



MUNICÍPIO DE ALBUFEIRA

Regulamento n.º 182/2020

Sumário: Regulamento de Publicidade do Município de Albufeira.

José Carlos Martins Rolo, Presidente da Câmara Municipal de Albufeira, torna público que, tendo sido concluído o período de audiência dos interessados, referente à alteração do Regulamento de Publicidade do Município de Albufeira, publicitado em conformidade com o disposto no Artigo 98.º n.º 1 e no Artigo 100.º n.º 1, ambos do Código do Procedimento Administrativo, no uso da sua competência referida na alínea g) do n.º 1 do artigo 25.º da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, a Assembleia Municipal de Albufeira, na sua sessão de realizada no dia 29 de janeiro de 2020, sob proposta da Câmara Municipal, aprovou o Regulamento de Publicidade do Município de Albufeira, entrará em vigor no dia seguinte ao da sua publicação no *Diário da República*.

7 de fevereiro de 2020. — O Presidente da Câmara, *José Carlos Martins Rolo*.

Regulamento de Publicidade do Município de Albufeira

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Legislação de enquadramento

O presente Regulamento de Publicidade do Município de Albufeira, adiante designado apenas por regulamento, é elaborado com base no disposto na seguinte legislação:

- a) Artigos 112.º e 241.º da Constituição da República Portuguesa;
- b) Artigos 25.º, n.º 1, alínea g), e 33.º, n.º 1, alínea k), da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro;
- c) Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, na redação dada pela Lei n.º 23/2000, de 23 de agosto, e pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril;
- d) Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, com as alterações subseqüentes.

Artigo 2.º

Âmbito territorial

O presente regulamento aplica-se à área geográfica do município de Albufeira.

Artigo 3.º

Âmbito material

1 — O presente regulamento aplica-se a toda a publicidade, entendendo-se esta como sendo qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma atividade económica, com o objetivo de promover a comercialização ou alienação de quaisquer bens ou serviços, bem como qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, que não tenham natureza política.

2 — É considerada atividade publicitária todo o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária de natureza comercial e que vise dirigir a atenção do público para um determinado bem ou serviço com o fim de promover a sua aquisição.

3 — Não é considerada publicidade, para efeitos do presente regulamento:

- a) A divulgação de mensagens publicitárias sem natureza comercial de causas, instituições sociais, entidades ou coletividades sem fins comerciais;
- b) A sensibilização feita através de éditos, anúncios, notificações e demais formas de informação que se relacionem, direta ou indiretamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;
- c) A difusão de comunicados, notas oficiosas e demais esclarecimentos que se prendam com a atividade de órgãos de soberania e da Administração Central e Local;
- d) A propaganda eleitoral.

Artigo 4.º

Definições

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por:

- a) Publicidade: qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma atividade económica, com o objetivo de promover a comercialização ou alienação de quaisquer bens ou serviços, bem como qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, que não tenham natureza política;
- b) Anunciante: pessoa singular ou coletiva no interesse de quem se realiza a publicidade;
- c) Publicidade exterior: todas as formas de comunicação publicitária previstas na alínea anterior quando destináveis e visíveis do espaço público;
- d) Espaço público: toda a área não edificada, de livre acesso, infraestruturas e espaços verdes e de utilização coletiva, como tal definidos na Portaria n.º 216-B/2008, de 3 de março, bem como demais arruamentos e espaços públicos de utilização coletiva não integrados no domínio privado municipal;
- e) Equipamento urbano: conjunto de elementos instalados no espaço público com função específica de assegurar a gestão das estruturas e sistemas urbanos, nomeadamente formativa (direcional e de pré-aviso), candeeiros de iluminação pública, armários técnicos, guardas metálicas, pilaretes e outros elementos congéneres;
- f) Mobiliário urbano: todas 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;
- g) Suporte publicitário: meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária, nomeadamente painel, mupi, anúncio, reclamo, bandeira, bandeirola, pendão, cartaz, moldura, placa, pala, toldo, sanefa, vitrina, faixa, coluna publicitária, indicadores direcionais de âmbito comercial, veículos, letreiros, tabuletas e dispositivos afins;
- h) Ocupação do espaço público: qualquer implantação, utilização, difusão, instalação, afixação ou inscrição, promovida em equipamento urbano, mobiliário urbano ou suportes publicitários, no solo, espaço aéreo, fachadas, empenas e coberturas de edifícios;
- i) Corredor pedonal: percurso linear para peões, livre de obstáculos ou de qualquer elemento urbano, preferencialmente salvaguardado na parcela interior dos passeios;
- j) Fachada lateral ou empena cega: fachada lateral de um edifício, sem janelas, a qual confina com o espaço público ou privado;
- k) Publicidade sonora: toda a difusão de som, com fins comerciais, emitida no espaço público, dele audível ou perceptível;
- l) Campanhas publicitárias de rua: meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional ou efémero, que impliquem ações de rua e o contacto direto com o público, não sendo possível a distribuição de panfletos;
- m) Publicidade instalada em pisos térreos: reporta-se aos dispositivos publicitários instalados ao nível da entrada dos edifícios, nos locais das obras e nas montras dos estabelecimentos comerciais, designadamente, chapas, palas, letreiros e tabuletas/dispositivos biface;

n) Chapa: suporte aplicado em paramento liso, usualmente utilizado para assinalar escritórios, consultórios médicos ou outras atividades similares;

o) Pala: elemento rígido, com estrutura autónoma, com predomínio da dimensão horizontal, fixo aos paramentos das fachadas, com função decorativa e de proteção contra agentes climatéricos, funcionando como suporte para afixação/inscrição de mensagens publicitárias;

p) Toldo: elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito em lona ou material idêntico, aplicável a vãos, portas, janelas e montras de estabelecimentos comerciais e industriais, no qual está inserida uma mensagem publicitária;

q) Letreiro/placa: dispositivo publicitário constituído por placa, por letras ou símbolos recortados, fixos aos paramentos das fachadas;

r) Tabuleta/dispositivo biface: suporte instalado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, com mensagem publicitária em ambas as faces;

s) Publicidade aérea: a que se refere aos dispositivos publicitários instalados, inscritos ou afixados em veículos ou dispositivos aéreos, nomeadamente:

I) Publicidade em transportes aéreos: refere-se a qualquer veículo aéreo que possa desempenhar uma atividade publicitária (aviões, helicópteros, zepelins, balões, parapentes, para quedas e outros);

II) Dispositivos publicitários aéreos cativos: refere-se a dispositivos publicitários insufláveis, sem contacto com o solo, mas a ele fixos por qualquer meio, tais como balões, insufláveis e semelhantes;

t) Suportes publicitários autónomos: peças de mobiliário urbano ou os dispositivos com estrutura própria de fixação ao solo, cuja função principal é a afixação de mensagens publicitárias, nomeadamente, painel, mupi, coluna publicitária, direcionador e anúncio eletrónico;

u) Painel (outdoor): suporte publicitário constituído por moldura e superfície de aplicação de mensagem fixado no solo através de apoios próprios;

v) Bandeirola: o suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura semelhante;

w) Mupi: suporte informativo biface, concebido para servir de suporte à afixação de cartazes publicitários com dimensões padrão de 1,75 m por 1,20 m;

x) Coluna publicitária: peça de mobiliário urbano de forma predominantemente cilíndrica, dotada de iluminação interior, apresentando por vezes uma estrutura dinâmica que permite a rotação das mensagens publicitárias;

y) Direcionador: peça de mobiliário urbano mono ou biface, com estrutura de suporte fixada diretamente ao solo, não luminosa, concebida para suportar setas direcionais, com afixação acima dos 2,20 m de altura;

z) Anúncio eletrónico: sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de TV, vídeo e similares;

aa) Anúncio luminoso: todo o suporte com dispositivo de iluminação interior, emitindo luz própria;

bb) Anúncio iluminado: todo o suporte sobre o qual se faça incidir, intencionalmente, uma fonte de luz;

cc) Unidades móveis publicitárias: os veículos automóveis ou atrelados utilizados exclusivamente para o exercício da atividade publicitária;

dd) Cartaz, dístico colante e semelhante: todo o meio publicitário constituído por papel ou outro material similar;

ee) Propaganda eleitoral: toda a atividade que vise diretamente 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;

ff) Promotor de estabelecimento: pessoa que desenvolve ação promocional de natureza comercial, relativa a um estabelecimento de restauração e bebidas, com vínculo laboral ao mesmo.

