

Regulamento de Publicidade e Propaganda do Município de Portimão

Preâmbulo

Estabelece a Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, no artigo 1.º, n.º 2, que, sem prejuízo de intervenção necessária de outras entidades, compete às câmaras municipais, para salvaguarda do equilíbrio urbano e ambiental, e da gestão dos espaços públicos, a definição dos critérios de licenciamento aplicáveis na área do respectivo concelho, devendo a afixação ou inscrição das mensagens publicitárias de natureza comercial obedecer às regras gerais sobre a publicidade, dependendo do licenciamento prévio das autoridades competentes.

Nas sociedades modernas, a actividade publicitária assume cada vez maior relevância, dado que o consumo é cada vez mais determinado pelo fenómeno publicitário. Confirmando a importância desta realidade social, foi publicado o Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, alvo de alterações posteriores.

A regulamentação municipal sobre a publicidade encontra-se bastante desactualizada, existindo um desfasamento face às novas formas de publicidade, quer enquanto instrumento da actividade económica quer enquanto instrumento de actividade cultural, tornando-se necessário proceder a uma nova regulamentação neste domínio. Impõe-se, assim, a elaboração do Regulamento de Publicidade e de Propaganda, dado ser premente criar regras relativas à afixação e inscrição de mensagens de publicidade e de propaganda que, em última instância, possibilitem um equilíbrio entre estas actividades e o interesse público, no respeito de factores importantes como a estética, o enquadramento urbanístico e ambiental e ainda a segurança.

Nos termos das disposições conjugadas dos artigos 53.º, n.º 2, alínea a), e 64.º, n.º 6, alínea a), da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, na redacção da Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro, compete à Câmara Municipal elaborar propostas de regulamentos a submeter

à aprovação da Assembleia Municipal.

Assim, ao abrigo do disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, em conjugação com a alínea a) do n.º 6 do artigo 64.º e alínea a) do n.º 2 do artigo 53.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, na redacção da Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro, e tendo em vista o estabelecido no artigo 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto,

elaborou-se o presente Regulamento, o qual foi submetido à apreciação pública, nos termos do disposto no artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 1.º

Aprovação

É aprovado o Regulamento de Publicidade e Propaganda do Município de Portimão, em anexo.

Artigo 2.º

Competência da Portimão Urbis SGRU — Sociedade de Gestão e Reabilitação Urbana EM SA

1 — Nos termos do artigo 7.º do Regulamento de Publicidade e Propaganda do Município de Portimão e do artigo 17.º da Lei n.º 53-F/2006, de 29 de Dezembro, são delegadas as seguintes competências relativas à gestão da Publicidade e Propaganda no Município de Portimão:

a) Na Portimão Urbis SGRU EM SA:

i. A gestão corrente da totalidade dos meios de Publicidade tutelados pela Câmara Municipal de Portimão e pelas Empresas Municipais;

ii. O desenvolvimento e exploração de um sistema de suportes publicitários, que tenha um efeito ordenador da publicidade comercial, em locais e quantidade a aprovar pela Câmara Municipal de Portimão;

iii. A verificação da conformidade dos elementos que integram o pedido de licenciamento de Publicidade com o normativo estabelecido no Regulamento de Publicidade e Propaganda do Município de Portimão;

iv. A autoridade administrativa para o exercício das acções de fiscalização.

b) No Conselho de Administração da Portimão Urbis SGRU EM SA, com a faculdade de subdelegar, o poder de instaurar processos de contra-ordenação por infracções ao Regulamento de Publicidade e Propaganda do Município de Portimão, bem como de aplicar as coimas previstas no mesmo.

Artigo 3.º

Contrapartidas e obrigações do Município

1 — As taxas de Publicidade do Município de Portimão são receitas próprias deste Município.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, é atribuído à Portimão Urbis SGRU EM SA, o valor total da receita anual apurada, resultante das taxas cobradas, proveniente da exploração da totalidade da actividade publicitária e de propaganda.

3 — O Município transferirá para a Portimão Urbis SGRU EM SA o produto proveniente da aplicação das coimas por violação do Regulamento de Publicidade de Portimão.

4 — O Município atribuirá à Portimão Urbis SGRU EM SA a compensação financeira resultante de isenções de taxas por ele concedidas.

Artigo 4.º

Entrada em vigor

O Regulamento de Publicidade e Propaganda do Município de Portimão entra em vigor 15 dias após a sua publicação no *Diário da República*.

Regulamento de Publicidade e Propaganda do Município de Portimão

CAPÍTULO I

Âmbito

Artigo 1.º

Lei habilitante

O processo de licenciamento de mensagens publicitárias e a afixação de mensagens de propaganda previsto na Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto e no Decreto-Lei n.º 330/90, de

23 de Outubro, com as sucessivas alterações, rege-se na área do Município de Portimão, pelo presente Regulamento.

Artigo 2.º

Âmbito territorial e material

- 1 — O presente Regulamento aplica-se a toda a área do concelho de Portimão.
- 2 — O Regulamento é aplicável a qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou literal, com o objectivo de promover o fornecimento de bens ou serviços, incluindo direitos e obrigações, e ainda à inscrição ou afixação de mensagens de propaganda política, eleitoral, religiosa e sindical.
- 3 — Considera-se publicidade qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, sem prejuízo do disposto no número seguinte.
- 4 — Está excluída do âmbito de aplicação deste Regulamento:
 - a) A afixação de mensagens sem fins comerciais;
 - b) A publicidade adjudicada em concurso público ou em regime de concessão pela Câmara Municipal de Portimão;
 - c) As mensagens e dizeres divulgados através de éditos, notificações e demais formas de sensibilização que se relacionem, directa ou indirectamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;
 - d) A difusão de comunicados, notas oficiosas e demais esclarecimentos que se prendam com a actividade de órgãos de soberania e das administrações central e local.

CAPÍTULO II

Regime de licenciamento da Publicidade

Artigo 3.º

Mensagens publicitárias de natureza comercial

- 1 — Sem prejuízo das regras sobre a utilização do espaço público e do regime jurídico da conservação da natureza e biodiversidade, a afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial não estão sujeitas a licenciamento, a autorização, a autenticação, a validação, a certificação, a atos emitidos na sequência de comunicações prévias com prazo, a registo ou a qualquer outro ato permissivo, nem a mera comunicação prévia nos seguintes casos:
 - a) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e não são visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
 - b) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras 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 — Estão ainda abrangidas pelo disposto na alínea b) do número anterior, as mensagens publicitárias de natureza comercial afixadas ou inscritas em bens imóveis que são o objeto da própria transação publicitada e ainda no caso das mensagens publicitárias de natureza comercial afixadas ou inscritas em viaturas relacionadas com a atividade comercial.

3 — Os critérios de afixação e inscrição de mensagens publicitárias são definidos no presente regulamento e apenas produzem efeitos após a sua divulgação no «Balcão do Empreendedor».

4 — A afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, que não se enquadrem nos números anteriores, seguem o regime geral de licenciamento, não podendo as respetivas pretensões ser submetidas no «Balcão do Empreendedor».

Artigo 4.º

Isenções

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

- a) Os dizeres que resultem de disposição legal;
- b) A indicação da marca, do preço ou da qualidade colocados nos artigos à venda;
- c) Os distintivos de qualquer natureza, destinados a indicar que, nos estabelecimentos onde estejam apostos, se concedem regalias inerentes à utilização de sistemas de créditos ou outros análogos;
- d) Os anúncios respeitantes a serviços de transportes colectivos concedidos;
- e) Os anúncios colocados ou afixados em prédios urbanos com a simples indicação de venda ou arrendamento e ainda os de proibição de afixação de anúncios, sem menção a qualquer marca ou denominação social;
- f) Os anúncios de organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à actividade que prosseguem;
- g) Os anúncios destinados à identificação de serviços públicos de saúde, de símbolo oficial de farmácias e de profissões liberais, desde que especifiquem apenas os titulares, o horário de funcionamento e, quando for caso disso, a especialização;
- h) As referências a patrocinadores de actividades promovidas pela Câmara Municipal ou que esta considere de interesse público, desde que o valor do patrocínio seja superior ao valor da taxa que seria aplicável;
- i) Designação do nome do edifício.

2 — No caso de publicidade, a isenção de licenciamento municipal não dispensa a prévia autorização pelo Município de Portimão para a colocação de mensagens e suportes publicitários.

Artigo 5.º

Definições

1 — Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

- a) Publicidade — qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo, directo ou indirecto, de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, bem como ideias, princípios, iniciativas ou instituições efectuadas na área do município de Portimão, qualquer que seja o meio difusor ou suporte utilizado, à excepção da imprensa, da rádio e da

televisão, incluindo qualquer forma de comunicação da administração pública que tenha por objectivo, directo ou indirecto, promover o fornecimento de bens ou serviços;

b) Actividade publicitária — conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que afectem as referidas operações;

c) Anunciante — a pessoa singular ou colectiva no interesse de quem se realiza a publicidade;

d) Profissional ou agência de publicidade — pessoa singular que exerce a actividade publicitária ou pessoa colectiva cuja actividade tenha por objecto o exercício da actividade publicitária;

e) Suporte publicitário — meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária;

f) Destinatário — pessoa singular ou colectiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que, por ela, de qualquer forma, seja atingida;

g) Anúncio — mensagem publicitária transmitida em suporte;

h) Anúncio ou reclamo electrónicos — sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens e ou com possibilidade de ligação a circuitos de televisão e vídeo;

i) Anúncio iluminado — suporte sobre o qual se faça incidir, intencionalmente, uma fonte de luz;

j) Anúncio luminoso — suporte que emita luz própria;

k) Bandeirola — suporte oscilante afixado perpendicularmente em estrutura própria;

l) Bandeira — suporte não luminoso de tecido, pano ou outro material semelhante, que contém mensagens publicitárias na(s) face(s);

m) Balão, insuflável, blimp, zeppelin e semelhantes — suportes que, para a sua exposição no ar, careçam de gás, podendo estabelecer-se a ligação ao solo por elementos de fixação;

n) Letras soltas ou símbolos — suportes publicitários aplicados directamente nas fachadas dos edifícios, constituídos pelo conjunto formado por suportes não luminosos e individuais para cada letra ou símbolo;

o) Mupi — tipo de mobiliário urbano destinado a publicidade, podendo conter também informação;

p) Painel (outdoor) — suporte constituído por moldura com estrutura própria, fixada directamente ao solo;

q) Placa — suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível, na fachada, com ou sem emolduramento, e não excedendo, na sua maior dimensão, os limites do respectivo estabelecimento;

r) Tabuleta — suporte não luminoso, não oscilante, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios com mensagens publicitárias na(s) face(s);

s) Publicidade sonora — toda a actividade publicitária que utilize altifalantes ou outra aparelhagem de som para difundir a mensagem publicitária através de emissões directamente na ou para a via pública;

t) Unidades móveis publicitárias, veículos automóveis e outros meios de locomoção — veículos exclusivamente destinados para o exercício da actividade publicitária;

- u) Cartaz — toda a mensagem publicitária, inscrita em papel, tela ou plástico, para afixação;
 - v) Pendão — suporte, oscilante ou não, e respectiva estrutura quando colocado perpendicularmente à via de trânsito, desde que não acesse essa via;
 - w) Publicidade autocolante — mensagem publicitária aplicada directamente sobre vidro, toldos, alpendres e ou vitrinas, podendo formar palavras ou símbolos;
 - x) Empena — parede lateral de um edifício, sem vãos, que confina com propriedade privada;
 - y) Fachada lateral — fachada lateral de um edifício que confina com espaço público ou propriedade municipal, com ou sem janelas;
 - z) Tela, lona ou faixa publicitária — dispositivo de suporte de mensagem publicitária inscrita em tela, afixada nas empenas ou fachadas dos edifícios ou noutros elementos de afixação na via pública;
 - aa) Sinalética vertical publicitária — tipo de equipamento indicador de uma direcção relativa à localização de qualquer actividade.
 - bb) Totem — estrutura de suporte identificadora de qualquer actividade.
- 2 — Na publicidade por meio aéreo ou marítimo considera-se anúncio, a exibição de mensagem publicitária efectuada após cada descolagem ou desatracagem.
- 3 — Todos os instrumentos, veículos ou objectos utilizados para transmitir mensagens publicitárias não incluídas nos números anteriores são, para efeitos do presente Regulamento, considerados outros suportes publicitários.

