos, locais de culto, cemitérios, elementos de estatuária e arte pública, fontes, fontanários e chafarizes;
- m) Os direitos de terceiros.

Artigo 5.º

Princípios gerais de inscrição e afixação de publicidade

- 1- Salvo se a mensagem publicitária se circunscrever à identificação da atividade exercida no imóvel ou daquele que a exerce, não é permitida afixação ou inscrição de

- mensagens publicitárias em edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, designadamente:
- a) Nos imóveis classificados ou em vias de classificação, nomeadamente os de interesse público, nacional ou municipal;
 - b) Nos imóveis contemplados com prémios de arquitetura.
- 2- A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não é permitida sempre que possa causar danos irreparáveis nos materiais de revestimento exterior dos edifícios e sempre que os suportes utilizados prejudiquem o ambiente, afetem a estética ou a salubridade dos lugares ou causem danos a terceiros, nomeadamente quando se trate de:
- a) Pintura e colagem ou afixação de cartazes nas fachadas dos edifícios ou em qualquer outro mobiliário urbano;
 - b) Suportes que excedam a frente do estabelecimento.
- 3- A forma e a escala da inscrição e afixação de mensagens publicitárias deve respeitar a integridade estética dos edifícios.
- 4- A afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias não pode prejudicar a segurança de pessoas e bens, designadamente:
- a) Afetar a iluminação pública;
 - b) Prejudicar a visibilidade de placas toponímicas, semáforos e sinais de trânsito;
 - c) Afetar a circulação de peões, especialmente dos cidadãos com mobilidade reduzida.
- 5- A publicidade sonora deve respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas.

Capítulo III

Regimes aplicáveis

Artigo 6.º

Regimes

- 1- Sem prejuízo do disposto no artigo seguinte, a ocupação do espaço público está sujeita a:
 - a) Mera comunicação prévia, nos termos do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, quando as características e localização do mobiliário urbano respeitarem integralmente os critérios estabelecidos no Anexo I e II.

- b) Comunicação prévia com prazo nos termos do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, quando as características e a localização do mobiliário urbano não respeitarem integralmente os critérios estabelecidos no Anexo I e II.
- 2- A ocupação do espaço público excluída dos regimes previstos no n.º 1, bem como a afixação e inscrição de mensagens publicitárias, ficam sujeitas a licenciamento.
- 3- Em qualquer das situações previstas nos números anteriores, a ocupação de espaço público e a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias estão sempre sujeitas ao cumprimento dos princípios gerais constantes do presente Regulamento e dos critérios definidos nos anexos I, II e III.

Artigo 7.º

Isenções

- 1- Sem prejuízo das regras sobre a utilização do espaço público e do regime jurídico da conservação da natureza e biodiversidade, a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial não estão sujeitas a qualquer tipo de controlo prévio administrativo, 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 entidades privadas 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;
- 2- Sem prejuízo da observância dos princípios e regras gerais de ocupação de espaço público previstos no artigo 4.º do Regulamento, não estão sujeitas a qualquer tipo de controlo prévio administrativo, os seguintes suportes publicitários:

- a) A designação do nome do edifício e os anúncios colocados ou afixados em prédios urbanos com a simples indicação de venda, trespasse ou arrendamento;
 - b) Os anúncios de organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à atividade que prosseguem;
 - c) O símbolo oficial de farmácias;
 - d) Os anúncios não luminosos, não iluminados, nem eletrónicos destinados à identificação de serviços públicos ou privados de saúde e de profissões liberais, quando especificarem apenas os titulares, o horário de funcionamento, os contactos e ou a especialização.
- 3- O disposto no presente artigo não isenta a observância das condições de instalação para a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial referidas no presente Regulamento e nos anexos, cujo cumprimento se impõe e a que fica sujeito em sede de fiscalização.

Artigo 8.º

Balcão do Empreendedor

- 1- A tramitação das comunicações referidas no artigo 9º, é realizada informaticamente, com recurso ao «Balcão do Empreendedor».
- 2- O «Balcão do Empreendedor» é um balcão único eletrónico, gerido pela Agência para a Modernização Administrativa, I.P. (AMA, I.P) que permite, designadamente, as seguintes funções:
 - a) A autenticação dos utilizadores através de certificados digitais, designadamente através do cartão de cidadão;
 - b) A consulta dos critérios de ocupação do espaço público e de afixação e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial;
 - c) A consulta do montante das taxas devidas ou a respetiva fórmula de cálculo e o seu pagamento por via eletrónica;
 - d) O preenchimento eletrónico da informação necessária à realização das comunicações;
 - e) A entrega dos documentos necessários à apreciação das comunicações prévias com prazo;
 - f) A submissão eletrónica e disponibilização do comprovativo (eletrónico) das comunicações previstas no artigo 9.º;

