

MUNICÍPIO DE ALCANENA

Regulamento Municipal de Publicidade

Preâmbulo

Considerando a competência específica sobre o licenciamento de publicidade atribuída aos Órgãos do Município, como refere a Lei nº. 97/88, de 17 de agosto, com a atual redação;

Considerando o disposto no Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei nº. 330/90, de 23 de outubro;

Considerando que se encontra em vigor o Regulamento Municipal de Publicidade aprovado pela Assembleia Municipal de Alcanena, na sua sessão ordinária realizada em 20 de dezembro de 2002, precedendo proposta da Câmara Municipal aprovada na sua reunião ordinária de 14 de outubro do mesmo ano, conforme edital publicado no Apêndice número 73 ao Diário da República II Série, nº. 111, de 14 de maio de 2003, precedendo inquérito público, publicado no Apêndice nº. 69 ao Diário da República II Série, nº. 125, de 31 de maio de 2002;

Considerando que o Decreto-Lei nº. 48/2011, de 1 de julho, que regula o regime denominado "Licenciamento Zero", procede a uma profunda alteração ao modelo de controlo prévio em diversas áreas de intervenção por parte das Autarquias Locais, nomeadamente no regime da afixação, inscrição e difusão de mensagens de publicidade e propaganda, previsto na Lei nº. 97/88, de 17 de agosto, de modo a eliminar o licenciamento municipal para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, quando relacionadas com a atividade do estabelecimento;

Considerando que o citado Decreto-Lei nº. 48/2011 procura reduzir os encargos administrativos sobre os cidadãos e empresas, por via da eliminação de licenças, autorizações, vistorias e condicionamentos prévios para algumas atividades. Reduz, pois, a incidência da atividade administrativa municipal na fase do controlo prévio e acentua a tónica na fiscalização à posteriori, e, bem assim, na criação de mecanismos de responsabilização efetiva dos promotores;

Considerando que o regime criado pelo mencionado Decreto-Lei nº. 48/2011, procede, ainda, à criação e disponibilização de um balcão único eletrónico, onde é possível ao munícipe cumprir os atos e formalidades necessários para aceder e exercer uma atividade de serviços, com o objetivo de desmaterializar procedimentos e modernizar a relação da Administração Pública com os particulares;

Torna-se necessário adequar o Regulamento Municipal de Publicidade atualmente em vigor no concelho de Alcanena, às disposições legais constantes do Decreto-Lei nº. 48/2011, de 1 de abril, por forma a garantir que o regime do "Licenciamento Zero" tenha uma plena e eficaz aplicação no plano municipal.

Foram consultados, nos termos do artigo 117º. do Código do Procedimento Administrativo, a Direção-Geral do Consumidor, a Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO), a Associação Empresarial de Torres Novas, Entroncamento, Alcanena e Golegã (ACIS), a Associação Empresarial da Região de Santarém (NERSANT) e a Associação Portuguesa das Empresas de Publicidade e Comunicação (APAP).

O Regulamento foi, ainda, objeto de apreciação pública, em projeto, nos termos do disposto no artigo 118º. do Código do Procedimento Administrativo, por um período de 30 dias contados da sua publicação no Diário da República, II Série, tendo sido publicitado em edital afixado nos lugares de estilo e no sítio da Internet do Município de Alcanena, em www.cm-alcanena.pt.

Este Regulamento foi aprovado pela Assembleia Municipal de Alcanena, no âmbito das suas competências em matéria regulamentar, ao abrigo do disposto na alínea a) do nº. 2 do artigo 53º. da Lei nº. 169/99, de 18 de setembro, na redação em vigor e bem assim ao abrigo do disposto no artigo 11º. da Lei nº. 97/88, de 17 de agosto, com a atual redação.

CAPITULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 1º.

Lei habilitante

O presente Regulamento é elaborado ao abrigo do disposto nos artigos 112º. e 241º. da Constituição da República Portuguesa, na alínea a) do nº. 6 do artigo 64º. e alínea a) do nº. 2 do artigo 53º., ambos da Lei nº. 169/99, de 18 de setembro, com as alterações introduzidas pela Lei nº. 5-A/2002, de 11 de janeiro, artigo 15º. da Lei nº. 2/2007, de 15 de janeiro, artigo 6º. da Lei nº. 53-E/2006, de 29 de dezembro, e artigos 1º. e 11º. da Lei nº. 97/88, de 17 de agosto e da Lei nº. 23/2000, de 23 de agosto, com as alterações introduzidas pelo Decreto-lei nº. 48/2011, de 1 de abril.