Artigo 6.º

Publicidade na área de intervenção do espaço urbano URBCOM Portimão [Revogado]

Artigo 7.º

Competência para o licenciamento

A decisão final sobre o pedido de licenciamento da publicidade é da competência da Câmara Municipal de Portimão, com a faculdade de delegação, nos termos da lei, no Presidente da Câmara, de subdelegação nos vereadores e ainda, de delegação nas empresas municipais existentes na área do Município.

Artigo 8.º

Objectivos do licenciamento

O licenciamento deve prosseguir os seguintes objectivos:

- a) Não provocar obstrução de perspectivas panorâmicas, afectar a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem;
- b) Não prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros susceptíveis de serem classificados pelas entidades públicas;
- c) Não causar prejuízos a terceiros;
- d) Não afectar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária;
- e) Não apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os de sinalização de trânsito ou prejudicar a sua visibilidade;

f) Não prejudicar a circulação de peões, em especial com mobilidade reduzida, e de veículos de socorro ou de emergência.

Artigo 8.º - A

Critérios adicionais

1 — De acordo com o n.º 5 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, sempre que exista interesse relevante, podem ser definidos critérios adicionais por outras entidades com jurisdição sobre a área do espaço público a ocupar, nomeadamente:

- a) O Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, I. P.;
- b) A Estradas de Portugal, S. A.;
- c) O Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres, I. P.;
- d) O Turismo de Portugal, I. P.;
- e) O Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, I. P.;
- f) A Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária.

2 — Os critérios adicionais a definir pelas referidas entidades serão publicitados, aquando da respetiva definição, através de edital tornado público pela Câmara Municipal ou pela entidade ou órgão com competência delegada.

Artigo 8.º - B

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) Os imóveis classificados ou em vias de classificação, nomeadamente os de interesse público, nacional ou municipal;
- b) Os 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 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) Faixas de pano, plástico, papel ou outro material semelhante;
- b) Pintura e colagem ou afixação de cartazes nas fachadas dos edifícios ou em qualquer outro mobiliário urbano;
- c) Suportes que excedam a frente do estabelecimento.

3 — A publicidade sonora deve respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas.

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.

Artigo 9.º

Restrições de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico

1 — É proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em locais, edifícios

ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico, nomeadamente:

- a) Imóveis classificados;
- b) Imóveis onde funcionem exclusivamente serviços públicos;
- c) Imóveis que são contemplados com prémios de arquitectura;
- d) Imóveis classificados de interesse municipal;
- e) Monumentos nacionais;
- f) Cemitérios, templos e outros edifícios religiosos;
- g) Árvores e espaços verdes;
- h) Pontes e viadutos.

2 — Exclui-se da proibição do ponto anterior, a afixação de mensagens publicitárias que

se circunscrevam à identificação da(s) actividade(s) exercidas no s imóveis previstos nas alíneas a) a d).

3 — Nas pontes e viadutos, que sirvam para usufruto particular, nomeadamente para a ligação entre empreendimentos turísticos ou similares, ainda que sobre espaços públicos municipais, é permitida a afixação de publicidade que se destine, de modo exclusivo, à autopromoção.

Artigo 10.º

Restrições impostas pela segurança pública e pela circulação de pessoas e veículos

É proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias sempre que prejudique:

- a) A segurança de pessoas ou bens, nomeadamente a circulação rodoviária;
- b) A iluminação pública;
- c) A visibilidade de placas toponímicas, semáforos, sinais de trânsito e placas de informação institucional, com cariz municipal ou não;
- d) A circulação dos peões, especialmente dos com mobilidade reduzida;
- e) A circulação de veículos, em virtude das inscrições, formatos ou cores utilizadas e a localização dos respectivos suportes, poderem induzir em erro os condutores.

Artigo 11.º

Restrições estéticas e ambientais

1 — É proibida a afixação, inscrição ou distribuição de mensagens publicitárias que, por si só ou através dos meios ou suportes que utilizam, afectem a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem, ou causem danos a terceiros, nomeadamente:

- a) Inscrição e pinturas murais ou afins, em bens afectos ao domínio público ou privado, que não pertençam ao autor da mensagem, ao titular desses direitos ou a quem dela resulte identificável;
- b) Faixas de pano, plástico, papel ou outro material semelhante que atravessem a via pública;
- c) Cartazes ou afins, fixados sem suporte autorizado, através de colagem ou outros meios semelhantes;
- d) Meios ou suportes, que afectem a salubridade dos espaços públicos;
- e) Floreiras, marcos de correio e cabinas telefónicas, com excepção de publicidade da entidade proprietária;
- f) Suportes situados nos passeios, que excedam a frente do estabelecimento.

2 — É proibida a utilização, em qualquer caso, de materiais não biodegradáveis na afixação e inscrição de mensagens de publicidade.

Artigo 12.º

Restrições de ordem pública, moral e bons costumes

É proibida a afixação e inscrição de mensagens publicitárias que ponham em perigo a ordem pública, a moral e os bons costumes.

Artigo 13.º

Publicidade enganosa

1 — A publicidade deve respeitar a verdade, não deformando os factos, sendo proibida toda a publicidade que seja considerada enganosa nos termos do Código da Publicidade

e do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março, relativo às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores.

2 — No caso previsto no número anterior, pode a entidade competente para a instrução

do processo de licenciamento exigir que o anunciante apresente provas da exactidão material dos dados de facto contidos na publicidade.

3 — Os dados referidos no número anterior presumem-se inexactos se as provas exigidas não forem apresentadas ou forem insuficientes.

Artigo 14.º

Publicidade nas vias municipais

1 — Sem prejuízo do disposto nos artigos 9.º a 12.º e das disposições legais previstas no

Código da Estrada sobre a afixação da publicidade nas proximidades de estradas e quando a publicidade seja para afixar nas imediações das vias municipais, fora dos aglomerados urbanos, desde que não visíveis das estradas nacionais, o licenciamento deve obedecer aos seguintes condicionamentos:

a) Nos caminhos municipais, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 5 m do eixo da via;

b) Nas estradas municipais, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 10 m do eixo da via;

c) Em caso de proximidade de cruzamento ou entroncamento com outras vias de comunicação ou com vias-férreas, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 25 m do eixo da via.

2 — Sem prejuízo do disposto no artigo 12.º anterior, os condicionalismos previstos nas alíneas do n.º 1 do presente artigo não são aplicáveis aos meios de publicidade:

a) De interesse cultural ou turístico;

b) Que se destinem a identificar edifícios ou estabelecimentos, públicos ou particulares, desde que tal publicidade seja afixada ou inscrita nesses mesmos edifícios ou estabelecimentos.

3 — Sem prejuízo do disposto no artigo 12.º anterior e no n.º 1 d presente artigo, é proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nas rotundas, quer dentro quer fora dos aglomerados urbanos, com excepção dos meios de publicidade que se destinem a identificar edifícios ou estabelecimentos, públicos ou particulares, desde

que tal publicidade seja afixada ou inscrita nesses mesmos edifícios ou estabelecimentos.

Artigo 15.º

Publicidade fora dos aglomerados urbanos

1 — É proibida a afixação ou inscrição de publicidade, fora dos aglomerados urbanos, em quaisquer locais onde a mesma seja visível das estradas nacionais, nos termos do disposto nos Decretos-Leis n.os 105/98, de 24 de Abril e 83/2008, de 20 de Maio.

2 — A proibição prevista no número anterior não abrange:

a) Os meios de publicidade que se destinem a identificarem edifícios ou estabelecimentos, públicos ou privados, desde que tal publicidade seja afixada ou inscrita nesses mesmos edifícios ou estabelecimentos;

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

c) Os meios de publicidade de interesse cultural ou turístico.

3 — É proibida a publicidade que contenha a utilização, directa ou indirecta, por qualquer meio, de uma firma, denominação, marca ou outro sinal distintivo do comércio por quem não tenha obtido autorização das entidades responsáveis por qualquer evento a realizar, que sugira ou crie a falsa impressão de que está autorizada ou que está, de alguma forma, associada ao evento.

Artigo 16.º

Publicidade ilícita

1 — Detectada a existência de publicidade ilícita, a Câmara Municipal de Portimão notificará os infractores ou, caso não seja possível a sua identificação, mandará afixar editais para que se proceda à sua remoção, no prazo de 10 dias.

2 — Decorrido o prazo previsto no número anterior sem que tenha sido removida a publicidade ilícita, poderá a Câmara substituir-se aos infractores e remover todo o material a expensas destes últimos.

3 — Se não for requerida a entrega do material e efectuado o pagamento das despesas suportadas pela Câmara dentro do prazo de 90 dias a contar do termo da remoção, poderá a edilidade vender o material, cobrando-se de todas as importâncias que haja em dívida e entregando o remanescente, se o houver, ao proprietário dos bens.

4 — Se a publicidade ilícita provocar perigo, forte transtorno ou perturbação da ordem e segurança públicas, poderá a mesma ser removida de imediato, sendo os particulares notificados posteriormente para procederem ao seu levantamento, sem prejuízo do processo de contra-ordenação respectivo.

Artigo 17.º

Percorso Verde

1 — É proibida a afixação, no denominado Percorso Verde, tal como definido no anexo I, de toda a publicidade que careça de licenciamento nos termos do presente Regulamento, qualquer que seja o meio difusor, excluindo o mobiliário urbano que aí se decida instalar.

2 — Excetua-se do disposto no número anterior a publicidade colocada em estabelecimentos comerciais, bem como a publicidade destinada a promover loteamentos ou empreendimentos imobiliários, em construção.

Artigo 18.º

Ortografia

1 — As mensagens publicitárias devem ser escritas, de preferência, em língua portuguesa, devendo os termos estrangeiros, sempre que possível, serem precedidos de tradução para português.

2 — A inclusão de palavras e expressões estrangeiras só poderá ser autorizada nas seguintes situações:

a) Quando se trate de mensagem publicitária que tenha os estrangeiros por destinatários exclusivos ou principais;

b) Quando se trate de marcas registadas ou denominações de firmas;

c) Quando se trate de nomes de figurantes, artistas, bem como títulos de espectáculos cinematográficos, teatrais, de variedades, desportivos ou outros.

3 — As restrições previstas nos números anteriores poderão ser derogadas por motivos devidamente fundamentados.

Artigo 19.º

Contrapartidas para o Município

1 — No licenciamento de suportes publicitários pode ser determinada a reserva de algum ou alguns espaços de publicidade, até ao máximo de 20 %, para a difusão de mensagens relativas às actividades do Município ou outras apoiadas por este.

2 — As mensagens publicitárias de entidades, que sejam contrapartidas de patrocínios concedidos por estas, a iniciativas da Câmara Municipal, estão sujeitas a prévia autorização da Câmara Municipal sobre a sua localização, mas estão isentas do pagamento das taxas.

CAPÍTULO III

Processo de licenciamento de Publicidade

Secção I

Mera comunicação prévia e comunicação prévia com prazo

Artigo 20.º

Disposições Gerais

1 — É simplificado o regime de afixação e da inscrição de mensagens publicitárias, de natureza comercial, designadamente, mediante a eliminação do respetivo licenciamento, desde que as mesmas sejam conexas com o seu objeto de negócio, em determinadas situações previstas no presente Regulamento.

2 — A afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial, ficam sujeitos ao cumprimento dos critérios estabelecidos no mesmo, sendo apenas obrigatória a entrega de uma mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo, submetidas no Balcão do Empreendedor.

Artigo 20.º - A

Aplicabilidade

1 — Aplica-se o regime da mera comunicação prévia, quando as características e localização dos suportes publicitários, respeitarem os limites fixados na alínea e) do n.º 1 do artigo 12.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, a saber:

- a) Quando a sua instalação for efetuada na área contígua à fachada do estabelecimento e não exceder a largura da mesma; ou
- b) Quando a mensagem publicitária for afixada ou inscrita na fachada ou em mobiliário urbano referido nas alíneas a) a d) do n.º 1 do artigo 12.º do referido Decreto-Lei n.º 48/2011.