Artigo 5.º

Licenciamento

1 — Toda a publicidade, dentro ou fora das áreas urbanas, está sujeita a licenciamento camarário prévio, exceto nas seguintes situações:

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

b) Quando 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) No caso de bens imóveis, quando a mensagem publicitária esteja afixada ou inscrita no próprio bem e se destine a divulgar qualquer negócio jurídico acerca do mesmo;

d) Quando ocuparem o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitarem os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração, ou estejam relacionadas com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam.

2 — As situações previstas nas alíneas b) a d) do número anterior, não obstante se encontrarem isentas de licenciamento, devem obedecer aos critérios e obrigações previstas no presente regulamento quanto à afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

3 — Os critérios e obrigações previstas no presente regulamento, quanto à afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, também aplicáveis quando a mensagem não careça de licenciamento, deverão ser divulgados no “Balcão do empreendedor”, sob pena de não produzirem quaisquer efeitos.

4 — O licenciamento de painéis (outdoors) está sujeito ao Plano Municipal de Ordenamento da Publicidade — PMOP, que será devidamente publicitado no sítio institucional da Câmara Municipal.

5 — O PMOP consiste numa ferramenta de gestão das posições destinadas à colocação dos painéis (outdoors) no território do Município.

6 — As posições inseridas no PMOP constam dos mapas cartográficos integrantes do mesmo, sendo-lhes atribuída uma matrícula identificativa.

7 — Os painéis (outdoors) apenas poderão ser colocados em posições georreferenciadas constantes do PMOP e não serão autorizadas, no decurso da validade da licença, quaisquer pedidos de realocação, salvo alterações do território que se devam a intervenção municipal ou de qualquer outra entidade pública e às quais o titular da licença seja alheio.

8 — A publicidade já existente, desde que não se trate de anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos ou semelhantes e não sujeita a licenciamento com base no n.º 1, desde que, já licenciada pelo anterior regulamento, fica isenta do pedido de licenciamento consagrado no artigo 11.º

Artigo 6.º

Locais e requisitos para o exercício da atividade publicitária

1 — A Câmara Municipal poderá conceder, mediante concurso público, o exclusivo para afixação de mensagens publicitárias em locais determinados.

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

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

4 — Toda a publicidade permitida pelo presente regulamento deverá ser inscrita em português, salvo no caso de designação de firmas e marcas.



5 — No caso da publicidade utilizar também outra língua, o português terá de figurar em destaque.

6 — Quando imperativos de reordenamento do espaço público, nomeadamente a aprovação de planos municipais de ordenamento do território, de execução de obras, de manifesto interesse público assim o justifique, poderá ser ordenada, pelo presidente da Câmara, a remoção de suportes publicitários ou a sua transferência para outro local, mesmo encontrando-se licenciados.

7 — O licenciamento de suportes para fins publicitários pode determinar a reserva de algum ou alguns dos espaços publicitários, destinados à difusão de mensagens relativas a atividades do município ou apoiadas por este.

Artigo 7.º

Propaganda

1 — A afixação, inscrição, instalação e difusão de mensagens de propaganda política é livre, carecendo de autorização prévia da Câmara, devendo respeitar os limites e proibições do artigo 4.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto e do presente regulamento.

2 — O disposto no número anterior não dispensa o licenciamento nos casos em que tal o seja legalmente exigido, nomeadamente quando implique realização de obras.

3 — Quando se trate de propaganda eleitoral a Câmara Municipal deve publicar, até 30 dias antes do início de cada campanha eleitoral, edital com os locais onde pode ser afixada propaganda, os quais não podem ser inferiores a um local por 5000 eleitores ou por freguesia.

4 — A distribuição dos espaços para afixação de propaganda eleitoral deve ser equitativa por todo o território do município, para que cada partido ou força concorrente disponha de área não inferior a 2 metros quadrados.

Artigo 8.º

Locais de afixação

A afixação de propaganda política não será permitida 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 nacionais, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de ser classificados pelas entidades públicas;
- c) Causa prejuízos a terceiros;
- d) Afete a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária ou ferroviária;
- e) Apresente disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os de sinalização de tráfego;
- f) Prejudique a circulação dos peões, designadamente os de mobilidade reduzida.

Artigo 9.º

Regras de afixação

Os espaços disponibilizados pela Câmara Municipal para a afixação de propaganda política podem ser livremente utilizados para o fim a que se destinam, no entanto, deve ser observada a seguinte regra: não podem ser ocupados, simultaneamente, mais de 50 % dos locais ou espaços com propaganda proveniente da mesma entidade.

Artigo 10.º

Remoção da propaganda

1 — Os partidos ou forças concorrentes devem remover a propaganda eleitoral afixada nos locais que lhes forem atribuídos até ao quinto dia útil subsequente ao ato eleitoral.

2 — Quando não procedam à remoção voluntária, caberá à Câmara Municipal proceder à remoção coerciva, imputando os custos às respetivas entidades.

3 — A Câmara Municipal não se responsabiliza por eventuais danos que possam advir dessa remoção para os titulares dos meios ou suportes.

CAPÍTULO II

Licenciamento e seu processo

Artigo 11.º

Pedido de licenciamento

1 — O requerimento/pedido de licenciamento deverá conter:

- a) A identificação do requerente, com o nome, número de identificação fiscal, estado civil, profissão, domicílio, número do Cartão de Cidadão/Bilhete de Identidade, no caso de pessoa singular;
- b) Denominação social da entidade, sede/filial, número de identificação fiscal, no caso de pessoa coletiva;
- c) Nome do estabelecimento comercial, se a publicidade estiver associada a estabelecimento;
- d) Cópia do alvará de autorização de utilização, se a publicidade estiver associada a estabelecimento ou edifício;
- e) Documento comprovativo da qualidade invocada pelo requerente e, se for o caso, autorização do legítimo titular do espaço privado para a realização de publicidade;
- f) O ramo da atividade exercido, se a publicidade estiver associada a estabelecimento;
- g) Memória descritiva do projeto, com indicação dos materiais a utilizar, formas e cores;
- h) Desenho do meio ou suporte publicitário, com indicação da forma, dimensões e balanço de afixação;
- i) Indicação exata do local onde será efetuada a publicidade, com fotomontagem/fotocomposição ou fotografia a cores, abrangendo os edifícios confinantes, esclarecedora da situação final pretendida, apresentada em suporte de papel A4 ou A3, indicando o resumo dos textos/ mensagens a projetar;
- j) Plantas de localização à escala 1/25000, 1/2000 ou 1/1000, quando disponível, com indicação tão precisa quanto possível do edifício previsto para a afixação, bem como do suporte/ dispositivo que será afixado;
- k) Termo de responsabilidade e contrato de seguro de responsabilidade civil, caso se trate de estruturas que se pretendam instalar na cobertura ou na fachada lateral/ empena de um edifício e estas possam representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas;
- l) Contrato de seguro de responsabilidade civil, caso se trate de anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos ou semelhantes;
- m) Contrato de seguro de responsabilidade civil, caso se trate de painéis (outdoors);
- n) Contrato de seguro de responsabilidade civil, caso se trate de publicidade aérea ou de dispositivos publicitários aéreos cativos
- o) Indicação do período de tempo pretendido para a concessão da licença;
- p) No caso de publicidade em unidades móveis publicitárias e veículos automóveis, fotografia da viatura ou fotomontagem aposta em folha A4, mostrando as faces bem visíveis onde a publicidade estiver inscrita ou indicando o local previsto para a colocação, cópia do documento único automóvel ou livrete e título de registo de propriedade;
- q) No caso de publicidade em veículos pesados ou atrelados que ultrapassem as medidas normais previstas na legislação, será necessário juntar cópia da autorização especial de trânsito, além dos elementos referidos na alínea anterior;
- r) No caso de campanhas publicitárias de rua, deverá ser apresentado um exemplar dos impressos/ produtos a distribuir e deverão ser indicados os locais de distribuição e, a existir, desenho

do equipamento de apoio e/ou do dispositivo de natureza publicitária com indicação da forma, dimensões e balanço de afixação.