- g) Acompanhamento do estado dos processos, nomeadamente das comunicações com prazo, e a receção das notificações eletrónicas em área reservada do interessado;
 - h) A recolha de informação que permita o contacto entre o Município da Marinha Grande e os interessados ou os seus representantes.
- 3- O acesso direto é efetuado através do Portal da Empresa em www.portaldaempresa.pt.
- 4- É possível aceder ao «Balcão do Empreendedor» diretamente ou de forma mediada.
- 5- O acesso mediado é disponibilizado na Câmara Municipal da Marinha Grande, efetuado por pessoa acreditada no sistema informático, que procede à identificação dos interessados e à submissão no «Balcão do Empreendedor» da informação solicitada.
- 6- O comprovativo eletrónico da entrega no «Balcão do Empreendedor» das meras comunicações prévias, das comunicações prévias com prazo e das demais comunicações previstas no presente Regulamento, acompanhado do comprovativo do pagamento das quantias eventualmente devidas, são prova suficiente do cumprimento dessas obrigações para todos os efeitos.

Capítulo III

Regime simplificado

Artigo 9.º

Mera comunicação prévia e comunicação prévia com prazo

- 1- A ocupação de espaço público está sujeita a mera comunicação prévia se as características e localização do mobiliário urbano respeitarem integralmente os critérios estabelecidos no Anexo I e II e se destinarem a algum ou alguns dos seguintes fins:
- 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, nos casos em que é dispensado o licenciamento da afixação ou da inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial;
 - 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.
- 2- A mera comunicação prévia prevista no número anterior consiste numa declaração que permite ao interessado proceder imediatamente à ocupação do espaço público, após o pagamento das taxas devidas.
 - 3- No caso das características e a localização do mobiliário urbano não respeitarem integralmente os critérios definidos nos anexos I e II, aplica-se o regime da comunicação prévia com prazo.
 - 4- A comunicação prévia com prazo prevista no número anterior consiste numa declaração que permite ao interessado proceder à ocupação do espaço público, quando o presidente da câmara municipal emita despacho de deferimento ou quando não se pronuncie após o decurso do prazo de 20 dias, contados a partir do momento do pagamento das taxas devidas.
 - 5- A competência prevista no número anterior pode ser delegada nos vereadores, com faculdade de subdelegação, ou nos dirigentes dos serviços municipais.
 - 6- O despacho de indeferimento deve identificar as desconformidades do pedido com as disposições legais e regulamentares aplicáveis e cujo cumprimento não é dispensado.
 - 7- A ocupação de espaço público para fins distintos dos mencionados no nº 1 segue o regime de licenciamento previsto no artigo 12º.

Artigo 10.º

Conteúdo das comunicações

- 1- A mera comunicação prévia é obrigatoriamente efetuada pelo titular da exploração ou por quem o represente 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) A declaração do titular da exploração de que respeita integralmente as obrigações legais e regulamentares sobre a ocupação do espaço público;

- g) O código de acesso à certidão permanente do registo comercial, caso se trate de pessoa coletiva sujeita a registo comercial;
 - h) Consentimento de consulta da declaração de início ou de alteração de atividade, caso se trate de pessoa singular.
- 2- A comunicação prévia com prazo deve conter os seguintes elementos:
- a) A identificação do titular da exploração do estabelecimento ou do prestador de serviços 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, quando aplicável;
 - 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;
 - g) O código de acesso à certidão permanente do registo comercial, caso se trate de pessoa coletiva sujeita a registo comercial;
 - h) Consentimento de consulta da declaração de início ou de alteração de atividade, caso se trate de pessoa singular.
- 3- Na falta de algum elemento referido nos números anteriores, o interessado é notificado para, no prazo de 10 dias, corrigir ou completar a comunicação.
- 4- O titular da exploração do estabelecimento é obrigado a manter atualizados todos os dados comunicados no «Balcão do Empreendedor», devendo proceder a essa atualização no prazo máximo de 60 dias após a ocorrência de qualquer modificação.