2 — A mera comunicação prévia referida no número anterior consiste numa declaração que permite ao interessado proceder imediatamente à ocupação do espaço público, após o pagamento das taxas devidas.

3 — A comunicação prévia com prazo aplica-se nos casos em que as características e localização do mobiliário urbano não respeitarem os limites fixados no n.º 1 do artigo 12.º, do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, e identificados no número 1 anterior.

4 — A comunicação prévia com prazo referida no número anterior consiste numa declaração que permite ao interessado proceder à ocupação do espaço público, quando o

Presidente da Câmara Municipal territorialmente competente emita despacho de deferimento ou quando este não se pronuncie após o decurso do prazo de 20 dias, contado a partir do momento do pagamento das taxas devidas.

5 — As comunicações prévias com prazo previstas nos números 3 e 4 anteriores só se consideram entregues quando estiverem acompanhadas de todos os elementos considerados obrigatórios e se mostrarem pagas as taxas devidas.

6 — A mera comunicação prévia e a comunicação prévia com prazo serão efetuadas no «Balcão do Empreendedor», devendo conter os elementos previstos na Portaria n.º 239/2011 de 21/06 ou noutro dispositivo legal emanado para o efeito.

Artigo 20.º - B

Títulos

O comprovativo eletrónico de entrega no «Balcão do Empreendedor» das meras comunicações prévias e das comunicações prévias com prazo, acompanhado do comprovativo do pagamento das quantias eventualmente devidas, são prova suficiente do cumprimento dessas obrigações para todos os efeitos.

Secção II

Licenciamento

Artigo 21.º

Aplicabilidade

Aplica-se o regime geral de licenciamento a todas as situações não abrangidas pelas disposições do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril (Licenciamento Zero), não podendo as respetivas pretensões ser submetidas através do «Balcão do Empreendedor».

Artigo 21.º - A

Pedido de licenciamento

1 - O pedido de licenciamento é efetuado mediante requerimento a dirigir ao presidente da câmara municipal da respetiva área ou à entidade ou órgão com competência delegada e entregue na Secção de Taxas e Licenças.

2 - A deliberação da câmara municipal deve ser precedida de parecer das entidades com jurisdição sobre os locais onde a publicidade for afixada, nomeadamente:

- a) O Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, I. P.;
- b) A Estradas de Portugal, S. A.;
- c) O Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres, I. P.;
- d) O Turismo de Portugal, I. P.;
- e) O Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, I. P.;
- f) A Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária.

Artigo 21.º - B

Licenciamento cumulativo

- 1 — O licenciamento para afixação ou para inscrição de mensagens publicitárias através de meios ou suportes que, por si só, exijam licenciamento ou autorização para obras de construção civil, deve ser requerido, cumulativamente, nos termos da legislação em vigor.
- 2 — Quando a publicidade aprovada implique obras em passeios ou outros espaços públicos, é da responsabilidade do titular da licença a reposição dos mesmos no estado anterior à colocação dos meios ou suportes publicitários.
- 3 — Os restantes meios ou suportes, cujo fim principal seja a publicidade estão apenas sujeitos a licenciamento para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

Artigo 22.º

Elementos obrigatórios

- 1 — No requerimento deve constar, obrigatoriamente:
 - a) O nome ou denominação social, número de identificação civil, número de identificação fiscal e a residência ou sede do requerente;
 - b) A qualidade em que requerer;
 - c) A indicação exacta do local pretendido para a publicidade;
 - d) A descrição do meio de suporte a utilizar;
 - e) O período de utilização pretendido;
 - f) Licença de utilização do estabelecimento, ou licença de obra, se tal for necessário.
- 2 — Ao requerimento deve ser junto, quando aplicável:
 - a) Memória descritiva do projecto, com indicação dos materiais, forma e cores;
 - b) Desenho do meio de suporte, com indicação da forma, dimensões, balanço de afixação e distâncias ao extremo do respectivo passeio;
 - c) Fotografia a cores no formato mínimo de 0,10 m × 0,15 m, indicando o local previsto para a afixação, apresentada em suporte de papel A4;
 - d) Fotomontagem esclarecedora do pretendido quanto à afixação do suporte publicitário, apresentada em suporte de papel A4;
 - e) Desenho que pormenorize a instalação, indicando as distâncias a outros elementos próximos, às escalas de 1:100 ou 1:50, e ainda ao passeio;
 - f) No caso de suportes publicitários a colocar em fachada de edifícios, desenho dos alçados de conjunto numa extensão de 10 m para cada um dos lados, desenho do alçado e corte cotado esclarecedor do pretendido, à escala mínima de 1/100 ou 1/50, com a integração do suporte publicitário e com indicação dos materiais, cores e texturas a utilizar;
 - g) Planta de localização, emitida pela Câmara Municipal, com indicação precisa do local previsto para a respectiva instalação;

h) Tipo, dimensões e dizeres dos suportes publicitários, bem como a fonte e intensidade do som, se existente;

i) Resumo dos textos a emitir e descrição resumida das imagens a projectar por meios mecânicos ou eléctricos;

j) Outros documentos que o requerente entenda esclarecer a sua pretensão.

3 — No caso do suporte publicitário poder constituir perigo para a segurança de pessoas ou bens, devido às suas dimensões, características ou específicas condições de instalação, é obrigatória a apresentação de termo de responsabilidade assinado pelo técnico instalador, o qual deverá ser complementado, no acto do levantamento da licença, com contrato de seguro de responsabilidade civil.

4 — Quando a implantação pretendida se situe em zonas de jurisdição de outras entidades ou zonas de protecção a monumentos nacionais e imóveis de interesse público, dos elementos referidos no número anterior devem ser entregues tantas cópias quantas forem as entidades a consultar.

5 — Conjuntamente com o requerimento, deve ainda ser apresentado documento comprovativo de que o requerente é proprietário, coproprietário, possuidor, locatário ou titular de outros direitos sobre os bens afectos ao domínio privado onde se pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária, ou, se não o for, deve juntar autorização escrita do respectivo proprietário ou possuidor, bem como documento comprovativo dessa qualidade.

6 — Quando os elementos publicitários se destinarem a ser instalados em prédio que se encontre em regime de propriedade horizontal, deverá o requerente apresentar cópia autenticada da acta da assembleia geral do condomínio, autorizando a instalação dos elementos publicitários que se pretende licenciar ou autorização do administrador sujeita a posterior ratificação pela assembleia geral do condomínio.

7 — O requerimento para obtenção da licença para distribuição de impressos publicitários na via pública, para além do nome, da identificação fiscal do requerente e do período de distribuição, deverá ser acompanhado de um exemplar dos mesmos, até 8 dias antes do início do prazo pretendido para a distribuição.

8 — Na falta de apresentação de qualquer dos elementos instrutores referidos nos números anteriores, devem os mesmos ser solicitados ao requerente para que os junte ao processo no prazo de 10 dias, sob pena de rejeição liminar do requerimento.

Artigo 23.º

Elementos complementares

1 — Nos 15 dias seguintes à data de entrada do requerimento pode ser solicitado ao requerente, através de comunicação escrita, a indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem dúvidas susceptíveis de comprometer a apreciação do pedido.

2 — O processo será arquivado, no prazo de 10 dias contados da data da solicitação prevista no número anterior, se não forem indicados ou juntos os elementos complementares, podendo tal prazo ser prorrogado a requerimento do interessado.

Artigo 24.º

Saneamento e apreciação liminar

1 — Compete ao Presidente da Câmara ou à entidade ou órgão com competência delegada apreciar e decidir as questões de ordem formal e processual que possam

obstar ao conhecimento do pedido de licenciamento, nomeadamente a legitimidade e a regularidade formal do requerimento.

2 — O Presidente da Câmara ou a entidade ou órgão com competência delegada profere despacho de rejeição liminar do pedido no prazo de 15 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 necessárias cópias adicionais, o Presidente da Câmara ou a entidade ou órgão com competência delegada notifica o requerente para, no prazo de 8 dias a contar da data de receção do processo, completar ou corrigir o requerimento, sob pena de rejeição do pedido, podendo tal prazo ser prorrogado a requerimento do interessado.

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

5 — Havendo rejeição do pedido, nos termos do presente artigo, o interessado que requeira novo licenciamento para o mesmo fim fica dispensado de apresentar os documentos utilizados no pedido anterior, que se mantenham válidos e adequados.

6 — Na ausência do despacho previsto nos n.ºs 2 e 3 do presente artigo, considera-se o pedido de licenciamento corretamente instruído.

Artigo 25.º

Pareceres

1 — Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária esteja sob a jurisdição de outra ou outras entidades, deve a Câmara Municipal solicitar-lhes, nos 20 dias seguintes à entrada do requerimento, ou nos 10 dias seguintes à junção dos elementos complementares a que se refere o artigo 23.º, parecer sobre o pedido de licenciamento.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, a Câmara Municipal pode, sempre que o julgar necessário para a sua decisão, solicitar pareceres às entidades que tiver por convenientes, do ponto de vista dos interesses e valores a acautelar no licenciamento.

3 — Quando o requerente faça acompanhar o requerimento referido no artigo 21.º-A dos pareceres a que alude o n.º 1, fica dispensada a consulta às respetivas entidades.

Artigo 26.º

Deliberação final

1 — A deliberação sobre o pedido de licenciamento ou de renovação da licença deve ser proferida no prazo de 10 dias, contados da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à decisão.

2 — Após a notificação do deferimento da sua pretensão, deverão os interessados, no prazo de 15 dias, proceder ao pagamento das respectivas taxas, mediante o levantamento das competentes guias.

3 — Presumem-se realizados os eventos para os quais tenha sido solicitado o respectivo licenciamento e não tenha havido qualquer comunicação do seu cancelamento nas 48 horas anteriores à sua ocorrência.

4 — Os pagamentos poderão fazer-se, para além do pagamento à boca do cofre, através de transferência bancária, cheque ou meios automáticos quando existentes, sendo para o efeito, indicado no documento de cobrança as referências necessárias, nomeadamente o número da conta e respectiva instituição bancária.

5 — O procedimento extingue-se pela falta de pagamento, sem prejuízo da instrução do processo de execução fiscal.

Artigo 27.º

Periodicidade da licença de publicidade

1 — A licença é sempre emitida pelo prazo máximo correspondente ao período de tempo que mediar até ao final do ano civil em curso, podendo ser emitidas por prazo inferior, a solicitação do requerente.

2 — As licenças requeridas para afixação, inscrição ou difusão de mensagem publicitária, relativa a evento a ocorrer em data determinada, caducam nessa data.

3 — As licenças relativas à publicidade em bandeiras, bandeirolas ou similares, e ainda a publicidade em faixas ou telas, têm periodicidade mensal.

4 — A licença deve especificar as obrigações e condições a cumprir pelo seu titular, nomeadamente:

a) Prazo de duração;

b) Número de processo atribuído;

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

Artigo 28.º

Taxas

1 — Ao licenciamento inicial e às renovações previstas no presente Regulamento são aplicáveis as taxas estabelecidas no Regulamento de Taxas do Município de Portimão.

2 — As entidades isentas do pagamento de taxas à Autarquia não estão isentas do licenciamento a que se refere o presente Regulamento, salvo disposição legal em contrário.

Artigo 29.º

Obrigações do titular da licença

Constituem obrigações do titular da licença de publicidade:

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

b) Retirar a mensagem publicitária e respetivo suporte, findo que seja o prazo da licença, caso não solicite a sua renovação ou a Câmara Municipal indefira o pedido de renovação;

c) Eliminar quaisquer danos em bens públicos ou privados resultantes da afixação ou inscrição da mensagem publicitária;

d) Cumprir as prescrições estipuladas na licença.

e) Cumprir as condições gerais e específicas a que a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias estão sujeitas.