2 — No caso dos elementos publicitários se destinarem a ser instalados em prédio que esteja submetido ao regime de propriedade horizontal, deverá o requerente apresentar cópia da ata da Assembleia Geral do Condomínio, ou, na inexistência de condomínio formado, declaração de todos os proprietários, autorizando a instalação dos elementos publicitários.

3 — Na formulação do pedido, os interessados deverão adotar o modelo de requerimento adequado, impresso que deverá ser fornecido pelos serviços municipais.

4 — No caso de painéis (outdoors) os interessados poderão candidatar-se, por intermédio de requerimento, às posições que se encontrem disponíveis, as quais se encontram devidamente publicitadas no sítio institucional da Câmara Municipal.

5 — Os critérios de atribuição das posições de painéis (outdoors) são os seguintes:

- a) Ordem de entrada do requerimento;
- b) Limite máximo de 20 painéis por operador/ano.

Artigo 12.º

Consulta a entidades

1 — Sempre que o local onde o requerente pretenda instalar suportes e mensagens publicitárias estiver sujeito a jurisdição de outra(s) entidade(s), deve a Câmara Municipal solicitar-lhe(s) parecer sobre o pedido de licenciamento.

2 — Os pareceres solicitados deverão ser emitidos no prazo máximo de 30 dias seguidos, a contar da data do ofício respetivo, findo o qual, no caso de pareceres não vinculativos, poderá o processo prosseguir e ser proferida a decisão sem tais pareceres, não sendo possível, em caso algum, ser violada a lei expressa.

Artigo 13.º

Licenciamento cumulativo

Se as mensagens publicitárias de natureza comercial exigirem a execução de obras de construção civil sujeitas a controlo prévio, tem este de ser realizado de forma cumulativa, nos termos da legislação aplicável.

Artigo 14.º

Rejeição liminar

1 — Compete ao presidente da Câmara Municipal, ou vereador com poderes delegados, apreciar e decidir as questões de ordem formal e processual que possam obstar ao conhecimento do pedido de licenciamento.

2 — Deve ser proferido despacho de rejeição liminar do pedido, no prazo de oito dias, se o requerimento e os respetivos elementos instrutores apresentarem omissões ou deficiências.

3 — Quando as omissões ou deficiências sejam supráveis ou sanáveis, ou quando forem necessários documentos adicionais, o interessado é notificado, no prazo de oito dias, contados da data da receção do processo, para corrigir o requerimento, no prazo de dez dias, sob pena de rejeição do pedido.

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

5 — Havendo rejeição do pedido, nos termos do presente artigo, e caso seja efetuado novo pedido para o mesmo fim, é dispensada a apresentação dos documentos utilizados anteriormente que se mantenham válidos e adequados.

Artigo 15.º

Condições de indeferimento

1 — Constituem motivo de indeferimento do pedido de licenciamento ou de renovação da licença a violação de disposições legais e regulamentares e/ou de normas técnicas/critérios gerais e específicos que sejam aplicáveis, bem como a verificação de impedimentos e proibições previstas neste e noutros regulamentos e diplomas legais.

2 — O pedido de licenciamento ou de renovação pode ainda ser indeferido se existirem débitos à Câmara Municipal por dívidas relacionadas com a publicidade.

3 — A decisão de indeferimento do pedido de licenciamento ou de renovação da licença terá de ser sempre fundamentada e comunicada ao requerente.

Artigo 16.º

Decisão final

1 — A decisão final sobre o pedido de licenciamento deverá ser proferida no prazo de 30 dias.

2 — O prazo é contado da data em que o processo estiver devidamente instruído com todos os elementos necessários à tomada de decisão.

3 — A decisão sobre o pedido de licenciamento será notificada, por escrito, ao requerente, no prazo de 8 dias após ter sido proferida.

4 — 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.

5 — O interessado disporá de um prazo de 10 dias, contados da notificação do deferimento, para proceder conforme o disposto no número anterior, findo o qual, se o alvará não for levantado e a taxa liquidada, o processo de licenciamento caducará.

6 — A emissão, renovação ou averbamento do alvará de licença, bem como o exercício dos poderes por ela conferidos, dependem do prévio pagamento da respetiva taxa.

7 — Do alvará de licença deverá constar o número da licença, devendo este ser afixado, por autocolante a fornecer pelos serviços municipais, de forma visível, no local.

Artigo 17.º

Prazo de duração

1 — O prazo de duração da licença será fixado na decisão final.

2 — As licenças anuais reportam-se ao ano económico de 1 de janeiro a 31 de dezembro.

3 — A licença cujo prazo seja igual ou superior a 30 dias, renova-se automática e sucessivamente, salvo se:

a) A Câmara Municipal notificar o titular, de decisão em sentido contrário, por escrito, e com a antecedência mínima de 15 dias, antes do termo do prazo respetivo;

b) O titular comunicar à Câmara Municipal intenção contrária, por carta registada com aviso de receção, com a antecedência mínima de 30 dias, antes do termo do prazo respetivo.

4 — A renovação da licença, cujo prazo seja inferior a 30 dias, pode ser pedida verbalmente e, ato contínuo, efetuado o pagamento da respetiva taxa.

5 — O pagamento das taxas referentes às renovações anuais é efetuado nos meses de janeiro a abril, sob pena de caducidade da licença.

Artigo 18.º

Mudança de titularidade

1 — A licença de publicidade é pessoal e intransmissível, não podendo ser cedida a qualquer título, definitiva ou temporariamente, total ou parcialmente.

2 — A mudança de titularidade da licença será somente autorizada nas seguintes situações:

a) Morte;

b) Insolvência;

c) Outra forma de extinção do titular da licença, que não as referidas nas alíneas anteriores, nomeadamente pelo trespasse de universalidade de facto, mas apenas quando o pagamento das taxas devidas se encontrar regularizado, não sejam pretendidas quaisquer alterações ao objeto do licenciamento e o requerente apresentar prova da legitimidade do seu interesse.

3 — Na licença será averbada a identificação do novo titular.

4 — A mudança de titularidade ocorrerá no decurso de tempo atribuído para a concessão.

5 — Pela mudança de titularidade, o novo titular fica autorizado, após o pagamento da taxa de averbamento, a efetuar a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial até ao fim do prazo de duração da licença, a que estava autorizado o anterior titular, sucedendo ao anterior em todas as obrigações.

Artigo 19.º

Caducidade da licença

A licença caduca automaticamente, sem necessidade de notificação ao seu titular para o efeito, nas seguintes situações:

a) Por decurso do prazo de validade da licença inicial ou renovada;

b) Por morte, insolvência, falência ou qualquer outra forma de extinção do titular da licença, e não tenha sido requerida a mudança de titularidade;

c) Por perda pelo titular do direito ao exercício da atividade a que se reporta a licença;

d) O titular comunicar à Câmara Municipal que não pretende a renovação da licença;

e) A Câmara Municipal proferir decisão no sentido da não renovação da licença.