Artigo 2º.

Âmbito de aplicação

1 – O presente Regulamento aplica-se a qualquer forma de publicidade de natureza comercial e a todos os suportes de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, sempre que estes se dividem do espaço público.

2 – Sem prejuízo do cumprimento das regras sobre a ocupação do espaço público e do regime jurídico da conservação da natureza e biodiversidade, 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, a afixação e inscrição de mensagens publicitárias nos seguintes casos:

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

b) As mensagens publicitárias de natureza comercial, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público, afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas, que publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou estão relacionada com bens ou serviços comercializados de forma legal, no prédio em que se situam;

c) As mensagens publicitárias de natureza comercial que ocupam 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 de forma legal;

d) Os anúncios ou reclames colocados ou afixados dentro dos estabelecimentos ou no interior das montras de exposição destes, quando forem respeitantes aos produtos ali fabricados ou comercializados de forma legal;

e) As placas, os dizeres e as indicações que resultem de imposição legal;

f) As mensagens publicitárias no próprio bem imóvel que anunciem a intenção de venda, trespasse ou arrendamento, mesmo que essas mensagens contenham a inscrição da empresa responsável pela venda, trespasse ou arrendamento;

g) Os anúncios do Estado e organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à atividade que prosseguem ou a eventos que promovam ocasionalmente;

h) A designação do nome do edifício;

i) Na propaganda eleitoral, a propaganda sonora e a afixação de cartazes, assim como a propaganda sindical e religiosa, efetuada nos termos da lei e nos locais próprios para o efeito;

j) Os anúncios destinados à identificação de símbolos oficiais, de farmácias e de profissões médicas, paramédicas e outros serviços de saúde, afixados no edifício onde é exercida a atividade, desde que especifiquem apenas os titulares, o horário de funcionamento e, quando for caso disso, a especialização;

k) Chapas identificativas de escritórios de advogados afixadas no edifício onde é exercida a atividade, desde que com a simples menção do nome e horas de expediente;

l) As indicações de marca, preço ou qualidade, quando colocados em artigos à venda;

m) Os distintivos de qualquer natureza, destinados a informar o público de que nos estabelecimentos onde se encontram apostos, se aceitam cartões de crédito ou outras formas de pagamento análogas;

n) As referências a patrocinadores de atividades 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;

o) A publicidade de espetáculos públicos com caráter cultural, desde que autorizados pelas autoridades competentes, afixada em locais próprios para o efeito ou no local onde ocorrerá o evento;

p) Os anúncios relativos a serviços de transportes coletivos públicos concedidos;

q) A publicidade em viaturas, desde que se refiram a empresas ou a produtos originários do Concelho de Alcanena, com exceção das unidades móveis publicitárias;

r) As instalações de publicidade em suporte publicitário concessionado pela Câmara Municipal em concurso público ou hasta pública, a qual, sendo esse o caso, será regida pelo respetivo contrato ou normas do procedimento inerente.

Artigo 3º.

Definições

1 – Para efeitos do disposto no presente Regulamento, entende-se por:

a) «Agência de publicidade», a sociedade comercial que tenha por objeto exclusivo o exercício da atividade publicitária;

b) «Alpendre», elemento rígido, com predomínio da dimensão horizontal, fixo aos paramentos das fachadas, com funções decorativas e ou de proteção contra agentes climatéricos;