Artigo 30.º

Indeferimento

1 — Constituem motivos de indeferimento do pedido de licenciamento ou de renovação da licença:

a) A violação de disposições legais e regulamentares ou de normas técnicas gerais e específicas aplicáveis, constantes ou não do presente Regulamento;

- b) O desrespeito por algum ou alguns dos condicionamentos previstos nos artigos 8.º a 12.º e 55.º;
- c) No mesmo local ou espaço exista, já inscrita ou afixada, qualquer mensagem publicitária devidamente licenciada;
- d) A decisão condenatória, proferida há pelo menos 2 anos, que aplique ao requerente coima por infração ao disposto neste Regulamento ou na legislação geral sobre publicidade, que constitua conduta grave;
- e) A reincidência, durante o prazo de 2 anos, na não remoção dos suportes publicitários, quando a mesma tenha sido exigida nos termos deste Regulamento;
- f) Enquanto houver auto de notícia ou processo de execução fiscal pendente no Município.

2 — A deliberação de indeferimento do pedido de licenciamento ou de renovação da licença deve ser fundamentada de facto e de direito e comunicada ao requerente.

Artigo 31.º

Renovação

- 1 — As renovações das licenças anuais serão, obrigatoriamente, requeridas nos 30 dias anteriores à sua caducidade.
- 2 — Os pedidos poderão ser indeferidos nos termos previstos no artigo anterior.
- 3 — Excluem-se dos números anteriores todas as renovações de licenças abrangidas por legislação ou regulamento especial, caso em que prevalecerão as competentes normas.
- 4 — As licenças caducarão no último dia da respectiva validade, salvo no que se refere àquelas que tenham periodicidade anual, que terão o seu termo no dia 31 de Dezembro de cada ano.
- 5 — Nos casos previstos no número anterior o pedido de renovação far-se-á durante o mês de Dezembro.
- 6 — A renovação poderá ser feita automaticamente desde que o requerente assim o declare na petição inicial, sujeita, no entanto, à manutenção das condições que determinaram o respectivo licenciamento.

Artigo 32.º

Revogação

- 1 — As licenças para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, são emitidas a título precário, não pagando a Câmara Municipal qualquer indemnização, seja a que título for, no caso de revogação.
- 2 — As licenças podem ser revogadas sempre que:
 - a) Situações excepcionais de imperioso interesse público, devidamente fundamentadas, assim o exijam;
 - b) O titular da licença não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado em virtude do licenciamento;
 - c) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação, sem licença municipal, dos anúncios ou reclamos publicitários para os quais haja sido concedida a licença.

Artigo 33.º

Remoção dos suportes publicitários

1 — Em caso de caducidade ou de revogação da licença deve o respectivo titular proceder à remoção dos suportes publicitários, no prazo de 10 dias contados, respectivamente, do termo da licença ou da notificação da revogação da mesma.

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

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

b) Desrespeito pelos termos da licença, nomeadamente alteração do meio difusor, do conteúdo da mensagem publicitária ou do material autorizado a ser utilizado.

3 — Para efeitos do número anterior, deve a Câmara Municipal notificar o infractor para proceder à remoção imediata do suporte publicitário.

4 — Nos casos de infracção ao disposto no n.º 3 do artigo 14.º do presente Regulamento, a remoção desses suportes publicitários será efectuada de imediato pelos serviços municipais, quando, fundamentadamente, se constatar qualquer circunstância integrável no previsto no artigo 103.º do Código do Procedimento Administrativo.

5 — Caso o titular da licença ou o infractor não tenha procedido, dentro do prazo fixado, à remoção dos suportes publicitários, pode a Câmara Municipal efectuar a remoção.

6 — Sempre que a Câmara Municipal proceda à remoção dos suportes publicitários, nos termos do presente artigo, o titular da licença ou o infractor é responsável pelo pagamento de todas as despesas ocasionadas.

7 — Para garantia da remoção da publicidade, a Câmara Municipal pode exigir o depósito de uma caução de valor, pelo menos igual ao dobro da taxa a prestar aquando do levantamento da licença e que será restituída após a verificação, pelos serviços municipais competentes, de que a remoção foi efectuada.

8 — Nos casos de suportes publicitários, cuja gestão ou exploração caiba a agências de publicidade, é obrigatória a prestação da caução prevista no número anterior.

Artigo 34.º

Publicidade abusiva

1 — Sem prejuízo do disposto no artigo anterior e da eventual aplicação de coimas e sanções acessórias, a Câmara Municipal pode, independentemente de prévia notificação, proceder à remoção de suportes publicitários sempre que se verifique a utilização abusiva do espaço público.

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

Artigo 35.º

Alteração da mensagem publicitária

Qualquer alteração da mensagem publicitária, cujo pedido de licenciamento tenha sido deferido pela Câmara Municipal, implica comunicação prévia.

CAPÍTULO IV
Suportes publicitários

SECÇÃO I

Tabuletas, painéis, mupis, bandeiras, bandeirolas, pendões, placas, letras soltas ou símbolos, publicidade autocolante e semelhantes

Artigo 36.º

Dimensões

- 1 — As dimensões dos suportes publicitários previstos nesta secção serão sempre consideradas à escala relativa ao local de implantação.
- 2 — Em cada edifício, as placas ou tabuletas devem apresentar dimensão, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.
- 3 — As tabuletas e as bandeirolas não podem exceder as seguintes dimensões:
 - a) Afastamento referido ao plano da parede superior a 0,20 m;
 - b) 0,60 m de largura por 1 m de altura.
- 4 — Os painéis (outdoors) não podem exceder 8 m de largura por 3 m de altura.
- 5 — As bandeiras não podem exceder 4 m de altura por 6 m de largura.
- 6 — As placas não podem ter dimensão superior aos limites das instalações pertencentes à atividade publicitada, com uma saliência máxima de 0,15 m.
- 7 — As letras soltas, símbolos e publicidade autocolante não podem exceder a dimensão de 0,50 m de altura nem ter saliência superior a 0,15 m.
- 8 — A distância entre a parte inferior das letras soltas ao solo, não pode ser menor que 2 m nem superior a 4 m.
- 9 — A título excecional, devidamente fundamentado, os suportes publicitários previstos nesta secção poderão ser licenciados com dimensões diversas das referidas nos números anteriores, desde que não sejam postos em causa os condicionamentos ao licenciamento estabelecido no presente Regulamento.
- 10 — 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.
- 11 — Em passeios com largura igual ou inferior a 1 m não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

Artigo 37.º

Condições de instalação de tabuletas

A instalação das tabuletas deve obedecer às seguintes condições:

- a) As tabuletas não podem prejudicar os enfiamentos visuais ao longo das vias;
- b) O limite inferior da tabuleta deve ficar a uma distância do solo igual ou superior a 2,60 m;
- c) Em ruas com passeio, o balanço que em caso algum poderá exceder 1,5m, será limitado por um plano paralelo à fachada do edifício, e distante do limite exterior do passeio no mínimo de 0,80 m;
- d) No caso de ruas sem passeio, o balanço não pode exceder 0,20 m em relação ao plano marginal do edifício;
- e) Deixar uma distância igual ou superior a 3 m entre tabuletas.

Artigo 38.º

Condições de instalação de painéis e semelhantes

- 1 — A instalação dos painéis deve obedecer às seguintes condições:
- a) A distância entre a parte inferior da moldura dos painéis e o solo não pode ser inferior a 2,5 m;
 - b) Não é permitida a instalação de painéis em passeios com menos de 2 m de largura;
 - c) Os painéis devem ser implantados em postes metálicos ou de madeira, oferecendo a solidez e a resistência suficientes e necessárias a não pôr em perigo a segurança de pessoas ou bens;
 - d) As molduras dos painéis não poderão permanecer sem publicidade por um período superior a 30 dias;
 - e) Ao longo das vias com características de tráfego rápido, os painéis não devem ser colocados a uma distância inferior a 150 m entre si, nem a menos de 20 m do eixo da via, tal como definidos no anexo II.
- 2 — Na moldura dos painéis deverá constar, obrigatoriamente, a identificação da entidade proprietária ou exploradora.
- 3 — A colocação de painéis (*outdoors*) fora do espaço público é admissível desde que a mensagem publicitária se destine à autopromoção imobiliária de loteamentos, empreendimentos ou espaços comerciais, naquele local.
- 4 - Fora das situações previstas no número 3 anterior, é vedada a colocação de painéis (*outdoors*) a instalar fora do espaço público, cuja imagem publicitária tenha o intuito comercial, salvo nos seguintes troços e nos limites máximos de licenciamentos e/ou requisitos aplicáveis:
- a) Troço A – compreendido entre a Rotunda do Centro Hospitalar do Barlavento Algarvio e a Ponte da Ribeira de Boina – Portimão 12 (doze) licenciamentos – tal como definidos no anexo III;
 - b) Troço B – compreendido entre a Rotunda em frente ao Max-Mat (V6) e a Igreja da Penina – Portimão – 8 (oito) licenciamentos – tal como definidos no anexo IV;
 - c) Troço C – compreendido entre a Rotunda situada na EM 531-1/Penina e a Rotunda situada na Rua Serpa Pinto – Alvor – 5 (cinco) licenciamentos – tal como definidos no anexo V.
 - d) Troço D – Compreendido entre a Ponte da Ribeira de Boina e a Rotunda no Sítio da Esteveira – Mexilhoeira Grande, ambas sitas na Estrada Nacional 125, sendo obrigatória a existência de parecer favorável da entidade com jurisdição na via rodoviária em questão, nomeadamente a Estradas de Portugal, S.A. ou outra(s) com legitimidade para o efeito, sem prejuízo da apreciação e respetivo deferimento por parte do Município de Portimão – tal como definidos no anexo VI.

Artigo 39.º

Condições de instalação de bandeiras ou bandeirolas

- 1 — As bandeiras ou bandeirolas devem ser, preferencialmente, oscilantes e orientadas para o lado interior do passeio e colocadas na fachada do edifício.
- 2 — A fixação de bandeiras ou bandeirolas deve respeitar as seguintes distâncias mínimas:
- a) 3 m de qualquer tipo de sinalização de trânsito;
 - b) 3 m entre a sua parte inferior e o solo.

- 3 — As bandeiras não podem ser afixadas em áreas de proteção das localidades.
- 4 — As bandeiras devem permanecer oscilantes, só podendo ser colocadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado interior do poste.
- 5 — A dimensão máxima das bandeiras deve ser de 0,60 m de comprimento e 1 m de altura.
- 6 — A distância entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente da bandeira deve ser igual ou superior a 2 m.
- 7 — A distância entre a parte inferior da bandeira e o solo deve ser igual ou superior a 3 m.
- 8 — A distância entre bandeiras afixadas ao longo das vias deve ser igual ou superior a 50 m.

Artigo 40.º

Condições de instalação de pendões

- 1 — Os pendões têm de permanecer oscilantes ou fixos a estruturas apropriadas, sendo colocados em posição perpendicular à via de trânsito e nas fachadas exteriores dos edifícios ou em qualquer outro local considerado adequado.
- 2 — A colocação de pendões deve respeitar as seguintes distâncias mínimas:
 - a) Os pendões devem ser colocados a uma altura nunca inferior a 3 m;
 - b) Os pendões não devem exceder a largura do passeio, devendo ainda distar do limite exterior deste em 0,50 m.

Artigo 41.º

Condições de instalação de mupis

A instalação dos mupis deve obedecer às seguintes condições:

- a) Não é permitida a instalação de mupis em passeios com menos de 2 m de largura;
- b) Os mupis têm de ser implantados de modo a deixar uma faixa livre de 0,80 m do limite exterior do passeio e uma faixa livre de 1,5 m do limite interior do mupi.

Artigo 42.º

Condições de instalação de placas

1 - A instalação de placas deve obedecer às seguintes condições:

- a) As placas devem ser aplicadas nos paramentos das paredes;
- b) As placas não podem ser colocadas de modo que ocultem elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas.
- c) A saliência máxima referida ao plano da parede não pode exceder 0,15 m.
- d) As placas não se podem sobrepor a gradeamentos ou zonas vazadas em varandas.