Artigo 20.º

Revogação

1 — A licença pode ser revogada, a todo o tempo, sempre que:

a) Situações excecionais de manifesto interesse público assim o exigirem, designadamente, imperativos de reordenamento do espaço público: aprovação de planos municipais de ordenamento do território, execução de obras;

b) O titular não proceda ao levantamento da licença ou à colocação do suporte ou mensagem publicitária, no prazo estabelecido;

c) O titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado pelo licenciamento;

d) O titular não apresente, aquando da renovação da licença cujo prazo seja igual ou superior a 30 dias, contrato de seguro de responsabilidade civil atualizado, caso se trate de estruturas instaladas na cobertura ou na fachada lateral/empena de um edifício e estas possam representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas;

e) Por não ter sido efetuado o pagamento das taxas, referentes às renovações anuais, nos meses de janeiro a abril.

2 — A revogação da licença não confere direito a qualquer indemnização, com exceção da situação prevista na alínea a) do n.º 1 do presente artigo, uma vez que aqui ocorrerá a devolução do valor remanescente da taxa já liquidada.

3 — Considera-se não licenciada toda a instalação cuja licença foi revogada.

Artigo 21.º

Obrigações gerais do titular da licença

O titular da licença fica vinculado às seguintes obrigações:

- a) Cumprir os termos e as condições estipuladas no alvará de licenciamento, não podendo alterar o objeto de licenciamento;
- b) Não proceder à transmissão da licença a outrem, salvo mudança da titularidade autorizada nos termos do artigo 18.º do presente regulamento;
- c) Não proceder à cedência da utilização da licença a outrem, mesmo que temporariamente;
- d) Retirar a mensagem e o respetivo suporte, no prazo máximo de oito dias, findo o prazo de validade da licença ou quando não ocorra a renovação automática;
- e) 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 utilização com o evento publicitário;
- f) Manter atualizados todos os documentos que foram necessários ao licenciamento inicial, os quais poderão ser solicitados em qualquer momento pela Câmara Municipal.

CAPÍTULO III

CrITÉrios e obrigações gerais

Artigo 22.º

Segurança e vigilância

A segurança e vigilância dos suportes publicitários e demais equipamentos de apoio incumbem ao titular da licença ou anunciante, no caso de publicidade isenta de licenciamento.

Artigo 23.º

Higiene e apresentação

O titular da licença ou o anunciante, no caso de publicidade isenta de licenciamento, deve conservar os suportes publicitários, e demais equipamentos de apoio que utiliza, nas melhores condições de apresentação, higiene e arrumação.

Artigo 24.º

Conservação

1 — O titular da licença ou anunciante, no caso de publicidade isenta de licenciamento, deve proceder, com a periodicidade e prontidão adequadas, à conservação dos suportes publicitários e demais equipamentos de apoio.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, a Câmara Municipal pode determinar a execução de obras de conservação necessárias à melhoria do arranjo estético e correção de más condições de higiene e segurança.

3 — Quando o titular da licença ou o anunciante, no caso de publicidade isenta de licenciamento, não iniciar as obras de conservação que lhe sejam determinadas nos termos do número anterior ou não as concluir dentro dos prazos que para o efeito lhe forem fixados, pode a Câmara Municipal tomar posse administrativa do suporte publicitário para lhes dar execução imediata.

Artigo 25.º

CrITÉrios gerais

1 — O licenciamento nos termos do disposto no presente regulamento visa definir os critérios de localização, instalação e adequação, formal e funcional, dos suportes, inscrições e mensagens publicitárias relativamente à envolvente urbana, numa perspetiva de qualificação do espaço público,

de respeito pelos valores ambientais e paisagísticos e de melhoria da qualidade de vida, regendo-se pelos seguintes valores e princípios fundamentais:

- a) Salvaguarda da segurança e integridade das pessoas e bens, nomeadamente nas condições de circulação e acessibilidade, pedonal e rodoviária;
- b) Preservação e valorização dos espaços públicos;
- c) Preservação e valorização do sistema de vistas;
- d) Preservação e valorização dos imóveis classificados e em vias de classificação, dos núcleos de interesse histórico;
- e) Salvaguarda do equilíbrio ambiental e estético.

2 — Os suportes publicitários devem apresentar características formais que não ponham em risco a integridade física dos utentes do espaço público, optando-se por um desenho caracterizado por formas planas, sem arestas vivas, elementos pontiagudos ou cortantes, devendo ainda utilizar-se materiais resistentes ao impacto, não comburentes, combustíveis ou corrosivos e, quando for caso disso, um sistema de iluminação estanque e inacessível ao público.

3 — Na implantação de suportes publicitários ao longo do mesmo eixo ou percurso urbano devem procurar-se os alinhamentos definidos pelos elementos ou equipamentos urbanos já existentes e tentar-se a equidistância relativamente a eles.

4 — Os critérios elencados nos números anteriores são também aplicáveis à afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial não sujeitas a licenciamento, previstas nas alíneas *b)* a *d)* do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 26.º

Restrições gerais de segurança

1 — Não é permitida a instalação de suportes e mensagens publicitárias, sempre que:

- a) Prejudique a segurança de pessoas ou bens, designadamente na circulação pedonal e rodoviária;
- b) Prejudique a saúde e o bem-estar de pessoas, designadamente por ultrapassar níveis de ruído acima dos admissíveis por lei (quanto à publicidade sonora);
- c) Prejudique a visibilidade dos automobilistas sobre a sinalização de trânsito, as curvas, cruzamentos, entroncamentos, rotundas, placas separadoras e ilhéus direcionais e no 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) Dificulte o acesso dos peões a edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos, e retire a visibilidade das montras dos estabelecimentos comerciais;
- f) Diminua a eficácia da iluminação pública;
- g) Estejam em causa abrigos de passageiros, salvo publicidade devidamente concessionada pelo Município;
- h) Estejam em causa equipamentos de deposição de resíduos.

2 — As restrições elencadas no número anterior são também aplicáveis à afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial não sujeitas a licenciamento, previstas nas alíneas *b)* a *d)* do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 27.º

Preservação e conservação dos espaços públicos

1 — Não é permitida a instalação de suportes e mensagens publicitárias, sempre que:

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

- b) Possa impedir, restringir ou interferir negativamente no funcionamento das atividades urbanas ou de outras ocupações do espaço público ou ainda quando dificulte aos utentes a fruição dessas mesmas atividades em condições de segurança e conforto;
- c) Contribua para o mau estado de conservação e salubridade dos espaços públicos;
- d) Contribua para a descaraterização da imagem e da identidade dos espaços e dos valores naturais ou construídos;
- e) Dificulte a ação das concessionárias que operam à superfície ou no subsolo e a acessibilidade aos seus órgãos de manobra.

2 — As restrições elencadas no número anterior são também aplicáveis à afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial não sujeitas a licenciamento, previstas nas alíneas *b)* a *d)* do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 28.º

Sistemas de vistas

1 — Não é permitida a instalação de suportes e mensagens publicitárias, sempre que:

- a) Prejudique a visibilidade de placas toponímicas e números de polícia;
- b) Prejudique a visibilidade ou a leitura de cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo.

2 — As restrições elencadas no número anterior são também aplicáveis à afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial não sujeitas a licenciamento, previstas nas alíneas *b)* a *d)* do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 29.º

Valores históricos e patrimoniais

1 — Não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em:

- a) Edifícios, monumentos ou locais de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, expressamente reconhecidos;
- b) 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;
- c) Imóveis classificados e em vias de classificação;
- d) Templos ou cemitérios;
- e) Imóveis onde funcionem exclusivamente serviços públicos.