Artigo 11.º

Eficácia e validade das comunicações prévias

- 1- O direito de ocupação do espaço público conferido pela mera comunicação prévia e comunicação prévia com prazo, tem natureza precária, e é concedido pelo prazo máximo de um ano ou fração, contado da data de emissão do comprovativo eletrónico de entrega no «Balcão do Empreendedor», acompanhado do comprovativo do pagamento das taxas devidas.
- 2- O disposto no número anterior, não impede a remoção do mobiliário urbano que ocupe o espaço público, desde que fundamentada em motivos de interesse público.

- 3- O período de tempo da ocupação é o fixado na declaração pelo interessado, não podendo, no entanto, ultrapassar o prazo fixado no nº 1, findo o qual se renovará automática e sucessivamente, por igual período, sempre que o titular pague a respetiva taxa.

Artigo 12.º

Cessaçãõ da ocupaçãõ de espaço pùblico

- 1- Sempre que o interessado deixe de ocupar o espaço pùblico para os fins previstos no nº 1 do artigo 8º deve comunicar a cessaçãõ através do «Balcãõ do Empreendedor».
- 2- - No caso de a cessaçãõ da ocupaçãõ do espaço pùblico resultar do encerramento do estabelecimento é dispensada a comunicaçãõ referida no nùmero anterior, bastando para esse efeito comunicar o referido encerramento, nos termos do Decreto-Lei nº 48/2011.

Capítulo IV

Licenciamento de Ocupaçãõ do Espaço Pùblico e de afixaçãõ ou inscriçãõ de mensagens publicitárias

Artigo 13.º

Licenciamento

Aplica-se o regime de licenciamento a todas as situações de ocupaçãõ de espaço pùblico para fins distintos dos mencionados no nº 1 do artigo 9º, bem como afixaçãõ ou inscriçãõ de mensagens publicitárias nãõ isentas nos termos do artigo 7.º.

Artigo 14.º

Licenciamento cumulativo

- 1- O licenciamento da ocupaçãõ do espaço pùblico com equipamento ou mobiliário urbano, suportes publicitários ou outros meios que, por si só, exijam licenciamento ou comunicaçãõ prèvia para obras de construçãõ civil deve ser requerido, cumulativamente, nos termos da legislaçãõ em vigor.
- 2- Quando a ocupaçãõ do espaço pùblico aprovada implique obras em passeios ou outros espaços pùblicos, é da responsabilidade do titular da licença a reposiçãõ dos mesmos no estado anterior à colocaçãõ dos meios e suportes publicitários.
- 3- O indeferimento do pedido de licenciamento de ocupaçãõ do espaço pùblico implica o indeferimento do pedido para afixaçãõ ou inscriçãõ de mensagens publicitárias.

Artigo 15.º

Requerimento inicial

- 1- A emissão de licença de ocupação de espaço público e de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias depende de requerimento dirigido ao presidente da câmara, disponível no Gabinete de Atendimento ao Munícipe ou em www.cm-mgrande.pt.
- 2- O requerimento deve conter obrigatoriamente:
 - a) Nome ou firma, número de identificação fiscal e a residência ou sede do requerente;
 - b) A qualidade em que requer;
 - c) A identificação do local onde se pretende efetuar a ocupação, afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, pela indicação do nome do arruamento, lote ou número de polícia e freguesia, com precisão de áreas e ou volumetrias a utilizar;
 - d) O ramo de atividade exercida;
 - e) O período pretendido para efetuar a ocupação requerida;
 - f) A descrição sumária das características do meio ou suporte a utilizar;
 - g) A indicação da necessidade de ligação, nomeadamente à rede de águas, saneamento, eletricidade, se aplicável.
- 3- Ao requerimento deve ser junto:
 - a) Cópia do número de identificação fiscal e cópia do bilhete de identidade ou do cartão do cidadão;
 - b) Planta de localização (à escala 1:2000).
 - c) Planta que identifique a dimensão do equipamento a instalar e afastamentos com a envolvente;
 - d) Memória descritiva com indicação dos materiais, forma, cores e quando aplicável, indicação do modo de fixação do equipamento a instalar;
 - e) Croqui/fotografia (a cores) do local de implantação/projeto e fotomontagem ou outro meio de visualização da integração da proposta;
 - f) Autorização de utilização, quando aplicável;
 - g) Parecer de outras entidades, quando aplicável;
 - h) No caso de campanhas publicitárias de rua, um exemplar dos impressos ou produtos a distribuir e dos locais de distribuição.
- 4- Conjuntamente com o requerimento, deve ser ainda apresentado documento comprovativo de que o requerente é proprietário, coproprietário, possuidor, locatário

ou titular de outros direitos sobre bens afetos ao domínio privado onde se pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária ou, se não o for, deve juntar autorização escrita do respetivo proprietário ou possuidor, bem como documento comprovativo dessa qualidade.