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

Artigo 43.º

Condições de instalação de letras soltas, de símbolos e de publicidade autocolante e semelhantes

A instalação de letras soltas ou de símbolos deve obedecer às seguintes condições:

- a) As letras soltas e os símbolos devem ser aplicados diretamente sobre o paramento das paredes;

b) As letras soltas e os símbolos não podem ser colocados de modo que ocultem elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas;

c) As letras soltas e os símbolos devem ter em atenção a forma e a escala, de modo a respeitar a integridade estética dos próprios edifícios.

SECÇÃO II

Cartazes e similares

Artigo 44.º

Condições de aplicação de cartazes

1 — Só podem ser afixados cartazes nos locais que a Câmara Municipal disponibilizar para esse efeito.

2 — A publicidade licenciada para os locais a que se refere o número anterior, deverá ser removida pelos seus próprios promotores ou beneficiários, no prazo de 48 horas após a verificação do evento ou da notificação feita pelos serviços camarários.

3 — Quando a remoção e limpeza do respectivo local não sejam efectuadas no prazo previsto no número anterior, ficarão os beneficiários da publicidade sujeitos, para além da contra-ordenação aplicável, ao pagamento das correspondentes despesas que a Câmara Municipal suportar para esse efeito.

4 — Para garantia da remoção da publicidade, será exigida aos interessados um depósito de caução igual ao dobro do valor da licença.

5 — A prestação da garantia prevista no número anterior deve fazer-se, simultaneamente, com o pagamento da licença.

6 — A caução prestada será devolvida ao interessado, após a verificação de que a remoção da publicidade e limpeza da área já foi efectuada.

SECÇÃO III

Anúncios ou reclamos luminosos, iluminados, electrónicos e semelhantes

Artigo 45.º

Dimensões

1 — As dimensões dos suportes publicitários previstos nesta secção serão sempre consideradas à escala relativa do edifício a que se destinarem.

2 — O suporte de fixação referido ao plano da parede não pode exceder 0,20 m.

3 — O balanço máximo dos anúncios e reclamos é de 0,60 m, salvo em casos devidamente fundamentados, de carácter excecional.

4 — 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.

Artigo 46.º

Condições de instalação

1 — A instalação de anúncios ou reclamos, previstos nesta Secção, deve obedecer às seguintes condições:

a) A instalação perpendicular ao plano das fachadas não pode prejudicar enfiamentos visuais ao longo das vias;

b) A distância mínima ao solo é de 2,60 m.

2 — Sem prejuízo do disposto na alínea anterior, nos casos em que o anúncio ou reclamo tiver um balanço até 0,15 m, a distância mínima ao solo é de 2 m.

3 — O balanço será limitado por um plano paralelo à fachada do edifício, e distante do limite exterior do passeio no mínimo de 0,80 m.

4 — Em caso nenhum poderá ser excedido o balanço total de 2 m.

Artigo 47.º

Projecto de estabilidade e termos de responsabilidade

1 — Sem prejuízo do disposto no n.º 3 do artigo 22.º, no caso de instalação de anúncio ou reclamo na cobertura de edifícios, deve ser junto com o requerimento inicial um projecto de estabilidade do suporte publicitário em causa, assinado por técnico habilitado e os termos de responsabilidade do projectista e da empresa instaladora.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, sempre que a instalação do anúncio ou reclamo seja feita a uma distância ao solo superior a 4 m ou que as dimensões ou o peso do suporte publicitário impliquem a construção de aparato de sustentação, deve ser junto com o requerimento inicial termo de responsabilidade, assinado por técnico habilitado, a complementar, no acto de levantamento de licença, com contrato de seguro de responsabilidade civil.

SECÇÃO IV

Unidades móveis publicitárias, veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestres, aéreos ou marítimos

Artigo 48.º

Licenciamento

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestres ou aéreos, que circulem na área do Município de Portimão, carece de licenciamento prévio da Câmara Municipal, nos termos deste Regulamento e da demais legislação aplicável, sempre que o proprietário do veículo aqui tenha residência, sede, delegação ou qualquer outra forma de representação.

2 — A publicidade em veículos, que se destine a ser difundida em vários concelhos não está sujeita a licenciamento pela Câmara Municipal de Portimão, se estiver licenciada por outro município ou o titular do veículo tiver a sua residência, sede ou representação fora do município de Portimão.

3 — Não constitui mensagem publicitária a afixação ou inscrição de nome, firma, marca ou denominação.

Artigo 49.º

Limites

As unidades móveis publicitárias não poderão fazer uso de material sonoro violando o disposto no artigo 53.º do presente Regulamento.

Artigo 50.º

Autorização e seguro

1 — Sempre que o meio ou suporte utilizado exceda as dimensões do veículo, deve ser, obrigatoriamente, junto ao requerimento inicial, a que se refere o artigo 22.º do presente

Regulamento, uma autorização emitida pela entidade competente e termo de responsabilidade assinado pelo requerente ou técnico habilitado.

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

Artigo 51.º

Meios aéreos

1 — Sem prejuízo do disposto no n.º 1 do artigo 48.º, o licenciamento da actividade publicitária que utilize avionetas ou outros meios aéreos depende de prévia e expressa autorização das entidades com jurisdição sobre o espaço aéreo que se pretende atravessar na difusão da mensagem publicitária.

2 — Após o deferimento do pedido de licenciamento, o levantamento da licença será condicionado à entrega do contrato de seguro de responsabilidade civil e termo de responsabilidade assinado pelo requerente ou técnico habilitado.

Artigo 52.º

Meios Marítimos

1 — Sem prejuízo do disposto no n.º 1 do artigo 48.º o licenciamento da actividade publicitária que utilize meios marítimos depende de prévia e expressa autorização das entidades com jurisdição sobre o espaço marítimo que se pretende atravessar na difusão da mensagem publicitária.

2 — Após o deferimento do pedido de licenciamento, o levantamento da licença será condicionado à entrega do contrato de seguro de responsabilidade civil e termo de responsabilidade assinado pelo requerente ou técnico habilitado.

SECÇÃO V

Publicidade sonora

Artigo 53.º

Condições e restrições de difusão de mensagens publicitárias sonoras

1 — A difusão de publicidade através de meios sonoros, fixos ou móveis, é objeto de licenciamento temporário, com sujeição aos limites estabelecidos em legislação especial sobre o ruído — Decreto-Lei n.º 292/2000, de 14 de Novembro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 9/2007, de 17 de Janeiro, e ulteriores alterações.

2 — São proibidas emissões suscetíveis de ofender a moral pública, e o brio nacional ou de natureza injuriosa ou ofensiva.

3 — 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.

4 — A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial 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 hospitais, cemitérios e locais de culto.

SECÇÃO VI

Blimps, balões, zeppelins, insufláveis e semelhantes

Artigo 54.º

Condicionamentos ao licenciamento

O licenciamento da publicidade que utilize os meios ou suportes publicitários, incluídos nesta Secção, deve ser precedida de autorização expressa dos titulares de direitos ou das entidades com jurisdição sobre os espaços onde se pretende a sua instalação, sempre que tal se mostre necessário.

Artigo 55.º

Servidões militares ou aeronáuticas

Não pode ser licenciada a afixação de mensagens publicitárias em meios ou suportes aéreos, incluídos nesta Secção, que invadam zonas sujeitas a servidões militares aeronáuticas, excepto se o anunciante for prévia e expressamente autorizado para tal, por entidade com jurisdição sobre esses espaços.

Artigo 56.º

Seguro

Após o deferimento do pedido, o levantamento da licença será condicionado à entrega do contrato de seguro de responsabilidade civil.

SECÇÃO VII

Publicidade instalada em telhados, coberturas ou terraços

Artigo 57.º

Condições de instalação

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

- a) Quando não obstrua o campo visual envolvente, tanto no que se refere a elementos naturais, como construídos, pelo que os dispositivos a instalar nestas situações, terão de ser predominantemente constituídos por elementos individualizados;
- b) Quando as estruturas de suporte dos dispositivos publicitários a instalar, não assumam uma presença visual destacada, diurna ou nocturna, não podendo, em caso algum, permanecer no local sem mensagem;
- c) Quando se tenha em conta a sua visualização, também de dia, mesmo que não iluminados.

2 — Quando instalados na cobertura de edifícios, os anúncios e reclamos devem ser aplicados directamente sobre o paramento das paredes e não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica do edifício.

2 — A concessão da licença depende da apresentação de termo de responsabilidade do instalador da estrutura.

3 — Sempre que as estruturas de suporte se revelem, objectivamente, desproporcionadas, pode ser solicitado parecer aos serviços camarários competentes.

4 — Só é permitida a instalação de painéis, estáticos ou rotativos, ou de dispositivos electrónicos em telhados, coberturas ou terraços de edifícios, quando não prejudique a segurança.

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

6 — Os dispositivos publicitários deverão, obrigatoriamente, estar devidamente identificados com uma luz de sinalização por questões de segurança na navegação aérea.

7 — Após o deferimento do pedido, o levantamento da licença será condicionado à entrega do contrato de seguro de responsabilidade civil.

Artigo 58.º

Dimensões a observar

1 — A altura máxima dos dispositivos publicitários a instalar deve obedecer aos seguintes limites:

a) Não deve exceder um quarto da altura maior da fachada do edifício;

b) Não deve, em qualquer caso, ter uma altura superior a 3 metros.

2 — Para além do disposto no número anterior, e por questões de ensombramento, o limite superior dos dispositivos instalados naqueles locais não pode ultrapassar em altura, medida da cota de soleira do edifício, a largura do respectivo arruamento.

Artigo 59.º

Distâncias obrigatórias

Os dispositivos instalados em telhados, coberturas ou terraços de edifícios, devem observar, cumulativamente, as seguintes distâncias:

a) 2 m de recuo, relativamente ao plano marginal do edifício;

b) 2 m, contados a partir de ambos os limites laterais da fachada em que se inserem;

a) 15 m das janelas de edifícios situados no lado oposto do arruamento.

SECÇÃO VIII

Publicidade instalada em empenas ou fachadas laterais

Artigo 60.º

Condições de instalação

1 — Só é permitida a instalação de publicidade em empenas ou fachadas laterais quando, cumulativamente, forem observadas as 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 por isso admitida, mais do que uma licença por local ou empena;

c) As mensagens publicitárias e os suportes respectivos não excederem os limites físicos das empenas que lhes servem de suporte.

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

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

b) Só poderão permanecer no local enquanto decorrerem os trabalhos, sendo que, se os mesmos forem interrompidos por período superior a 30 dias, deverão ser mantidos em bom estado de conservação.

3 — Na pintura de mensagens publicitárias em empenas ou fachadas laterais, só serão autorizados os pedidos, em que a inscrição publicitária, pela sua criatividade, originalidade e estética, possa ser considerada como um benefício para o edifício e para a envolvente.

4 — Poderá ser exigida uma caução, de montante equivalente ao valor necessário para repor a situação original, nos casos de pintura de mensagens publicitárias.

Artigo 61.º

Dimensões a observar

Nos dispositivos publicitários a instalar em empenas ou fachadas laterais, as letras, números, grafismos, logótipos outros símbolos que façam alusão directa ao produto a publicitar e às respectivas condições de aquisição ou usufruto, não poderão exceder, em área, um quinto da superfície total ocupada pelo anúncio.

Artigo 62.º

Distância obrigatória

O limite inferior dos dispositivos publicitários instalados em empenas ou fachadas laterais devem observar uma distância mínima de três metros, ao passeio ou solo.

SECÇÃO IX

Outros meios de publicidade

Artigo 63.º

Publicidade em estacionamento privado ou noutros espaços de domínio privado

1 — A inscrição de mensagens publicitárias pintadas em lugares de estacionamento privado, ou em outros espaços de domínio privado, visíveis ou perceptíveis do domínio público, está sujeita a licenciamento prévio, e deve observar os requisitos estabelecidos no presente Regulamento.

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

SECÇÃO X

Máquinas de Venda Automática

Artigo 64.º

Licenciamento

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

SECÇÃO XI

Campanhas publicitárias de rua

Artigo 65.º

Definição

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

a) Distribuição de impressos publicitários;

b) Distribuição de produtos;

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

3 — É proibida a distribuição de impressos publicitários, por arremesso, devendo a mesma ser feita de mão em mão.