- c) «Anunciante», a pessoa singular ou coletiva no interesse de quem se realiza a publicidade;
- d) «Anúncio eletrónico», o sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo e similares;
- e) «Anúncio iluminado», o suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- f) «Anúncio luminoso», o suporte publicitário que emite luz própria;
- g) «Atividade publicitária», o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciante, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários;
- h) «Balão, insuflável e semelhantes», todos os suportes a afixar temporariamente, que, para exposição no ar careçam de gás, podendo ou não estabelecer-se ligação ao solo por elemento de fixação.
- i) «Bandeirola», o suporte rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;
- j) «Cartaz», todo o meio publicitário constituído por papel ou tela;
- k) «Chapa», o suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não excede 0,60 metros e a máxima saliência não excede 0,05 metros;
- l) «Destinatário», a pessoa singular ou coletiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por ela seja, imediata ou mediata atingida.
- m) «Espaço contíguo à fachada do estabelecimento»:
 - m.1) Para efeitos de colocação/afixação de publicidade de natureza comercial, corresponde ao espaço público imediatamente contíguo à fachada do estabelecimento a área paralela à fachada do mesmo, com a largura máxima resultante do cumprimento das seguintes condições:
 - i) Não pode exceder o limite de 0,30 metros, medidos perpendicularmente à fachada do edifício;
 - ii) Nos passeios, o espaço público contíguo à fachada tem obrigatoriamente que salvaguardar um espaço livre de circulação no passeio público igual ou superior a 1,50 metros em relação ao limite externo do passeio.
 - iii) Em praças e zonas pedonais deve permanecer disponível, no ponto mais desfavorável, uma faixa contínua de circulação não inferior a 1,50 metros de largura;
 - iv) Excecionalmente, em passeios ou acessos pedonais de largura igual ou inferior a 1,50 metros, o espaço público contíguo à fachada tem obrigatoriamente que salvaguardar um espaço livre de circulação igual ou superior a 0,90 metros em relação ao limite externo do passeio ou do acesso.
 - v) No caso de não existir passeio, as distâncias referidas nas alíneas anteriores são medidas à berma.
 - m.2) Para efeitos de distribuição manual de publicidade pelo agente económico, corresponde ao espaço público imediatamente contíguo à fachada do estabelecimento, o espaço até ao limite de 1,00 metro ou, no caso do estabelecimento possuir esplanada, até ao limite da área ocupada pela mesma.
- n) «Esplanada aberta», a instalação no espaço público de mesas, cadeiras, guarda-ventos, guarda-sóis, estrados, floreiras, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano, sem qualquer tipo de proteção fixa ao solo, destinada a apoiar

estabelecimentos de restauração ou de bebidas similares ou empreendimentos turísticos;

o) «Expositor», a estrutura própria para apresentação de produtos comercializados no interior do estabelecimento comercial, instalada no espaço público;

p) «Floreira», o vaso ou recetáculo para plantas destinado ao embelezamento, marcação ou proteção do espaço público;

q) «Guarda-vento», a armação que protege do vento o espaço ocupado por uma esplanada;

r) «Letras soltas ou símbolos», a mensagem publicitária não luminosa, diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;

s) «Mupi», tipo específico de mobiliário urbano, constituído por moldura de uma ou duas faces, com estrutura própria afixada no solo, destinado a publicidade, podendo, em alguns casos, conter também informação;

t) «Outdoor», todo o suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão exceda 1,50 m, fixado diretamente no solo;

u) «Painel», espaço destinado à publicidade constituído por molduras com estrutura própria fixada no solo ou alvenaria de suporte;

v) «Palas», o elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, não rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas ou portas de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

w) «Pendão», o suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;

x) «Placa», o suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não excede 1,50 metros;

y) «Placa orientadora», placa destinada a orientar a localização de estabelecimentos e de outros empreendimentos, designadamente estabelecimentos hoteleiros, estabelecimentos de restauração e de bebidas, os diversos empreendimentos turísticos e comerciais, cuja maior dimensão não excede 1,50 metros.

z) «Publicidade», qualquer forma de comunicação feita por entidade de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, liberal, artesanal ou outra, desde que produzida com fins lucrativos e desde que tenha ainda como objetivo direto ou indireto 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;

aa) «Publicidade sonora», a atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária;

bb) «Sanefa», o elemento vertical de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

cc) «Suporte publicitário», o meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária

dd) «Tarja», suporte gráfico atravessando aereamente a via pública;

ee) «Tabuleta», o suporte não luminoso, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, que permite a afixação de mensagens publicitárias numa ou em ambas as faces;

ff) «Toldo», o elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas

ou portas de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

gg) «Totem», suporte com estrutura própria assente diretamente no solo, com predomínio da altura sobre a largura.

hh) «Unidades móveis publicitárias», veículos e ou atrelados utilizados como suportes de mensagens publicitárias.

ii) «Vitrina», o mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, colocado na fachada dos estabelecimentos comerciais, onde se expõem objetos e produtos ou se afixam informações;

jj) «Zona de estrada», o solo ocupado pela estrada, abrangendo a faixa de rodagem, as bermas, as pontes e os viadutos nela incorporados e, quando existam, as valetas, os passeios, as banquetas e os taludes.