- 5- Quando os elementos publicitários se destinem a ser instalados em prédio que esteja submetido ao regime de propriedade horizontal, deve o requerente apresentar cópia da ata da assembleia-geral do condomínio autorizando a instalação dos elementos publicitários que se pretendem licenciar.

Artigo 16.º

Rejeição liminar

- 1- Deve ser proferido despacho de rejeição liminar do pedido, no prazo de 10 dias, se o requerimento e os respetivos elementos instrutórios apresentarem omissões ou deficiências.
- 2- Quando as omissões ou deficiências sejam supráveis ou sanáveis, o interessado é notificado, no prazo de 10 dias, contados da data da receção do pedido, para corrigir o requerimento, num prazo não inferior a 5 dias, sob pena de rejeição do mesmo.
- 3- No mesmo prazo, pode ser solicitado ao requerente a indicação ou a apresentação de quaisquer outros elementos ou esclarecimentos necessários à apreciação do pedido.

Artigo 17.º

Locais sujeitos a jurisdição de outras entidades

- 1- Sempre que o local onde pretenda efetuar a ocupação, afixar ou inscrever a mensagem publicitária, esteja sob a jurisdição de outra entidade, nomeadamente, Estradas de Portugal, S.A., Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, I.P., Turismo de Portugal I.P., Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade I.P. e Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária, deve o requerente apresentar o respetivo parecer.
- 2- Sem prejuízo do referido no número anterior, a câmara municipal pode, sempre que o julgar necessário para a tomada de decisão, solicitar pareceres às entidades que tiver por convenientes do ponto de vista dos interesses e valores a acautelar no licenciamento.

Artigo 18.º

Audiência de Interessados

Previamente à decisão de indeferimento do pedido de licenciamento proceder-se-á à audiência prévia de interessados, de acordo com o disposto no Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 19.º

Indeferimento

Constituem fundamentos de indeferimento do pedido de licenciamento:

- a) A violação de disposições legais e regulamentares e/ou de normas técnicas gerais e específicas que sejam aplicáveis;
- b) O desrespeito dos princípios gerais e critérios sobre a instalação do mobiliário urbano e dos suportes publicitários constantes dos anexos do presente Regulamento;
- c) O parecer negativo de qualquer entidade consultada nos termos do presente Regulamento cuja decisão seja vinculativa para os órgãos municipais.

Artigo 20.º

Decisão final

- 1- A decisão final sobre o pedido de licenciamento deverá ser proferida no prazo de 30 dias, contado da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à tomada de decisão, nos termos do artigo 15.º do presente Regulamento.
- 2- Em caso de deferimento, a notificação final da decisão tomada deverá incluir o local e o prazo para que o interessado possa proceder ao levantamento do alvará de licença e ao pagamento da taxa respetiva.

Artigo 21.º

Licenças e renovações

- 1- As licenças são concedidas por um ano ou fração, podendo posteriormente ser renovadas por período igual ou inferior.
- 2- A licença inicial é concedida até ao termo do ano civil a que se reporta o licenciamento, sendo o valor da taxa proporcional ao período de tempo fixado.

- 3- As licenças anuais são automaticamente renovadas desde que o titular proceda ao pagamento das taxas devidas pela renovação até ao dia 31 de janeiro do ano civil seguinte, salvo se:
 - a) A câmara municipal notificar o titular de decisão em sentido contrário, por escrito e com a antecedência mínima de 20 dias antes do termo do prazo.
 - b) O titular comunicar à câmara municipal intenção contrária por escrito e com antecedência mínima de 10 dias antes do termo do prazo.
- 4- As licenças sazonais ou temporárias são válidas pelo período de tempo nelas constante.
- 5- As licenças concedidas são de natureza precária, podendo a câmara municipal fazer cessar as mesmas, sempre que se verificarem razões de interesse público, não tendo o seu titular direito a qualquer indemnização, salvo ao reembolso correspondente ao período não utilizado.

Artigo 22.º

Caducidade

As licenças caducam se:

- a) Não ocorrer o pagamento da taxa dentro do prazo fixado no nº 3 do artigo anterior para a sua renovação;
- b) Por decurso do prazo de validade da licença inicial ou renovada;
- c) O seu titular não cumprir os condicionalismos do licenciamento;
- d) Nos casos previstos no nº 3 do artigo anterior;
- e) O titular não proceder ao levantamento do alvará de licença no prazo de 15 dias a contar da notificação do deferimento do pedido;
- f) O titular não exercer o direito titulado pelo alvará no prazo de 30 dias a contar do seu levantamento.