4 — Os impressos publicitários deverão, obrigatoriamente, conter uma mensagem ou símbolo, a advertir os destinatários de que não podem conspurcar a via pública.

5 — A existência de angariadores de estabelecimentos comerciais, considerando-se como ação promocional de natureza comercial não sujeita a licenciamento, somente é possível se for confinada à fachada do estabelecimento respetivo, quando não existe ocupação, ou dentro da área de via pública autorizada e associada ao estabelecimento, sendo proibida, no entanto, qualquer forma de publicidade sonora.

SECÇÃO XII

Publicidade em viadutos rodoviários, ferroviários e passagens superiores para peões

Artigo 66.º

Condições de instalação

1 — A mensagem publicitária instalada em viadutos rodoviários, ferroviários e passagens superiores para peões só excepcionalmente poderá ser autorizada, por pequenos períodos de tempo, para anunciar acções de natureza recreativa, cultural, desportiva, ou turística, de interesse global, desde que não prejudiquem a circulação rodoviária nem afectem a segurança dos utentes.

2 — Os anúncios referidos no número anterior são única e exclusivamente os destinados à publicitação de eventos organizados ou apoiados pela Câmara Municipal de Portimão, ou por outras entidades institucionais, mediante prévia autorização da edilidade.

SECÇÃO XIII

Sinalética vertical publicitária

Artigo 67.º

Condições de instalação

1 — Em locais onde se preveja elevado número de pedidos ou se justifique, a Câmara Municipal procederá à instalação de equipamentos próprios destinados à fixação das placas publicitárias que serão standardizadas.

2 — Sempre que razões de localização, transitoriedade ou especificidade do pedido não sejam compatíveis com o preconizado na alínea anterior, a Câmara Municipal poderá optar por autorizar, excepcionalmente, soluções em moldes diferentes.

SECÇÃO XIV
Outros suportes publicitários

Artigo 68.º

Regime

Todos os outros suportes publicitários estão sujeitos ao regime de licenciamento previsto no presente Regulamento.

CAPÍTULO V

Propaganda Política, Eleitoral, Sindical e Religiosa

Artigo 69.º

Exercício de actividade

1 — A execução do sistema previsto na Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, alterada pela Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto, para o exercício da actividade de propaganda, nomeadamente, política, eleitoral, religiosa e sindical, rege-se pelo disposto no presente capítulo, sem prejuízo do disposto na demais legislação aplicável.

2 — O exercício da actividade de propaganda deve prosseguir os seguintes objectivos:

- a) Não provocar obstrução de perspectivas panorâmicas ou afectar a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem;
- b) Não prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros susceptíveis de serem classificados pelas entidades públicas;
- c) Não causar prejuízos a terceiros;
- d) Não afectar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária ou ferroviária;
- e) Não apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os da sinalização de tráfego;
- f) Não prejudicar a circulação dos peões, designadamente dos deficientes.

3 — A afixação ou inscrição de mensagens de propaganda nos lugares ou espaços de propriedade particular depende do consentimento do respectivo proprietário ou possuidor.

4 — É proibida, em qualquer caso, a realização de inscrições ou pinturas murais em monumentos nacionais, edifícios religiosos, sedes de órgão de soberania, de regiões autónomas ou de autarquias locais, tal como em sinais de trânsito, placas de sinalização rodoviárias, interior de quaisquer repartições ou edifícios públicos ou franqueados ao público, incluindo estabelecimentos comerciais e centros históricos como tal declarados ao abrigo da competente regulamentação urbanística.

5 — É proibida a utilização, em qualquer caso, de materiais não biodegradáveis na afixação e inscrição de mensagens de propaganda.

Artigo 70.º

Estruturas em locais seleccionados

A Câmara Municipal disponibiliza estruturas em locais previamente seleccionados para a afixação de mensagens de propaganda.

Artigo 71.º

Utilização das estruturas em locais seleccionados

- 1 — As estruturas nos locais seleccionados pela Câmara Municipal, nos termos do artigo anterior, podem ser livremente utilizadas para o fim a que se destinam.
- 2 — Devem ser observadas pelos utentes, de modo a poder garantir-se uma equitativa utilização das estruturas nos locais, as seguintes regras:
 - a) O período de duração da afixação ou inscrição das mensagens não pode ultrapassar 20 dias, devendo as mesmas ser removidas no termo desse prazo;
 - b) A mensagem que anuncie determinado evento deve ser removida nos 10 dias seguintes à sua realização;
 - c) Não podem ser ocupadas, simultaneamente, mais de 50 % dos bens, espaços ou lugares com propaganda proveniente da mesma entidade.

Artigo 72.º

Meios amovíveis de propaganda

- 1 — Os meios amovíveis de propaganda afixados em lugares públicos devem respeitar os objectivos definidos no n.º 2 do artigo 69.º do presente Regulamento, sendo a sua remoção da responsabilidade das entidades que a tiverem instalado ou resultem identificáveis das mensagens expostas.
- 2 — Os responsáveis pela afixação dos meios amovíveis de propaganda em lugares públicos devem comunicar previamente à Câmara Municipal, por escrito, quais os prazos e condições de remoção desses meios amovíveis que pretendem cumprir, não podendo no entanto, esse prazo ser superior a 30 dias.

Artigo 73.º

Locais disponibilizados para propaganda em campanha eleitoral

- 1 — Nos períodos de campanha eleitoral a Câmara Municipal coloca à disposição dos partidos ou forças concorrentes estruturas em locais especialmente destinados à afixação da sua propaganda.
- 2 — A Câmara Municipal procederá a uma distribuição equitativa dos espaços por todo o seu território de forma a que, em cada local destinado à afixação de propaganda política, cada partido ou força concorrente disponha de uma área disponível não inferior a 2 m².
- 3 — A Câmara Municipal publica até 30 dias antes do início de cada campanha eleitoral, através de edital, uma lista com a enumeração e localização dos meios ou suportes especialmente postos à disposição dos partidos ou forças concorrentes para a afixação ou inscrição de mensagens de propaganda nesses períodos.
- 4 — Os partidos ou forças concorrentes, devem remover a propaganda, afixada ou inscrita nos locais a que se refere o presente artigo, nos 10 dias seguintes, à realização do acto eleitoral.
- 5 — É garantido o respeito, na íntegra, da Lei n.º 26/99, de 3 de Maio e demais legislação aplicável à propaganda política em campanha eleitoral.

Artigo 74.º

Remoção da propaganda

1 — Findos os prazos previstos no presente Capítulo ou concedidos pela Câmara Municipal sem que a entidade responsável pela afixação ou inscrição proceda à remoção da propaganda ou dos seus meios, ou verificando-se a afixação ou inscrição de mensagens de propaganda, ou a realização desta, em violação do disposto no artigo 4.º da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, na sua redacção actual, ou do presente Regulamento,

a Câmara Municipal pode exigir a remoção dos referidos meios ou mensagens após a audiência dos interessados e a fixação com os mesmos dos prazos e condições de remoção.

2 — Decorrido o prazo fixado e as condições acordadas, a Câmara Municipal poderá proceder a essa remoção à custa do transgressor.

3 — Os actos pelos quais as câmaras municipais ordenarem a remoção de propaganda devem ser fundamentados nos termos gerais de direito relativamente a cada meio de propaganda cuja destruição ou remoção seja ordenada.

4 — Excepcionalmente, poderão ser removidos meios amovíveis de propaganda que afectem directa e comprovadamente a segurança das pessoas ou das coisas, constituindo perigo eminente cuja conjuração se revele incompatível com a observância das formalidades legais, sem prejuízo da imediata notificação dos interessados.

CAPÍTULO VI

Fiscalização e Sanções

Artigo 75.º

Fiscalização

Sem prejuízo da competência atribuída por lei ou por delegação de competências a outras entidades, incumbe aos serviços da Câmara Municipal, com essas atribuições, a fiscalização do disposto no presente Regulamento.

Artigo 76.º

Contra-ordenações

1 — As infracções ao disposto no presente Regulamento constituem contra-ordenações puníveis com coima.

2 — Quem der causa à contra-ordenação e os respectivos agentes, se diferentes, são solidariamente responsáveis pela reparação dos prejuízos causados a terceiros.

3 — Ao montante da coima, às sanções acessórias e às regras de processo aplicam-se as disposições constantes do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 356/ 89, de 17 de Outubro, pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 de Setembro, e pela Lei n.º 109/2001, de 24 de Dezembro.

Artigo 77.º

Regime Sancionatório

1 - Sem prejuízo da punição pela prática de crime de falsas declarações e do disposto noutras disposições legais, constituem contraordenação as infrações previstas no artigo

28.º do Decreto-Lei nº 48/2011, de 1 de abril, bem como o disposto nos números seguintes às situações a que seja aplicável e, na medida em que, não se encontrem em oposição com o referido artigo 28.º.

2 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não tenha sido precedida de licenciamento é punível com coima de 250 euros a 1250 euros, para as pessoas singulares, e de 500 euros a 2500 euros, para as pessoas coletivas.

3 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não respeitem as condições previstas na respetiva licença, designadamente quanto ao meio difusor, ao conteúdo da mensagem publicitária ou ao material autorizado a ser utilizado, bem como as normas relativas às características e condições a observar na instalação e utilização dos diversos suportes publicitários, é punível com coima de 200 euros a 1000 euros, para pessoas singulares, e de 400 euros a 2000 euros, para pessoas coletivas.

4 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença, ou a falta de identificação da anunciante exigida nos termos do disposto no n.º 2 do artigo 38.º, é punível com coima de 200 euros a 1000 euros, para pessoas singulares, e de 400 euros a 2000 euros, para pessoas coletivas.

5 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, em desrespeito pelo disposto nos artigos 8.º a 15.º, é punível com coima de 300 euros a 1500 euros, para pessoas singulares, e de 600 euros a 3000 euros, para pessoas coletivas.

6 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ou de propaganda em lugares ou espaços de propriedade privada, sem prévio consentimento do respetivo proprietário ou titular de outros direitos, é punível com coima de 300 euros a 1500 euros, para pessoas singulares, e de 600 euros a 3000 euros, para pessoas coletivas.

7 — As violações aos n.ºs 2 e 4 do artigo 69.º e ao art.71.º são puníveis com coima de 150 euros a 1500 euros para pessoas singulares e de 300 euros a 3000 euros para pessoas coletivas.

8 — A não remoção dos suportes publicitários ou dos meios de propaganda nas condições estabelecidas ou dentro do prazo fixado para esse efeito, é punível com coima de 500 euros a 1750 euros, para as pessoas singulares, e de 1000 euros a 3500 euros, para as pessoas coletivas.

9 — A violação de qualquer norma do presente regulamento, que não se encontre expressamente tipificada nos números anteriores, constitui contraordenação punível com coima de 150 euros a 1500 euros para pessoas singulares e de 300 euros a 3000 euros para pessoas coletivas.

10 — Para efeitos do presente artigo, é considerado responsável pela contraordenação a agência de publicidade, se identificável, ou o anunciante de mensagens publicitárias ou de propaganda.

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

12 — A determinação da medida concreta da coima far-se-á em função da gravidade objetiva da contraordenação e da censura (prevenção geral/prevenção especial) subjetiva da mesma, devendo ter-se em consideração a situação económica do agente, o benefício obtido pela prática da infração e a existência ou não de reincidência.

13 — A instauração do processo de contraordenação e a aplicação das coimas a que se referem os números anteriores é da competência do Presidente da Câmara, do vereador ou da entidade ou órgão com competência delegada.

14 — O produto proveniente da aplicação de coimas reverte para a entidade que procedeu à instauração do processo de contraordenação e à aplicação das coimas.

Artigo 78.º

Remoção

1 - Ocorrendo a caducidade ou a revogação da licença, ou ainda o termo do período de tempo a que respeita a mera comunicação prévia ou a comunicação prévia com prazo, o respetivo titular fica obrigado a proceder à remoção dos suportes publicitários ou de propaganda no prazo de 10 (dez) dias, a contar do ato que a determinou.