2 — As interdições previstas no número anterior podem não ser aplicáveis quando a mensagem se circunscreva apenas à identificação da entidade que ocupa os espaços em causa, devendo no entanto respeitar as condições técnicas específicas relativas ao licenciamento de suportes publicitários e sempre que as soluções apresentadas constituam uma mais valia do ponto de vista plástico e/ou estético.

3 — As restrições elencadas no número anterior são também aplicáveis à afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial não sujeitas a licenciamento, previstas nas alíneas *b)* a *d)* do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 30.º

Áreas verdes

1 — Não é permitida a instalação de suportes e mensagens publicitárias, sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade das áreas verdes de cariz público;

b) Impossibilite ou dificulte a conservação das áreas verdes.

2 — As restrições elencadas no número anterior são também aplicáveis à afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial não sujeitas a licenciamento, previstas nas alíneas b) a d) do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 31.º

Ambiente

1 — É interdita a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e a colocação de suportes publicitários, quando estes afetem a estética e o ambiente dos lugares ou da paisagem ou causem danos a terceiros.

2 — Não pode, igualmente, ser licenciada a instalação, afixação ou inscrição de mensagens publicitárias sempre que se pretenda colocar:

- a) Em placas toponímicas e números de polícia;
- b) Em sinais de trânsito, semáforos e sinalização de caráter temporário de obras.

3 — As restrições elencadas nos números anteriores são também aplicáveis à afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial não sujeitas a licenciamento, previstas nas alíneas b) a d) do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 32.º

Tipos e Planos

1 — A afixação, inscrição de mensagens publicitárias e a colocação de suportes publicitários, quando careçam ou não de licenciamento, poderá ficar sujeita a tipos e planos aprovados pela Câmara Municipal.

2 — Sempre que estejam estabelecidos tipos e planos para determinada área do território municipal, as disposições do presente regulamento são de aplicação complementar.

3 — A Câmara Municipal pode definir um projeto de utilização do espaço público, estabelecendo os locais onde se poderão instalar elementos de publicidade, bem como as características, formais e funcionais, a que deverão obedecer.

CAPÍTULO IV

Critérios e obrigações específicas

Artigo 33.º

Critérios de instalação de painéis (outdoors)

1 — A estrutura de suporte dos painéis deve ser metálica, e na cor mais adequada ao ambiente e estética do local, devendo ser afixado na mesma, no seu canto inferior esquerdo, o respetivo número de licença e a identidade do seu titular.

2 — A estrutura não pode, em caso algum, manter-se no local sem mensagem por período superior a 10 dias úteis.

3 — Os painéis devem ter as seguintes dimensões, salvo se não for posto em causa o ambiente e a estética dos locais pretendidos:

- a) 2,40 m de comprimento por 1,70 m de altura;
- b) 4 m de comprimento por 3 m de altura;
- c) 8 m de comprimento por 3 m de altura;
- d) 9 m de comprimento por 4 m de altura.

4 — Os painéis fixados diretamente no solo, deverão ter uma distância entre a moldura e o solo não inferior a 2,40 m.

5 — Nas vias municipais e arruamentos a distância do painel (outdoor) ao lancil deve ser igual ou superior a 5 m, contada do seu exterior, ou, na sua inexistência, da respetiva berma.

6 — No caso de vias nacionais a distância do painel (outdoor) ao lancil deve ser igual ou superior a 10 m, contada do seu exterior, ou, na sua inexistência, da respetiva berma.

Artigo 34.º

CrITÉRIOS de instalação de mupis e anúncios eletrónicos, luminosos e iluminados

1 — O licenciamento de mupis ou outros anúncios eletrónicos similares será sempre precedido de hasta ou concurso público para atribuição de locais destinados à sua instalação.

2 — A superfície do passeio onde são instalados os mupis e anúncios eletrónicos não deverá ser alterada.

3 — Na colocação de mupis deverá ficar garantido um corredor pedonal de largura igual ou superior a 2 m, em relação à maior largura do suporte informativo, contados:

- a) A partir do rebordo exterior do lancil, em passeios e caldeiras;
- b) A partir do limite interior, ou balanço do respetivo elemento mais próximo da fachada do estabelecimento, em passeios e caldeiras.

4 — A colocação de mupis não pode dificultar o acesso a estabelecimentos ou edifícios em geral, localizando-se a uma distância não inferior a 2 m das respetivas entradas.

5 — Os anúncios luminosos poderão ser de face única (colocados diretamente nas fachadas dos edifícios e não excedendo a sua dimensão), de dupla face, aplicados perpendicularmente à fachada dos edifícios e denominados de “bandeira” ou executados em tubo de néon à vista, desenhando letras afixadas em paramentos dos edifícios.

6 — Os anúncios luminosos estão sujeitos às seguintes limitações:

- a) Não podem exceder o balanço total de 2 m;
- b) As suas dimensões não poderão ser superiores à fachada;
- c) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio, não pode ser inferior a 2,60 m.

7 — Pode admitir-se a instalação de anúncio luminoso de “bandeira” em fachadas sobre arruamentos que não disponham de berma ou passeio, desde que a distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não seja inferior a 3 m.

8 — Os anúncios eletrónicos e iluminados deverão ser colocados diretamente nas fachadas dos edifícios, mas não poderão exceder a saliência de 0,50 m, contando com o elemento que os ilumina.

9 — A distância entre o solo e a parte inferior dos anúncios eletrónicos e iluminados não pode ser inferior a 2,60 m.

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

11 — Salvo casos devidamente justificados, os anúncios publicitários eletrónicos, luminosos e iluminados não devem sobrepor-se a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos de interesse arquitetónico ou decorativo.

12 — Os anúncios publicitários eletrónicos, luminosos e iluminados deverão obedecer a regras de estrita sobriedade e relação de escala com as edificações, a fim de não se tornarem obstrutivos da arquitetura e da paisagem urbana.

13 — Os critérios elencados nos números anteriores são também aplicáveis à afixação de mensagens publicitárias de natureza comercial, não sujeitas a licenciamento, em mupis e anúncios eletrónicos, luminosos e iluminados, previstas nas alíneas *b)* a *d)* do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento, sendo que terá de existir seguro de responsabilidade civil que abranja os suportes publicitários em análise.

Artigo 35.º

Condições de licenciamento e instalação de colunas publicitárias

1 — O licenciamento de colunas publicitárias será sempre precedido de hasta ou concurso público para atribuição de locais destinados à sua instalação.

2 — As colunas publicitárias (eletrónicas ou não) poderão somente ser instaladas em espaços amplos, como sejam praças e largos, sendo licenciáveis em passeios de largura superior a 6 metros.

3 — A superfície do passeio onde são instaladas as colunas publicitárias não deverá ser alterada.

4 — Os critérios elencados nos números anteriores são também aplicáveis à afixação/ inscrição/difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial, não sujeitas a licenciamento, em colunas publicitárias, previstas nas alíneas b) a d) do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 36.º

Cavaletes anunciadores e congéneres

É permitida a instalação de cavaletes anunciadores e dispositivos semelhantes, nos termos previstos no Regulamento de Ocupação do Espaço Público do Município de Albufeira.

Artigo 37.º

Mensagens publicitárias em esplanadas

A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em esplanada não está sujeita a licenciamento, mas 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 nas costas das cadeiras e nas abas pendentes dos guarda-sóis, com as dimensões máximas de 0,20 m por 0,10 m por cada nome ou logótipo.

Artigo 38.º

Condições de licenciamento e instalação de bandeirolas e pendões

1 — As bandeirolas e semelhantes só podem ser colocadas em posição perpendicular à via pública, no lado interior do poste, e deverão permanecer oscilantes.

2 — A dimensão máxima das bandeirolas é de 0,60 m de comprimento e 1 m de altura.