Artigo 23.º

Averbamento

- 1- O pedido de mudança de titularidade da licença de ocupação do espaço público só será deferido se se verificarem, cumulativamente, as seguintes situações:
 - a) Não sejam pretendidas quaisquer alterações ao objeto de licenciamento;
 - b) O requerente apresentar prova da legitimidade do seu interesse.
- 2- Na licença será averbada a identificação do novo titular.

- 3- Pela mudança de titularidade, o novo titular fica autorizado, após o pagamento da correspondente taxa, à ocupação do espaço público até ao fim do prazo de duração da licença a que estava autorizado o anterior titular.

Artigo 24.º

Obrigações gerais do titular

O titular da licença fica vinculado às seguintes obrigações:

- a) Cumprir os termos e as condições estipuladas no alvará de licença, não podendo alterar o objeto de licenciamento, nem a demarcação efetuada;
- b) Não transmitir a licença a outrem, salvo mudança de titularidade autorizada nos termos do artigo anterior;
- c) Remover, no prazo máximo de 8 dias, o mobiliário urbano ou os suportes publicitários findo o prazo de licenciamento e repor a situação existente no local, tal como se encontrava à data do licenciamento;
- d) Remover, no prazo máximo de 8 dias após a data da sua realização, os elementos que enunciem eventos ocasionais, regulares ou não, de natureza efémera;
- e) Manter o mobiliário urbano, a mensagem e o suporte publicitário em boas condições de conservação, funcionamento e segurança.

Capítulo V

Taxas, fiscalização e regime sancionatório

Artigo 25.º

Taxas

Pela emissão das licenças, mera comunicação prévia, comunicação prévia com prazo, bem como as suas renovações, são devidas as taxas estabelecidas no Regulamento e Tabela de Taxas do Município da Marinha Grande.

Artigo 26.º

Competência para fiscalizar

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, compete à câmara municipal a fiscalização do disposto no presente Regulamento.

Artigo 27.º

Ocupação ilícita do espaço público

A câmara municipal pode, notificado o infrator, remover ou por qualquer forma inutilizar os elementos que ocupem o espaço público ou as mensagens publicitárias que se encontrem afixadas ou inscritas em violação das disposições no presente Regulamento.

Artigo 28.º

Custos da remoção

- 1- Os encargos com a remoção de elementos que ocupem o espaço público, ainda que efetuada por serviços públicos, são suportados pela entidade responsável pela ocupação ilícita.
- 2- Da eventual perda ou deterioração do mobiliário ou do seu conteúdo não emerge qualquer direito a indemnização.

Artigo 29.º

Contraordenações

- 1- Sem prejuízo da punição pela prática de crime de falsas declarações e das contraordenações previstas noutras disposições legais, constituem contra-ordenação:
 - a) A emissão de uma declaração pelo titular da exploração do estabelecimento comercial a atestar o cumprimento integral das obrigações legais e regulamentares sobre a ocupação do espaço público, nos termos da alínea f) do artigo 10.º, que não corresponda à verdade, punível com coima de € 500 a € 3 500, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 1 500 a € 25 000, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
 - b) A não realização das comunicações prévias previstas no artigo 9.º, punível com coima de € 350 a € 2500, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 1000 a € 7500, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
 - c) A falta, não suprida em 10 dias após notificação eletrónica, de algum elemento essencial das comunicações prévias previstas nos n.º 1 e 2 do artigo 10.º, punível com coima de € 200 a € 1000, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 500 a € 2500, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;

- d) A não atualização dos dados previstos no nº 4 do artigo 10.º com coima de € 150 a € 750, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 400 a € 2000, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
 - e) O cumprimento fora do prazo previsto no nº 4 do artigo 10.º é punível com coima de € 50 a € 250, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 200 a € 1000, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva.
- 2- Constitui ainda contra-ordenação:
- a) A ocupação do espaço público e a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial sem prévio licenciamento municipal, previstas no artigo 13.º, punível com coima de € 150 a € 1 250, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 300 a € 2 500, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
 - b) A violação dos princípios e regras gerais e dos critérios estabelecidos para a afixação e inscrição de mensagens publicitárias não sujeitas a licenciamento nos termos do artigo 7.º, punível com coima de € 150 a € 1 250, tratando se de uma pessoa singular, ou de € 300 a € 2500, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
 - c) A ocupação do espaço público e a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial que não respeitem as condições e a localização previstas na respetiva licença, punível com coima de € 100 a € 750, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 200 a € 1 500, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
 - d) A não remoção dos equipamentos e mobiliário urbano ou suportes publicitários nas condições estabelecidas, dentro do prazo fixado, punível com coima de € 150 a € 1 250, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 300 a € 2 500, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
- 3- A negligência é sempre punível nos termos gerais.
- 4- A instrução dos processos das contra-ordenações é da competência do presidente da câmara municipal.
- 5- O produto das coimas reverte para a câmara Municipal.