2 – Para efeitos deste Regulamento, consideram-se ainda suportes publicitários: todos os instrumentos, veículos ou objetos não incluídos no número anterior que sejam utilizados para transmitir mensagens publicitárias, os quais serão taxados analogicamente.

Artigo 4º.

Condicionamentos especiais de inscrição e afixação de publicidade

1 – Nas zonas abrangidas por qualquer forma de intervenção da Câmara Municipal no património construído do Município, a afixação ou inscrição de mensagens de publicidade ou de propaganda nos lugares e espaços de propriedade pública ou privada pode ser objeto de condicionamentos especiais, em função da natureza e dos fins subjacentes àquelas intervenções.

2 – 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.

3 – É proibida a afixação de quaisquer mensagens de publicidade ou de propaganda em locais, edifícios ou monumentos de interesse histórico, paisagístico, cultural e arquitetónico, nomeadamente imóveis classificados, edifícios religiosos, cemitérios, sedes de órgãos de soberania ou de autarquias locais e demais edifícios públicos ou franqueados ao público.

4 – 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 em árvores, nas fachadas dos edifícios ou em qualquer outro mobiliário urbano, incluindo as caixas de distribuição da EDP e postos de eletricidade;

c) Suportes que excedam a frente do estabelecimento.

5 – 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, ou por qualquer outra forma a circulação rodoviária;
- c) Afetar a circulação de peões, especialmente dos cidadãos com mobilidade reduzida;
- d) Prejudicar ou dificultar a circulação de veículos de socorro e emergência;
- e) Prejudicar acessos e vistas dos edifícios vizinhos;
- f) Causar prejuízos a terceiros.

6 – É proibida a realização de inscrições ou pinturas murais e afins, em sinais de trânsito e placas de sinalização rodoviária.

7 – Sempre que a publicidade ocupe o espaço público, sem prejuízo do cumprimento dos critérios e princípios definidos pelo Município de Alcanena para a ocupação do espaço público, em passeios e zonas de circulação pedonal deverá ser garantida a largura mínima para a circulação pedonal de 1,50 metros e uma altura mínima de 2,60 metros, sem prejuízo do referido no artigo 3º., alínea m.1)/iii.

8 – A publicidade sonora deve respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas.

9 – É proibida a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias em qualquer bem sem o consentimento dos proprietários, possuidores ou detentores dos mesmos.

Artigo 5º.

Propaganda em campanha eleitoral

1 – Nos períodos de campanha eleitoral a Câmara Municipal colocará à disposição das forças concorrentes lugares e espaços especialmente destinados à afixação ou inscrição da sua propaganda.

2 – A Câmara Municipal procederá a uma distribuição, equitativa e por sorteio, dos lugares e espaços especialmente destinados à afixação ou inscrição de propaganda na área do Município, de modo a que cada força concorrente disponha de uma área não inferior a 2 m² em cada um desses locais.

3 – Até 30 dias antes do início de cada campanha eleitoral, a Câmara Municipal publicará em edital os lugares e espaços onde poderá ser afixada propaganda política, os quais não poderão ser inferiores a um local por 5000 eleitores ou por freguesia.

Artigo 6º.

Reserva de espaço para a promoção de atividades do Município ou por ele apoiadas

O licenciamento para afixação ou inscrição de mensagens de publicidade ou de propaganda pode determinar a reserva de algum ou alguns espaços, até ao máximo de 25% do total disponível, para a promoção de atividades do Município ou por ele apoiadas.

CAPITULO II LICENCIAMENTO

Artigo 7º.

Procedimento de licenciamento

1 – O pedido de licenciamento é dirigido ao presidente da Câmara Municipal, sob a forma de requerimento, apresentado em duplicado, ou numa única via em formato digital, e do qual devem constar, obrigatoriamente, os seguintes elementos:

- a) O nome ou a designação, o número de identificação fiscal, a residência ou sede social do requerente e a indicação da qualidade em que requer a licença;
- b) A indicação do tipo de publicidade enquadrada nas definições constantes do artigo 3º. do presente Regulamento;
- c) A identificação exata do local e/ou do edifício previsto para a afixação, bem como do suporte/dispositivo a utilizar na afixação, inscrição ou difusão da mensagem publicitária;
- d) O período pretendido para exibição/difusão da publicidade.