2 - Em caso de inércia ou recusa do titular ou responsável pela instalação, a Câmara ou a entidade ou órgão com competência delegada, após notificação, procederá à sua remoção ou inutilização, a expensas daquele.

3 - A restituição dos suportes publicitários ou de propaganda removidos será feita mediante prova do pagamento das despesas havidas com a remoção, transporte e armazenamento.

4 - Da eventual perda ou deterioração dos suportes publicitários ou de propaganda não emerge qualquer direito a indemnização.

5 - Caso o titular não reclame os suportes publicitários ou de propaganda removidos no prazo de 60 (sessenta) dias, considera-se os mesmos perdidos a favor do Município de

Portimão, podendo a Câmara Municipal ou a entidade ou órgão com competência delegada proceder à sua venda ou destruição.

6 - O disposto nos números anteriores é aplicável às restantes situações em que seja ordenada ao responsável a remoção por afixação ilícita de suportes publicitários ou de propaganda, nomeadamente por falta de título que legitime a mesma.

Artigo 79.º

Responsabilidade

1 — Respondem pelo desrespeito às normas estabelecidas no presente Regulamento os titulares das licenças ou as empresas cujos produtos ou actividades sejam publicitadas, e ainda os anunciantes das mensagens de propaganda.

2 — Os anunciantes, os profissionais, as agências de publicidade e qualquer outra entidades que exerçam a actividade publicitária, bem como os titulares dos suportes publicitários utilizados ou os respectivos concessionários, e ainda os anunciantes de mensagens de propaganda, respondem também civil e solidariamente, nos termos gerais, pelos prejuízos causados a terceiros em resultado da difusão de mensagens publicitárias ilícitas.

3 — Os anunciantes eximir-se-ão da responsabilidade prevista no número anterior caso provem não ter tido prévio conhecimento da mensagem publicitária ou de propaganda veiculada.

Artigo 80.º

Reincidência

1 — É punido como reincidente quem cometer uma infracção praticada com dolo, sancionada nos termos do disposto no artigo 79.º, depois de ter sido condenado por outra infracção, praticada com dolo, sancionada também nos termos do referido artigo

se, entre as duas infracções, não tiver decorrido um prazo superior ao da prescrição da primeira.

2 — Em caso de reincidência, a coima a aplicar será o dobro da que em concreto tenha sido aplicada anteriormente.

3 — Em todo o caso, a coima a aplicar ao reincidente não poderá ir além dos limites legalmente estabelecidos.

Artigo 81.º

Sanções acessórias

1 - Em função da gravidade da infração e da culpa do agente, simultaneamente com a coima podem ser aplicadas as seguintes sanções acessórias:

- a) Interdição do exercício de atividade, se o agente praticar a contraordenação com flagrante e grave abuso da função que exerce ou com manifesta e grave violação dos deveres que lhe são inerentes;
- b) Encerramento do estabelecimento quando a contraordenação tenha sido praticada por causa do funcionamento do estabelecimento;
- c) Impossibilidade de renovação de licença a quem tenha processo de contraordenação pendente;
- d) Perda de objetos pertencentes ao agente e utilizados na prática da infração;
- e) Privação do direito a subsídio ou benefício outorgado por entidades ou serviços públicos.

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

3 — As despesas provenientes de execução das sanções acessórias devem ser tidas em conta na fixação do valor da coima.

Artigo 82.º

Pagamento voluntário da coima

1 — É admissível em qualquer altura do processo, mas sempre antes da decisão, o pagamento voluntário da coima, a qual será liquidada pelo mínimo, sem prejuízo das custas que forem devidas.

2 — O pagamento voluntário da coima não exclui a possibilidade de aplicação de sanções acessórias.

CAPÍTULO VII

Disposições finais e transitórias

Artigo 83.º

Contagem dos prazos

Todos os prazos fixados no presente Regulamento contam-se nos termos previstos no artigo 72.º do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 84.º

Dúvidas e omissões

Todas as dúvidas e omissões que, eventualmente, surjam na aplicação ou interpretação do presente Regulamento, serão resolvidas mediante deliberação da Câmara Municipal de Portimão.

Artigo 85.º

Direito subsidiário

Em tudo o que não esteja especialmente previsto no presente Regulamento recorrer-se-á à lei geral, aos princípios gerais de direito e, na sua falta ou insuficiência, às disposições da lei civil.

Artigo 86.º

Normas revogatórias

Com a entrada em vigor do presente Regulamento são revogadas todas as normas regulamentares referentes à publicidade em vigor no município de Portimão.

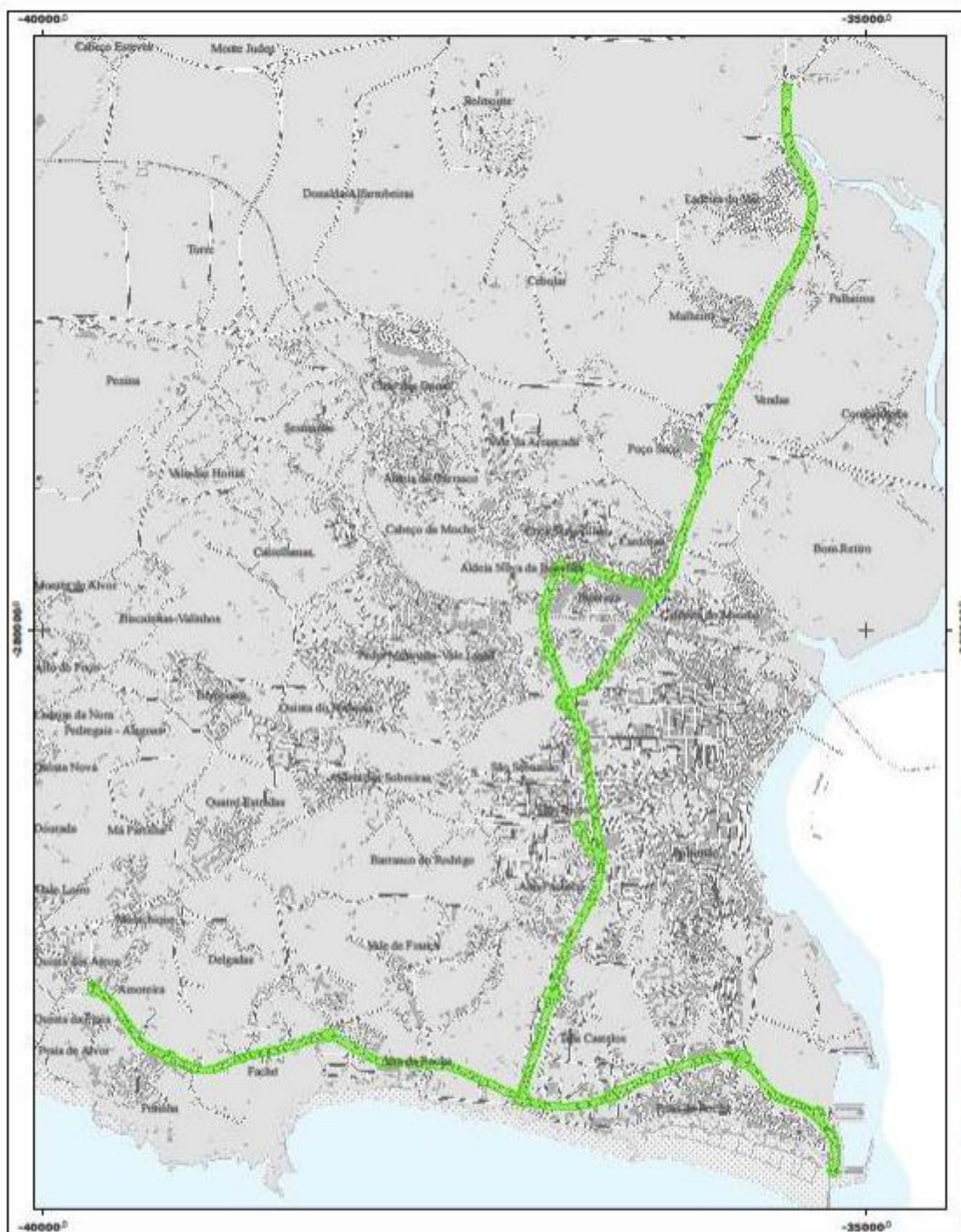
Artigo 87.º

Entrada em vigor

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

ANEXOS





Departamento Técnico de Planeamento e Urbanismo - Divisão de Informação Geográfica



Sistema de Referência Geográfica
Projeção de Gauss - Kruger
Escala de Mapas
Datum 73
Margem de Cotação (Altitude)

Regulamento de Publicidade e Propaganda

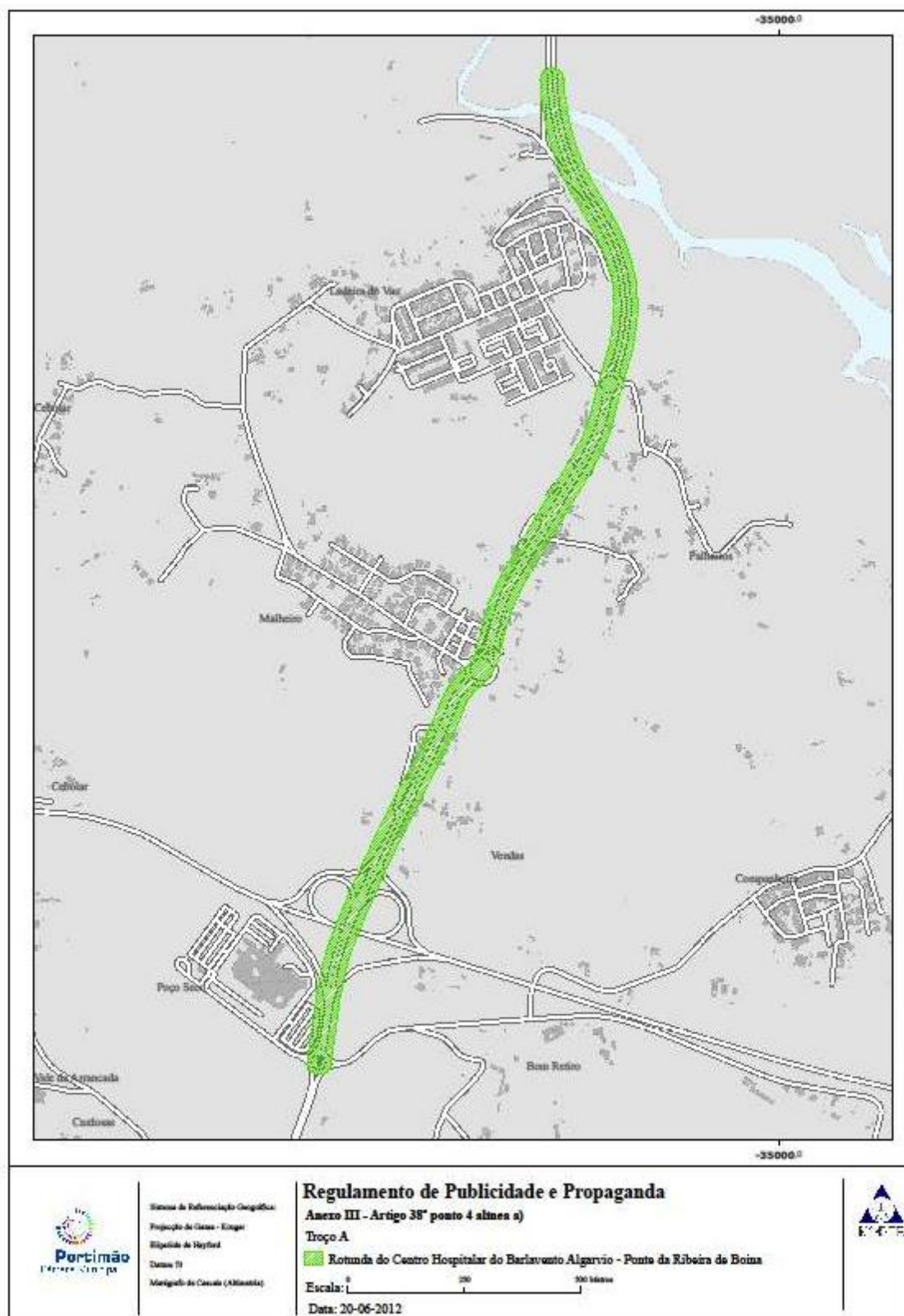
Anexo II - Artigo: 38º ponto 1, alínea e)