Capítulo VI

Disposições finais

Artigo 29.º

Norma revogatória

É revogado o Regulamento de Publicidade e Ocupação de Espaço Público com Equipamento e Mobiliário Urbano aprovado em sessão da Assembleia Municipal de 14 de janeiro de 2000.

Artigo 30.º

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor 15 dias após a data da sua publicação nos termos legais.

Anexo I

Critérios a observar na ocupação de espaço público

(a que se refere o artigo 9.º do Regulamento)

1. Condições de instalação e manutenção de um toldo e da respetiva sanefa

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

- a) O suporte de afixação deve ser a fachada do estabelecimento;
- b) Em passeio de largura superior a 2 m, 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 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,40 m em relação ao limite externo do passeio;
- d) Observar uma distância do solo igual ou superior a 2,5 m, mas nunca acima do nível do teto do estabelecimento comercial a que pertença;
- e) Não exceder um avanço superior a 2,50 m;
- f) Não exceder os limites laterais das instalações pertencentes ao respetivo estabelecimento;
- g) O limite inferior de uma sanefa deve observar uma distância do solo igual ou superior a 2,40 m;
- h) Em ruas pedonais, o avanço dos toldos instalados em fachadas opostas deve ser igual para ambos os toldos, e o espaço entre eles será no mínimo de 4 metros;
- i) Não se sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo.

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

1.3 O titular do estabelecimento é responsável pelo bom estado de conservação e limpeza do toldo e da respetiva sanefa.

2. Condições de instalação e manutenção de uma esplanada aberta

2.1 Na instalação de uma esplanada aberta devem 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 igual ou superior a 1 m em toda a largura 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, sem prejuízo do previsto nas condições de instalação de estrados;
- 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.

2.2 Os proprietários, os concessionários ou os exploradores de estabelecimentos são responsáveis pelo estado de limpeza dos passeios e das esplanadas abertas na parte ocupada e na faixa contígua de 3 m.

2.3 Não é permitida a instalação de esplanada aberta numa zona de 5 m para cada lado das zonas de paragem de veículos de transporte coletivo e passadeiras de atravessamento de peões.

3. Condições de instalação e manutenção de mobiliário urbano em esplanada aberta

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

- a) Ser instalado exclusivamente na área comunicada 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 aquecedores verticais serem próprios para uso no exterior e respeitarem as condições de segurança.

4. Condições de instalação de estrados

4.1 É permitida a instalação de estrados como apoio a uma esplanada desde que não exceda os limites daquela e cumpra os seguintes requisitos:

- a) O desnível do pavimento ocupado pela esplanada for superior a 5 % de inclinação;
- b) Não exceder a cota máxima da soleira da porta do estabelecimento respetivo ou 0,25 m de altura face ao pavimento;
- c) Serem amovíveis e construídos, preferencialmente, em módulos de madeira.

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

4.3 Sem prejuízo da observância dos princípios e regras estipulados no artigo 4.º do presente Regulamento, na instalação de estrados são salvaguardadas as condições de segurança da circulação pedonal, sobretudo a acessibilidade dos cidadãos com mobilidade reduzida, nos termos da legislação em vigor.

5. Condições de instalação de um guarda-vento

5.1 O guarda-vento deve ser amovível e instalado exclusivamente durante o horário de funcionamento do respetivo estabelecimento.

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

- a) Dentro dos limites definidos para a esplanada aberta, perpendicularmente ao plano da fachada;
- b) Não ocultar referências de interesse público, nem prejudicar a segurança, salubridade e boa visibilidade local ou as árvores existentes;
- c) Não exceder 1,40 m de altura contados a partir do solo;
- d) Sem exceder 3,50 m de avanço, nunca podendo exceder o avanço da esplanada junto da qual está instalado;
- e) Garantir no mínimo 0,05 m de distância do seu plano inferior ao pavimento, desde que não tenha ressaltos superiores a 0,02 m;

- f) Utilizar vidro inquebrável liso e transparente, ou material equivalente, que não excedam as seguintes dimensões:
 - i) Altura: 1,35 m;
 - ii) Largura: 1 m;
- g) A parte opaca do guarda-vento, quando exista, não pode exceder 0,60 m contados a partir do solo.