3 — Na instalação das bandeirolas e pendões, a distância mínima da sua parte inferior ao solo não poderá ser inferior a 3 metros.

4 — A distância entre o bordo exterior de cada bandeirola e o imóvel mais próximo não poderá ser inferior a 3 metros.

5 — Poderão somente ser autorizadas bandeirolas e pendões no âmbito de eventos festivos e religiosos de iniciativa pública ou promovidos ou patrocinados por quaisquer entidades desde que em colaboração com o Município, assim como no âmbito de estabelecimentos de prestação de serviços, com exceção da restauração e bebidas.

6 — Os critérios elencados nos números anteriores são também aplicáveis à instalação de bandeirolas e pendões não sujeitas a licenciamento, previstas nas alíneas b) a d) do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 39.º

Condições de licenciamento e instalação de faixas

1 — É proibida a instalação de faixas anunciadoras, salvo para efeitos de apoio a eventos promovidos por entidades públicas ou promovidos ou patrocinados por quaisquer entidades desde que em colaboração com o Município.

2 — Em caso algum a instalação de faixas poderá constituir perigo para a circulação pedonal e rodoviária.

3 — Os critérios elencados nos números anteriores são também aplicáveis à instalação de faixas não sujeitas a licenciamento, previstas nas alíneas b) a d) do n.º 1 do artigo 5.º do presente regulamento.

Artigo 40.º

Instalação de cartazes, dísticos colantes e congéneres

É proibida a instalação no espaço público, ou dele visível, de quaisquer cartazes, dísticos colantes e congéneres.

Artigo 41.º

Distribuição de panfletos na via pública

É proibida a distribuição de panfletos na via pública.

Artigo 42.º

Princípios reguladores da publicidade em edifícios

A instalação de publicidade em edifícios, visível da via pública, carecendo ou não de licenciamento, só poderá ocorrer quando se integrar harmoniosamente na arquitetura do imóvel, considerando-se a composição, a escala, a forma e as cores da mensagem.

Artigo 43.º

Publicidade instalada em telhados, coberturas ou terraços, visível da via pública, licenciada ou não sujeita a licenciamento

1 — A instalação em telhados, coberturas ou terraços, de publicidade referente a estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços, ou outros que não os destinados a habitação ou a equipamentos de utilização coletiva, deverá ser constituída por elementos individualizados, designadamente, letras, símbolos ou figuras recortadas, sendo admitidos elementos luminosos ou iluminados.

2 — Salvo os casos em que os estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços, ou outros que não os destinados a habitação ou a equipamentos de utilização coletiva, estejam instalados em piso superior, é proibida a instalação de publicidade em terraços localizados acima do piso térreo.

3 — A altura máxima dos dispositivos publicitários a instalar em telhados, coberturas ou terraços dos edifícios não deve, em qualquer caso, ter uma altura superior a 5 m.

Artigo 44.º

Condições de instalação de Palas, visíveis da via pública, sujeitas ou não a licenciamento

1 — As palas a instalar nos pisos térreos dos edifícios não podem sobrepor-se a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo.

2 — As palas não devem exceder o limite lateral dos estabelecimentos, nem um balanço de 0,50 m em relação à fachada.

3 — A instalação de palas deve fazer-se, regra geral, a uma distância do solo igual ou superior a 2,60 m.

4 — Excetuam-se dos números 2 e 3 do presente artigo os casos em que os projetos submetidos a aprovação sejam de qualidade arquitetónica evidente, ao nível do desenho, materiais

propostos, soluções construtivas e ao nível da integração da pala no edifício, situações em que outras medidas poderão ser consideradas.

Artigo 45.º

Condições de instalação de toldos, visíveis da via pública, sujeitos ou não a licenciamento

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

- a) Em passeio de largura superior a 2 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,50 m em relação ao limite externo do passeio;
- b) Em passeio de largura inferior a 2 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,30 m em relação ao limite externo do passeio;
- c) Observar uma distância do solo igual ou superior a 2,50 m, mas nunca acima do nível do teto do estabelecimento comercial a que pertença;
- d) Não exceder um avanço superior a 3 m, mas, entre toldos frontais, deverá salvaguardar-se um afastamento de 2,50 m, ficando os toldos, no máximo, a 1,25 m do eixo da via;
- e) Não exceder os limites laterais das instalações pertencentes ao respetivo estabelecimento;
- f) O limite inferior de uma sanefa deve observar uma distância do solo igual ou superior a 2,10 m,
- g) Não se sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo.

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

3 — O toldo e a respetiva sanefa serão em material não rígido, retrátil, de cor clara, uniforme por rua ou praça.

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

5 — A ocupação da via pública com um toldo é unicamente possível durante o horário de funcionamento praticado pelo estabelecimento a que está associado.

Artigo 46.º

Condições de instalação de Letreiros/placas, chapas, visíveis da via pública, sujeitas ou não a licenciamento

1 — Os letreiros/placas a instalar nos pisos térreos dos edifícios devem ser em letras ou símbolos, soltos ou recortados e não podem sobrepor-se a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo.

2 — A instalação de chapas destina-se exclusivamente a assinalar escritórios, consultórios médicos e outras atividades similares, devendo aquelas possuir uma espessura máxima de 0,05 m.

Artigo 47.º

Dimensões e distâncias a observar na instalação de Letreiros/placas, visíveis da via pública, sujeitas ou não a licenciamento

1 — Os letreiros/placas não devem exceder o limite lateral dos estabelecimentos, nem um balanço de 0,10 m em relação à fachada.

2 — A instalação deve fazer-se a uma distância do solo igual ou superior a 2 m e nunca acima do nível do teto do estabelecimento a que pertençam, salvo casos devidamente fundamentados.

3 — Excetuam-se dos números 1 e 2 do presente artigo, os casos em que os projetos submetidos a aprovação sejam de qualidade arquitetónica evidente, ao nível do desenho, materiais propostos, soluções construtivas e ao nível da integração da pala no edifício, situações em que outras medidas poderão ser consideradas.

Artigo 48.º

Condições de instalação de dispositivos biface/tabuletas, visíveis da via pública, sujeitas ou não a licenciamento

1 — Salvo casos excepcionais devidamente fundamentados, designadamente em edifícios de gaveto, só será autorizada a instalação de uma tabuleta/dispositivo biface por cada fração autónoma.

2 — Em cada edifício, deverá procurar-se que as tabuletas/dispositivos biface tenham todos o mesmo tamanho e que a sua instalação defina um alinhamento, deixando entre si distâncias regulares.

Artigo 49.º

Dimensões a observar na instalação de dispositivos biface/tabuletas, visíveis da via pública, sujeitas ou não a licenciamento

1 — Os dispositivos biface/tabuleta não poderão exceder o balanço de 1,50 m em relação ao plano marginal do edifício.

2 — A espessura dos dispositivos biface/tabuleta não deve exceder 0,03 m, salvo casos devidamente justificados.

3 — Excetuam-se dos números 1 e 2 do presente artigo os casos em que os projetos submetidos a aprovação sejam de qualidade arquitetónica evidente, ao nível do desenho, materiais propostos, soluções construtivas e ao nível da integração da pala no edifício, situações em que outras medidas poderão ser consideradas.

Artigo 50.º

Distâncias

1 — O limite inferior dos dispositivos biface/tabuletas não deve distar menos de 2,60 m do solo.

2 — A distância entre o bordo exterior do dispositivo biface 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.

3 — Em caso de ruas sem passeio, a instalação não pode exceder o balanço de 0,20 m em relação ao plano marginal do edifício.

4 — A distância entre dispositivos biface não pode ser inferior a 3 m.