2 – Em anexo ao requerimento, devem ser juntos os seguintes elementos:

- a) Memória descritiva do projeto do suporte publicitário, com indicação dos materiais, forma e cores e mensagens publicitárias a inscrever;
- b) Desenho do suporte publicitário, com indicação da forma, dimensões e ou balanço para a afixação, apresentado em suporte de papel de tamanho A3 ou A4;
- c) No caso de suportes publicitários a colocar em fachadas de edifícios, deve apresentar-se o desenho do alçado existente com a proposta de publicidade, cotado/dimensionado;
- d) Plantas de localização fornecidas pela Câmara Municipal à escala 1/10000 e 1/2000 com indicação do local previsto para a instalação, inscrição afixação ou difusão da mensagem publicitária;
- e) Fotografias a cores do local onde pretende ser instalada ou difundida a publicidade, no formato mínimo 10x15, apresentadas em suporte de papel A4;
- f) Fotomontagem esclarecedora do pretendido quanto à afixação do suporte publicitário, apresentada em suporte de papel de tamanho A4 e que deverá mostrar quer o local destinado à afixação, quer a respetiva zona envolvente;
- g) No caso de suportes publicitários a colocar em fachada de edifícios situados em zona de intervenção do IGESPAR — Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico, I. P. ou outra entidade que o venha a substituir na administração do património cultural, desenho dos alçados de conjunto numa extensão de 10 metros para cada um dos lados, desenho do alçado e corte cotado esclarecedor do pretendido, à escala mínima de 1/100 ou 1/150, com a integração do suporte publicitário e com indicação dos materiais, cores e texturas a utilizar;
- h) Outros documentos que o requerente considere adequados a complementar os anteriores e a esclarecer a sua pretensão.

3 – Nos casos em que o requerente pretenda afixar ou inscrever mensagens de publicidade em lugares ou espaços sujeitos a jurisdição de outras entidades, deverá o mesmo apresentar documento comprovativo da autorização/licenciamento das entidades respetivas.

4 – O pedido de licenciamento deve ainda ser instruído com certidão da Conservatória do Registo Predial comprovativa de que o requerente é proprietário, locatário ou titular de outros direitos sobre os bens onde pretende afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária.

5 – No caso de o requerente não ser o titular de qualquer dos direitos referidos no número anterior, ao pedido de licenciamento deve ser junto documento comprovativo da titularidade da propriedade, a autorização do proprietário do bem ou bens ou da assembleia de condóminos onde se pretende afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária, com assinatura reconhecida nessa qualidade.

6 – O pedido de licenciamento deve ser acompanhado de fotocópia simples da licença, autorização ou qualquer outro título legalmente exigido para o exercício da atividade a publicitar, quando a esta não seja aplicável o Decreto-Lei nº. 48/2011, de 1 de abril.

7 – Na falta de apresentação de qualquer dos elementos instrutores referidos nos números anteriores, devem os mesmos ser solicitados, no prazo de 15 dias e de uma só vez, ao requerente para que os junte ao processo no prazo de 10 dias, sob pena de rejeição liminar do requerimento.

8 – Nos 15 dias seguintes à data da entrada do requerimento, pode ser solicitado ao requerente que preste os esclarecimentos necessários em face de dúvidas suscetíveis de comprometer a apreciação do pedido, bem como que apresente todos ou alguns dos seguintes elementos:

a) Autorização escrita de outros proprietários, comproprietários, locatários ou titulares de outros direitos que possam vir a ser afetados com a afixação ou inscrição pretendida;

b) Desenho que pormenorize a instalação do suporte publicitário, indicando as distâncias a outros elementos próximos, às escalas de 1/100 ou de 1/50, sempre que tal se revele necessário em função dos valores patrimoniais e estéticos envolvidos;

c) Termo de responsabilidade assinado por técnico habilitado, relativo a danos que o suporte publicitário possa vir a provocar em pessoas ou bens, sempre que tal se justifique pelas dimensões, características ou específicas condições de instalação do suporte, e a complementar, com contrato de seguro de responsabilidade civil, nos casos em que a instalação do anúncio ou reclamo seja feita a uma distância do solo superior a 4 metros, ou que as dimensões ou o peso do suporte publicitário impliquem a construção de aparato de sustentação.

d) No caso de suportes publicitários a colocar na fachada de edifícios, desenho dos alçados de conjunto numa extensão de 10 metros para cada um dos lados, desenho dos alçados e corte cotado esclarecedor do pretendido, à escala mínima de 1/100 ou 1/50, com a integração do suporte publicitário e com a indicação dos materiais, cores e texturas a utilizar.

e) Quaisquer outros esclarecimentos ou elementos necessários à apreciação do pedido.