5.3 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 que não o da respetiva esplanada aberta.

6. Condições de instalação de uma vitrina

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

- a) O suporte de afixação deve ser a fachada do estabelecimento;
- b) Não se 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 1,40 m;
- d) Não exceder 0,15 m de balanço em relação ao plano da fachada do edifício.

7. Condições de instalação de um expositor

7.1 Por cada estabelecimento é permitido apenas um expositor, instalado junto à fachada do edifício, exclusivamente durante o seu horário de funcionamento.

7.2 O expositor apenas pode ser instalado em passeios com largura igual ou superior a 2 m, devendo respeitar as seguintes condições de instalação:

- a) Ser contíguo ao respectivo estabelecimento;
- b) Reservar um corredor de circulação de peões igual ou superior a 1,5 m entre o limite exterior do passeio e o prédio;
- c) Não prejudicar o acesso aos edifícios contíguos;
- d) Não exceder 1,80 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 ruas pedonais, a colocação de expositores em espaços contíguos a estabelecimentos localizados em fachadas opostas, deve garantir um corredor de circulação entre eles com um mínimo de 4 metros.

8. 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 contígua à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
- b) Não exceder 1 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) Em ruas pedonais, a colocação de arcas ou máquina de gelados, em espaços contíguos a estabelecimentos localizados em fachadas opostas, deve garantir um corredor de circulação entre eles com um mínimo de 4 metros.

9. Condições de instalação de um brinquedo mecânico e equipamento similar

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

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

- a) Ser contígua à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
- b) Não exceder 1 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.

10. Condições de instalação e manutenção de uma floreira

10.1 A floreira deve ser instalada junto à fachada do respetivo estabelecimento ou quando estiver integrada numa esplanada, dentro dos limites da área de ocupação desta.

10.2 As plantas utilizadas nas floreiras não podem ter espinhos ou bagas venenosas.

10.3 O titular do estabelecimento a que a floreira pertença deve proceder à sua limpeza, rega e substituição das plantas, sempre que necessário.

11. Condições de instalação e manutenção de um contentor para resíduos

11.1 O contentor para resíduos deve ser instalado junto à fachada do respetivo estabelecimento ou quando estiver integrado numa esplanada, dentro dos limites da área de ocupação desta.

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

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

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

Anexo II

Critérios a observar na instalação de suportes publicitários

(a que se refere o artigo 9.º do Regulamento)

1. Condições gerais:

1.1 Condições de instalação de um suporte publicitário

1.1.1. A instalação de um suporte publicitário 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;
- 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.

1.1.2. Em passeios com largura igual ou inferior a 1 m não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

1.2 Condições de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano;

1.2.1 É permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano componente de uma esplanada aberta.

1.2.2 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 e nas abas pendentes dos guarda-sóis, com as dimensões máximas de 0,20 m x 0,10 m por cada nome ou logótipo.

1.3 Condições e restrições de difusão de mensagens publicitárias sonoras

1.3.1 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.

1.3.2 A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial deve respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas e apenas pode ocorrer:

- a) No período compreendido entre as 9 e as 20 horas;
- b) A uma distância mínima de 300 m de edifícios escolares, durante o seu horário de funcionamento, de centros de saúde, hospitais, cemitérios e locais de culto.

2. Condições específicas:

2.1 Condições e restrições de aplicação de chapas

2.1.1 As chapas não podem exceder na sua maior dimensão 0,60 m e máxima saliência de 0,05m;

2.1.2 Em cada edifício, as chapas, devem apresentar dimensões, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício;

2.1.3 A instalação das chapas deve fazer-se a uma distância do solo igual ou superior ao nível do piso do 1.º andar dos edifícios.

2.2 Condições e restrições de aplicação de placas

2.2.1. As placas não podem exceder na sua maior dimensão 1,50 m;

2.2.2. Em cada edifício as placas devem apresentar dimensão, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do mesmo;

2.2.3. A instalação de uma placa deve respeitar as seguintes condições:

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

2.2.4. As placas só podem ser instaladas ao nível do rés-do-chão dos edifícios.

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

2.3 Condições e restrições de aplicação de tabuletas

2.3.1 Em cada edifício as tabuletas devem apresentar dimensão, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

2.3.2 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 2,60 m;
- b) Não exceder o balanço de 1,50 m em relação ao plano marginal do edifício, excepto no caso de ruas sem passeios, em que o balanço não excede 0,20 m;
- c) Deixar uma distância igual ou superior a 3 m entre tabuletas;
- d) 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) 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.