Artigo 51.º

Publicidade em empenas ou fachadas laterais cegas, visíveis da via pública, sujeitas ou não a licenciamento

1 — A instalação de publicidade em empenas ou fachadas laterais cegas deve obedecer, cumulativamente, às seguintes condições:

a) Os dispositivos, formas ou suportes coincidam ou se justaponham, total ou parcialmente, aos contornos das paredes exteriores dos edifícios;

b) O motivo publicitário a instalar seja constituído por uma única composição, não sendo assim admitida mais de uma licença por local ou empena;

c) As mensagens publicitárias e os suportes respetivos não excedam os limites físicos das empenas que lhes servem de suporte;

d) O limite inferior dos dispositivos publicitários instalados em empenas ou fachadas, deve observar a altura mínima de 2,5 m ao passeio ou solo.

2 — Na instalação de telas/lonas publicitárias em prédios com obras em curso devem observar-se as seguintes condições:

a) Têm de ficar recuadas em relação ao tapume de proteção;

b) Só poderão permanecer no local enquanto decorrerem os trabalhos, sendo que, se os trabalhos forem interrompidos por um período superior a 30 dias, deverão ser removidas.

3 — Poderá ser exigida a prestação de caução, de montante equivalente ao valor necessário para repor a situação original.

Artigo 52.º

Unidades móveis publicitárias e publicidade em veículos automóveis e outros

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em unidades móveis publicitárias, veículos automóveis, transportes coletivos ou outros meios de locomoção que circulem na área do município, carece de licenciamento.

2 — Para efeitos do presente regulamento, não constitui mensagem publicitária, nas unidades móveis referidas no número anterior, a afixação ou inscrição do nome, firma ou denominação social da empresa anunciante.

3 — No seu conjunto, a unidade móvel de publicidade não poderá ter um comprimento superior a 10 metros lineares.

4 — A publicidade inscrita nos meios de locomoção previstos no presente artigo não poderá constituir perigo para a segurança de pessoas e bens, devendo limitar-se ao mínimo essencial, de forma a não desviar a atenção dos outros condutores, assim como não pode sobrepor-se ou cobrir as superfícies transparentes dos veículos, nomeadamente portas e janelas, com exceção do vidro da retaguarda.

5 — As unidades móveis publicitárias não podem permanecer estacionadas no mesmo local por um período superior a 3 horas, exceto se estiverem enquadradas em campanhas publicitárias de rua, nos termos do presente regulamento.

6 — As unidades móveis publicitárias, veículos automóveis, transportes coletivos, táxis e outros meios de locomoção que sejam emissores de som, devem cumprir com as disposições aplicáveis constantes no artigo 56.º do presente regulamento.

7 — A publicidade por inscrição, afixação ou difusão de mensagens em unidades móveis publicitárias, será taxada pelas dimensões das inscrições, nos termos do previsto no Regulamento de Taxas e Outras Receitas do Município de Albufeira.

8 — O licenciamento é concedido pela Câmara Municipal de Albufeira sempre que o proprietário ou possuidor do veículo tenha residência, sede, delegação ou qualquer forma de representação neste município.

Artigo 53.º

Condições de instalação de publicidade aérea

Na publicidade em transportes aéreos não pode ser licenciada a inscrição, afixação ou transporte de dispositivos publicitários afetos a meios ou suportes aéreos que invadam zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas, nomeadamente aquelas a que se refere o Decreto-Lei n.º 48542, de 24 de agosto de 1968, exceto se o pedido de licenciamento for acompanhado de autorização prévia e expressa da entidade com jurisdição sobre esses espaços.

Artigo 54.º

Condições de instalação de publicidade em transportes aéreos

Na publicidade em transportes aéreos não poderá ser utilizada publicidade sonora, nem é permitida a projeção ou lançamento de panfletos ou de quaisquer outros produtos através de ações ou meios de transporte aéreos.

Artigo 55.º

Condições de instalação dos dispositivos publicitários aéreos cativos

1 — Serão observados os princípios e as condições gerais de ocupação do espaço público, relativamente aos meios de apoio aos dispositivos publicitários aéreos cativos, instalados no solo.

2 — Os meios aqui referidos apenas poderão ser utilizados como integrantes de campanhas publicitárias e com as respetivas restrições decorrentes da aplicação das normas deste regulamento sobre campanhas publicitárias de rua.

Artigo 56.º

Publicidade sonora, audível da via pública

1 — Regra geral, é permitida a publicidade sonora, desde que em respeito pelos limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas temporárias ou permanentes, cujo objetivo imediato seja atrair ou reter a atenção do público.

2 — O exercício da atividade publicitária sonora está condicionado à observação das seguintes condições:

- a) Apenas pode ocorrer no período compreendido entre as 9 e as 20 horas;
- b) Não é autorizada por períodos superiores a cinco dias úteis, não prorrogáveis, por trimestre e por entidade;
- c) Caso a publicidade sonora seja produzida por uma unidade móvel publicitária, esta não pode estacionar dentro dos aglomerados urbanos, salvo se tiver o equipamento de som desligado;
- d) Apenas pode ocorrer a uma distância mínima de 300 m de edifícios escolares, durante o seu horário de funcionamento, de hospitais, cemitérios e locais de culto.

Artigo 57.º

Campanhas publicitárias de rua

1 — As diferentes formas de publicidade, enquadradas neste âmbito, têm como características comuns a dinâmica dos processos, a mobilidade dos meios promocionais envolvidos e também o facto de promoverem a distribuição de produtos ou bens, a partir do espaço público.

2 — A realização de campanhas publicitárias de rua só poderá ocorrer quando for observado o disposto nos artigos 22.º a 32.º do presente regulamento.

3 — É obrigatória a remoção de todos os invólucros de produtos ou quaisquer outros resíduos resultantes de cada campanha, abandonados no espaço público, num raio de 100 m em redor dos locais de distribuição, pelo que, no final de cada dia e de cada campanha, não poderão existir quaisquer vestígios da ação publicitária ali desenvolvida.

4 — Nas faixas de circulação rodoviária é interdita a distribuição de produtos ou outras ações promocionais de natureza comercial.

5 — Os locais requeridos para o decurso da ação terão de se situar as distâncias superiores a 20 m de semáforos, cruzamentos e entroncamentos, alinhamentos das passadeiras para peões, acessos aos transportes públicos e similares.

6 — Não é permitida a distribuição de produtos ou outras ações promocionais de natureza comercial, através de ações ou meios de transporte marítimos, aéreos ou terrestres.

7 — O período máximo autorizado para cada campanha de distribuição de produtos ou outras ações promocionais de natureza comercial é de três dias, não prorrogável, em cada mês e para cada entidade.

8 — A existência de promotor de estabelecimento, considerando-se como ação promocional de natureza comercial, não sujeita a licenciamento, somente é possível no âmbito dos estabelecimentos de restauração e de bebidas, se for unicamente um elemento, confinado à área de via pública autorizada, para esplanada aberta, e associado ao estabelecimento respetivo (no seu interior), com vínculo laboral ao mesmo, devendo o promotor encontrar-se devidamente identificado, com placa com o seu nome e o do estabelecimento.

9 — É proibido a existência de qualquer tipo de angariador.

Artigo 58.º

Publicidade em estacionamento privado

1 — A inscrição de mensagens publicitárias (pintadas) em lugares de estacionamento privado, visíveis do domínio público, está sujeita a licenciamento prévio e deve observar os seguintes requisitos:

- a) Deve ser feita no centro da sua superfície;
- b) Não exceder a dimensão de 0,30 m por 0,40 m;
- c) A mensagem deve ser monocromática.

2 — A inscrição de mensagens publicitárias pintadas em bancadas de estádios ou outros equipamentos desportivos e culturais, visíveis do domínio público, está sujeita a licenciamento prévio.