9 – A falta de indicação e ou apresentação dos elementos ou esclarecimentos solicitados, no prazo que lhe for estabelecido, no âmbito dos números anteriores, implica o arquivamento do processo.

10 – No caso de rejeição liminar do pedido ao abrigo do disposto no nº. 7 deste artigo, o interessado que apresente novo pedido de licenciamento com o mesmo objeto, no prazo de 60 dias, pode, mediante despacho do Presidente da Câmara Municipal, ser dispensado de juntar os documentos apresentados com o pedido inicial que se mantenham válidos e adequados.

11 – Os processos devem, sempre que possível, ser instruídos em formato digital.

12 – Para efeitos do disposto no número anterior, a instrução dos processos em formato digital deverá ser em ficheiros com a extensão PDF-A.

Artigo 8º.

Licenciamento cumulativo

1 – Nos casos em que a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias exija a execução de obras de construção, ampliação, alteração ou demolição ou qualquer outra operação urbanística, sujeitas a um procedimento de controlo prévio,

licenciamento ou autorização, estas estão sujeitas à observância das condições estabelecidas no Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação e o requerente da licença de publicidade deve promover o seu requerimento cumulativo nos termos das normas legais e regulamentares aplicáveis.

2 – O procedimento de controlo prévio, licenciamento ou autorização a que haja lugar correrá os seus trâmites na Câmara Municipal de Alcanena em simultâneo com o procedimento de licenciamento da publicidade, ficando a decisão final deste licenciamento dependente do teor e sentido da decisão proferida naquele procedimento de controlo prévio, licenciamento ou autorização.

3 – O Presidente da Câmara Municipal é competente para ordenar o embargo, a demolição e ou a reposição na situação anterior àquela em que se encontrava antes da data do início das obras relacionadas com a atividade publicitária de acordo com o estatuído no regime jurídico da urbanização e da edificação.

Artigo 9º.

Pareceres de outras entidades

1 – A Câmara Municipal de Alcanena pode, sempre que o julgar necessário para a tomada de decisão, consultar quaisquer outras entidades que tenha por conveniente do ponto de vista dos interesses e valores a acautelar no licenciamento da publicidade.

2 – As entidades consultadas no âmbito do número anterior devem emitir os seus pareceres no prazo de 20 dias, findo o qual se considera terem dado a sua concordância ao pedido de licenciamento ou ao pedido de renovação da licença de publicidade, consoante os casos.

3 – Os pareceres emitidos nos termos dos números anteriores devem ser devidamente fundamentados e só têm carácter vinculativo quando tal resulte da lei, assentem em condicionalismos legais ou regulamentares e sejam emitidos dentro do prazo.

Artigo 10º.

Apreciação técnica

1 – O pedido de licenciamento é submetido à apreciação técnica pelos serviços municipais competentes destinada a determinar a existência de qualquer fundamento de facto ou de direito que obste ao respetivo deferimento, designadamente através da verificação do cumprimento das disposições legais e regulamentares e ou de normas técnicas gerais e específicas aplicáveis à afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

2 – Sem prejuízo do disposto no número anterior, os serviços municipais competentes verificam a regularidade formal do requerimento e, se for esse o caso, indicam quais os elementos complementares a solicitar ao requerente, bem como as entidades a consultar ao abrigo do artigo anterior.

3 – A informação prestada pelos serviços municipais na sequência da apreciação técnica efetuada deve concluir pela possibilidade ou não de deferimento do pedido de licenciamento e mencionar todos os elementos de facto e de direito necessários a fundamentar, de forma clara, suficiente e sucinta, a decisão final do procedimento.

Artigo 11º.

Decisão sobre o pedido

1 – A decisão sobre o pedido de licenciamento deve ser proferida no prazo de 30 dias, contado da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os

elementos necessários à decisão, nos termos dos artigos 7º., 8º. e 9º. do presente Regulamento, e após informação técnica dos serviços municipais competentes.