2.3.3 Em passeios com largura igual ou inferior a 1 m não é permitida a instalação de tabuletas.

2.4 Condições de instalação de bandeiras

2.4.1 As bandeiras devem permanecer oscilantes, só podendo ser colocadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado interior do poste.

2.4.2 A dimensão máxima das bandeiras deve ser de 0,60 m de comprimento e 1 m de altura.

2.4.3 A distância entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente da bandeira deve ser igual ou superior a 2 m.

2.4.4 A distância entre a parte inferior da bandeira e o solo deve ser igual ou superior a 3 m.

2.4.5 A distância entre bandeiras afixadas ao longo das vias deve ser igual ou superior a 50 m.

2.4.6 Em passeios com largura igual ou inferior a 1 m não é permitida a instalação de bandeiras.

2.5 Condições de aplicação de letras soltas ou símbolos

2.5.1 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;
- b) Não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas, sendo aplicados diretamente sobre o paramento das paredes;

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

2.6.1 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 1,50 m;
- b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser menor do que 2,60 m nem superior a 4 m;
- c) Caso o balanço não exceda 0,15 m, a distância entre a parte inferior do anúncio e o solo não pode ser menor do que 2,20 m nem superior a 4 m.

2.6.2 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.

ANEXO III

Critérios a observar na ocupação de espaço público e na instalação de suportes publicitários e de afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias (a que se refere o artigo 13.º do Regulamento)

1. Condições de instalação de painéis/outdoors

1.1 Os painéis/outdoors devem respeitar as seguintes condições:

a) Ter as seguintes dimensões:

i. 4 m de largura por 3 m de altura;

ii. 8 m de largura por 3 m de altura;

b) A distância entre o solo e a parte inferior do suporte não pode ser menor do que 2,50 m;

1.2 Este tipo de suporte publicitário não pode ser instalado em edifícios, nem em frente dos mesmos.

1.3 Quando afixados em tapumes, vedação ou elementos congêneres, os painéis/outdoors devem dispor-se a distâncias regulares.

1.4 As dimensões, estrutura e cores de agrupamentos de painéis/outdoors devem ser homogêneas.

1.5 A estrutura de suporte dos painéis/outdoors deve ser metálica e na cor mais adequada ao ambiente e estética locais, e não pode, em caso algum, manter-se no local sem mensagem publicitária.

2. Condições de instalação de mupis

2.1 Os mupis devem respeitar as seguintes condições:

a) Ter as dimensões de 1,20 m de largura e 1,75 m de altura;

b) Salvar a segurança e integridade das pessoas e bens, nomeadamente nas condições de circulação pedonal e rodoviária;

c) Garantir uma distância mínima ao lancil de 0,60 m e uma largura livre de passagem de 1,50 m.

3. Condições de instalação de pendões, telas ou lonas, faixas ou semelhantes

3.1 As telas, lonas e semelhantes obedecem às seguintes condições:

a) Não devem ser instalados nos vãos de portas, janelas e montras de estabelecimentos, garantindo a visibilidade do emolduramento dos vãos e não se sobreporem a cunhais, pilastras, cornijas e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo;

b) As suas dimensões devem respeitar a escala das fachadas onde se pretende a instalação.

3.2 Os pendões obedecem às seguintes condições:

- a) Devem permanecer oscilantes, só podendo ser colocadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado interior do suporte;
- b) Não pode constituir perigo para a circulação pedonal e rodoviária, e a distância entre a parte inferior do pendão e o solo não ser inferior a 3 m;
- c) A distância entre pendões instalados ao longo das vias deve ser igual ou superior a 50 m;
- d) Em passeios com largura igual ou inferior a 1 m não é permitida a instalação de pendões.

3.3 A colocação de faixas de pano, de plástico, papel ou outro material, com o propósito de efetuarem o atravessamento de vias públicas é admitida apenas quando as mensagens publicitárias anunciem eventos ocasionais, regulares ou não, de natureza efémera, e desde que sejam instalados a, pelo menos, 4,5 m de altura do pavimentos da via e, ainda, desde que a sua colocação não coloque em perigo a estabilidade dos respectivos suportes.