CAPÍTULO V

Fiscalização e regime sancionatório

Artigo 59.º

Remoção

1 — Em caso de caducidade, de revogação ou cancelamento da licença, deve o respetivo titular proceder à remoção do suporte publicitário instalado ou à eliminação da mensagem publicitária, até ao termo do prazo de validade, ou no prazo de 10 dias, após notificado para o efeito pela Câmara Municipal.

2 — Em caso de inexistência de licença, de desrespeito pelos condicionalismos fixados na mesma ou quando for verificado existir perigo para a segurança de pessoas e bens, a Câmara Municipal poderá proceder à remoção dos meios ou suportes utilizados, ou à eliminação da mensagem publicitária, sem prévia notificação do seu titular, e sem prejuízo da aplicação de coima e das sanções acessórias a que haja lugar.

3 — Caso a publicidade isenta de licenciamento não obedeça aos critérios e obrigações previstas no presente regulamento, quanto à afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, a Câmara Municipal poderá proceder à remoção dos meios ou suportes utilizados, ou à eliminação da mensagem publicitária, sem prévia notificação do seu titular, e sem prejuízo da aplicação de coima e das sanções acessórias a que haja lugar.

4 — A Câmara Municipal, não optando pelo procedimento fixado nos números 2 e 3, notificará o infrator para, em 10 dias, proceder à remoção dos meios ou suportes utilizados, ou à eliminação da mensagem publicitária.

5 — Quando o titular da licença não proceda à remoção conforme o disposto nos números 1 e 4 do presente artigo, a Câmara Municipal procederá à mesma, sem prejuízo da aplicação de coima e das sanções acessórias a que haja lugar.

6 — Sempre que a Câmara Municipal proceda em conformidade com o estipulado nos números 2, 3 e 5 do presente artigo, os infratores são responsáveis por todas as despesas efetuadas.

7 — A Câmara Municipal de Albufeira não é responsável por quaisquer danos que possam advir da remoção de suportes publicitários instalados ou da eliminação da mensagem publicitária.

8 — A remoção dos meios ou suportes utilizados, ou a eliminação da mensagem publicitária, efetuada pelo seu titular, deverá ser complementada com a necessária limpeza do local, de modo a repor as condições existentes à data de emissão da licença.

Artigo 60.º

Posse administrativa

1 — Quando necessário para a operação de remoção de suportes publicitários instalados ou de eliminação da mensagem publicitária, designadamente para garantir o acesso de funcionários

e máquinas ao local, a Câmara Municipal pode tomar posse administrativa, salvo quando se tratar de acesso ao domicílio.

2 — O ato administrativo que tiver determinado a posse administrativa será obrigatoriamente notificado aos titulares de direitos reais sobre o prédio.

3 — A posse administrativa terá lugar mediante a elaboração do respetivo auto, o qual identificará o prédio, os titulares conhecidos de direitos reais sobre o mesmo, a data do ato administrativo que determinou a posse e a descrição sumária dos meios de publicidade em causa e das construções existentes.

4 — A posse administrativa manter-se-á durante todo o período em que decorrerem os trabalhos de remoção, caducando automaticamente após o termo da operação.

Artigo 61.º

Depósito

1 — Sempre que a Câmara Municipal de Albufeira proceda à remoção de suportes publicitários nos termos do artigo 59.º do presente regulamento, deverão os respetivos interessados, nos 10 dias subsequentes à data da notificação para o efeito, proceder ao levantamento do material nas instalações do Município.

2 — Não procedendo o interessado ao levantamento do material removido no prazo estipulado no artigo anterior, deverá o mesmo ficar sujeito a uma compensação diária de 5 euros/ m², a título de depósito.

3 — Se o levantamento do material removido não for efetuado no prazo de 90 dias, a contar da data da notificação para o efeito, considerar-se-á aquele perdido a favor do município, devendo a Câmara Municipal de Albufeira deliberar expressamente a sua aceitação, após a devida avaliação patrimonial.

4 — Para levantamento do material removido, nos termos do presente regulamento, em caso do não cumprimento do prazo mencionado no n.º 1, deverá o interessado apresentar comprovativo do pagamento da compensação devida.

Artigo 62.º

Taxas

1 — Pelas licenças de publicidade ou pela sua renovação, são devidas taxas, conforme o disposto na Tabela de Taxas e Outras Receitas do Município de Albufeira.

2 — As taxas são devidas no momento do deferimento do pedido de licenciamento e serão liquidadas antes do levantamento do alvará do licenciamento.

3 — No caso da renovação, a Câmara Municipal procederá à emissão de um aviso de pagamento, o qual deverá ser liquidado nos meses de janeiro a abril de cada ano.

4 — Salvo disposição legal em contrário, as entidades legalmente isentas do pagamento de taxas não estão isentas do licenciamento a que se refere o presente regulamento.

Artigo 63.º

Fiscalização

1 — A competência para a fiscalização do cumprimento do presente Regulamento pertence à Câmara Municipal de Albufeira.

2 — O disposto no número anterior não prejudica a competência fiscalizadora das demais entidades nos termos da lei.

3 — As entidades mencionadas nos números anteriores podem acionar as medidas cautelares que entenderem convenientes e necessárias para impedir o desaparecimento de provas.



Artigo 64.º

Contraordenações e coimas

1 — Sem prejuízo de eventual responsabilidade civil ou criminal, a violação de qualquer norma do presente regulamento constitui contraordenação, punida com coima de €500 a €3500, tratando-se de pessoa singular, ou até €7000, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva.

2 — A tentativa e a negligência são sempre puníveis.

Artigo 65.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:

- a) Perda de objetos pertencentes ao agente e utilizados na prática da infração;
- b) Suspensão da licença;
- c) Encerramento do estabelecimento, quando a contra ordenação tenha sido praticada por causa do funcionamento do mesmo;
- d) Proibição de realizar publicidade no município de Albufeira até 2 anos, quando o agente praticar a contra ordenação com flagrante e grave abuso da função que exerce ou com manifesta e grave violação dos deveres que lhe são inerentes.

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

Artigo 66.º

Responsável pela contraordenação

1 — São considerados infratores, para efeitos de punição como agentes das contra ordenações previstas no presente regulamento, o anunciante, a agência publicitária ou outra entidade que exerça a atividade publicitária, o titular do suporte publicitário ou o respetivo concessionário, assim como o proprietário ou possuidor do prédio onde a publicidade tenha sido instalada, afixada ou inscrita, se tiver consentido expressamente na mesma.

2 — Os infratores a que se refere o número anterior são solidariamente responsáveis pelos prejuízos causados a terceiros, incluindo os emergentes da remoção, demolição ou reposição da situação anterior.

Artigo 67.º

Aplicação das coimas e das sanções acessórias

1 — A competência para determinar a instauração dos processos de contraordenação, para designar o instrutor e para aplicar as coimas, pertence ao presidente da Câmara Municipal, podendo ser delegada em vereador.

2 — O produto das coimas reverte a favor da Câmara Municipal de Albufeira.

CAPÍTULO VI

Disposições finais

Artigo 68.º

Casos omissos

Quaisquer dúvidas ou omissões que possam surgir na interpretação e aplicação do presente regulamento serão resolvidas pelo Município de Albufeira, de acordo com as regras de interpretação e integração de lacunas previstas no Código Civil.



Artigo 69.º

Norma revogatória

É revogado o Regulamento de Publicidade da Câmara Municipal de Albufeira em vigor e todas as disposições municipais contrárias ao presente regulamento.

Artigo 70.º

Entrada em vigor

1 — O presente regulamento entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação, aplicando-se aos processos iniciados após a sua entrada em vigor e aos processos que, embora impulsionados em momento anterior, não tenham sido ainda objeto de decisão.

2 — As mensagens publicitárias/suportes já licenciados ou afixados à data da entrada em vigor do presente regulamento, ficam abrangidos pelas condições gerais e específicas nele constantes.

312996843