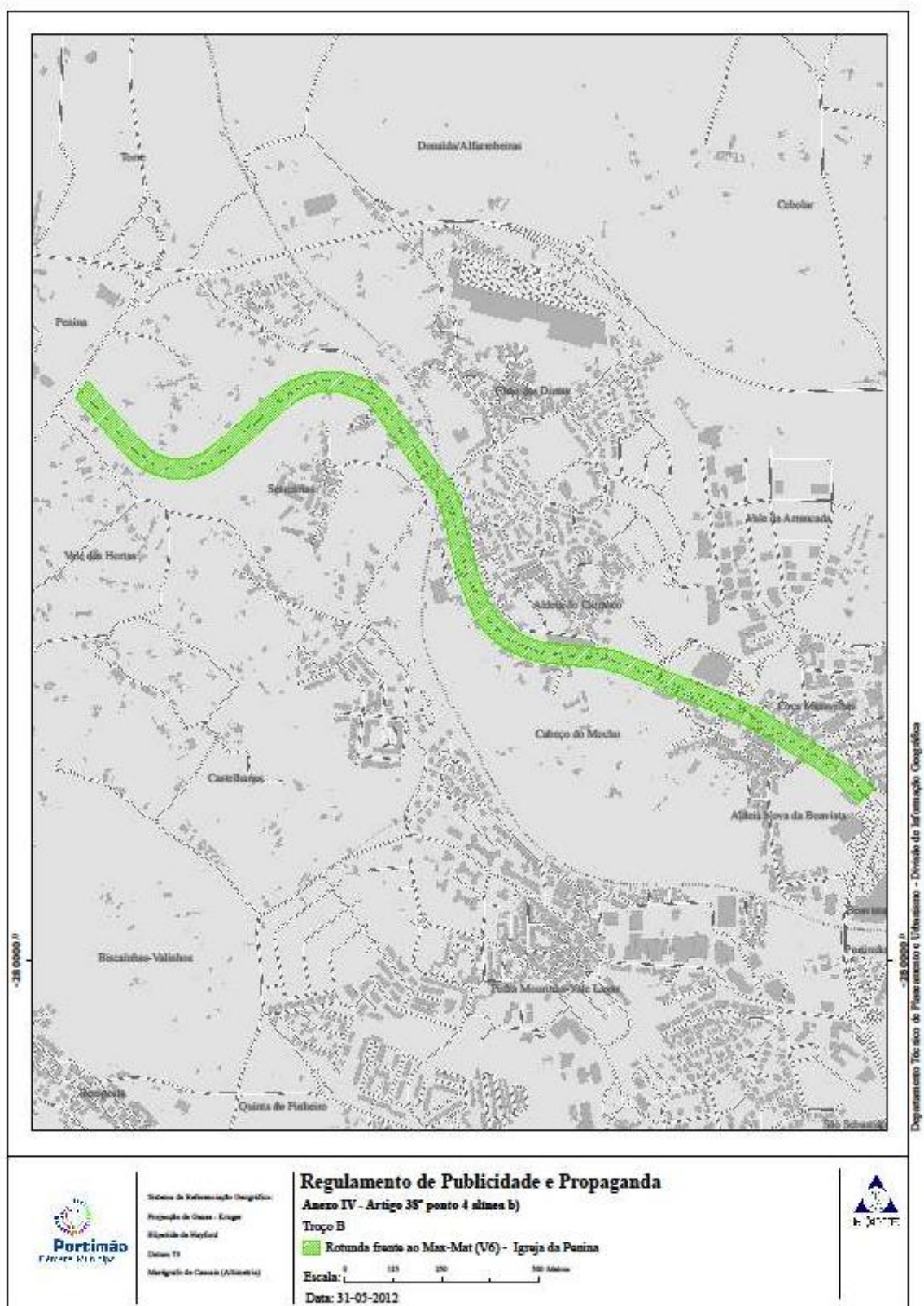
Vias com características de tráfego rápido

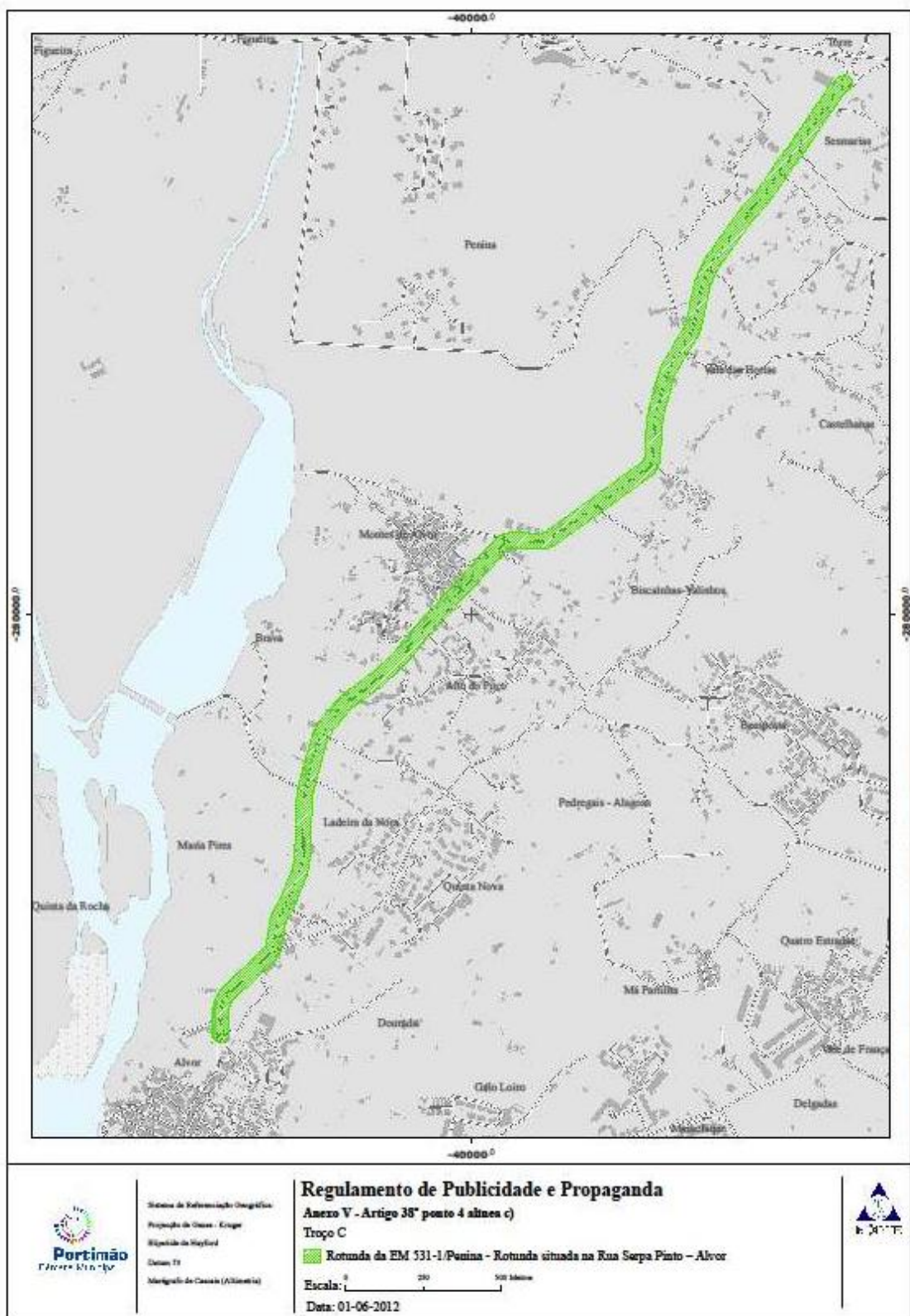
Escala: 0 250 500 1.000 metros

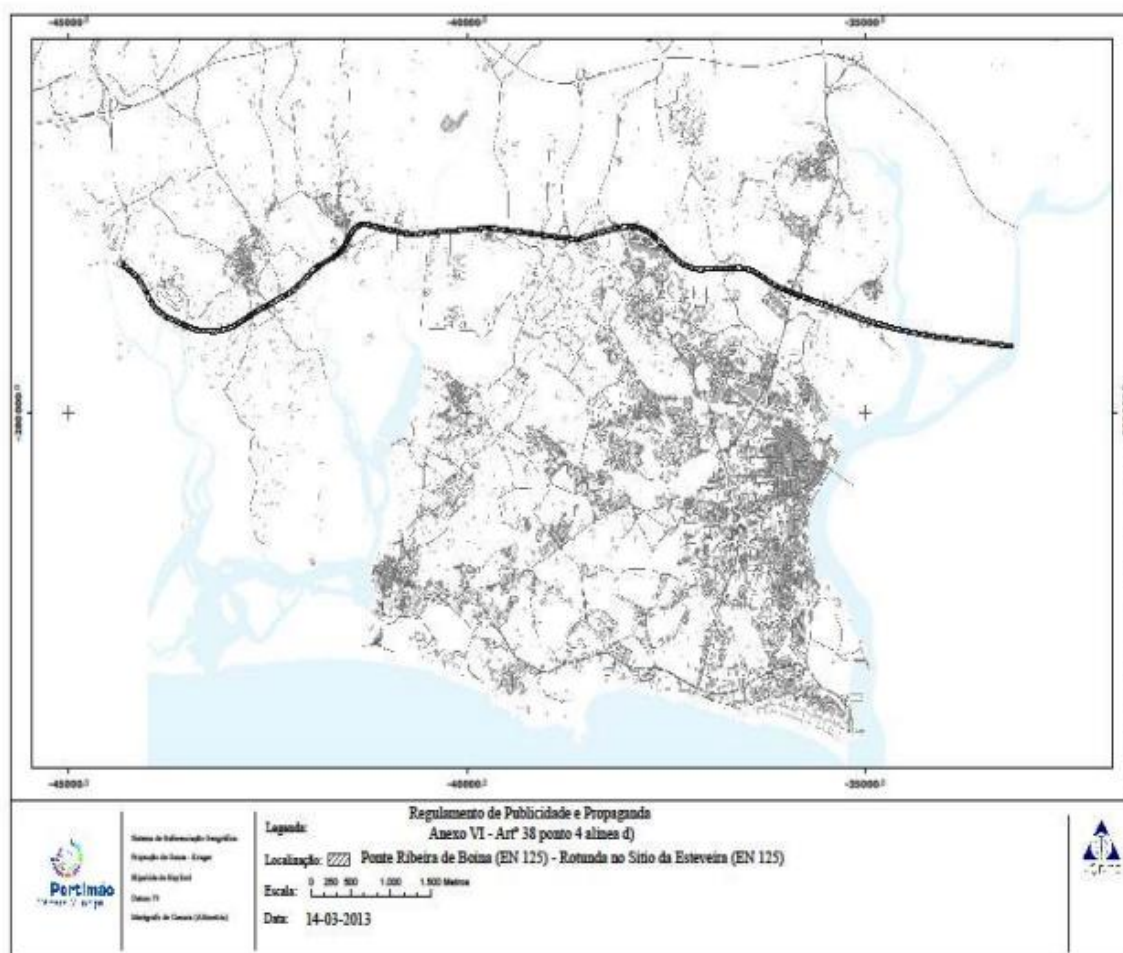
Data: 31-05-2012











Departamento Técnico de Planeamento e Urbanismo - Divisão de Informação Geográfica



Sistema de Informação Geográfica
 Registo de Dados - Geop
 Alameda do Rio Real
 8500-071
 Alameda do Rio Real (Alameda)

Legenda:

Regulamento de Publicidade e Propaganda
 Anexo VI - Artº 38 ponto 4 alínea d)
 Localização: Ponte Ribeira de Boim (EN 125) - Rotunda no Sítio da Esteveira (EN 125)

Escala: 0 250 500 1.000 1.500 Metros

Data: 14-03-2013