2 – Em caso de deferimento, a notificação da decisão deve indicar o local e o prazo para o pagamento das respetivas taxas, bem como o montantes devidos.

3 – A decisão de deferimento do pedido de licenciamento caduca se nos 15 dias seguintes a contar da sua notificação não for efetuado o pagamento da taxa.

Artigo 12º.

Casos de indeferimento

1 – O pedido de licenciamento será indeferido, sempre que se verificar algum dos seguintes fundamentos:

a) Desrespeito pela legislação em vigor à data do pedido;

b) Quando contrarie o disposto no presente Regulamento;

c) A existência, no mesmo espaço ou local, de qualquer mensagem publicitária devidamente licenciada já inscrita ou afixada;

d) O incumprimento de decisão condenatória proferida há menos de 2 anos em processo de contraordenação, por infração ao disposto neste Regulamento ou na legislação geral sobre publicidade;

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.

2 – A decisão de indeferimento do pedido de licenciamento deve ser fundamentada de facto e de direito e notificada ao requerente através de ofício.

Artigo 13º.

Taxas

1 – Sem prejuízo das taxas devidas pela ocupação de espaço público, pela concessão da licença de publicidade ou sua renovação ou seu averbamento de titular são devidas as taxas estabelecidas na Tabela de Taxas e Licenças do Município de Alcanena.

2 – Não poderá haver lugar à afixação ou inscrição de publicidade bem como qualquer outra forma de difusão da mensagem publicitária sem prévio pagamento das respetivas taxas de licenciamento.

3 – As taxas de publicidade serão atualizadas nos termos do disposto no Regulamento e tabela de taxas, licenças e outras receitas municipais em vigor no Município de Alcanena.

4 – O pagamento das taxas relativas à publicidade não isentam o interessado do pagamento de quaisquer outras previstas no Regulamento e Tabela de Taxas, Licenças e outras receitas Municipais em vigor no Município de Alcanena.

Artigo 14º.

Caução

1 – Para garantia da remoção da publicidade, após a caducidade do seu licenciamento, pode ser exigido ao requerente um depósito de caução no montante de € 100,00.

2 – A prestação da garantia prevista no número anterior deverá fazer-se simultaneamente com o pagamento das taxas da licença.

3 – A caução só é libertada depois de verificada pelos serviços municipais a remoção da publicidade e seu eventual suporte e limpeza do espaço.

Artigo 15º.

Validade, renovação e averbamento das licenças

1 – A licença para afixação ou difusão de publicidade é sempre concedida a título precário terá a duração requerida pelo interessado, se outra não for fixada pelas entidades intervenientes no licenciamento, não podendo contudo a sua validade ultrapassar o ano civil a que se reporta o licenciamento.

2 – A licença requerida para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias relativas a evento a ocorrer em datas determinadas caducará obrigatoriamente no termo dessa data.

3 – As licenças de anúncios fixos são concedidas apenas o local determinado.

4 – O titular da licença só pode exercer os direitos que a mesma lhe confere depois de proceder ao pagamento das taxas devidas.

5 – A renovação das licenças concedidas poderá ser efetuada mediante solicitação escrita ou verbal dos interessados, nos seguintes prazos:

a) As anuais, de janeiro a fevereiro;

b) As mensais, nos primeiros 10 dias de cada mês;

c) As com outros prazos, até ao dia 10 do mês seguinte ao da sua validade.

6 – A renovação das licenças a que se refere o número anterior, poderá ser efetuada por período inferior àquele por que foi concedida a licença em renovação.

7 – A renovação dará sempre lugar à emissão de nova licença.

8 – Nos casos de renovação de licenças de publicidade em lugares ou espaços sujeitos a jurisdição de outras entidades, deverá o requerente apresentar documento comprovativo da autorização/licenciamento das entidades respetivas.

9 – Para ser considerado pedido de renovação pressupõe que não há qualquer alteração ao pedido licenciado.

10 – A renovação não pode ser efetuada sem prévio pagamento das respetivas taxas.

11 – O pedido de averbamento do titular da licença de publicidade deve ser apresentado em impresso disponível nos serviços da Câmara Municipal de Alcanena (anexo I a este Regulamento), dirigido ao Presidente da Câmara Municipal de Alcanena, e dele deve constar:

a) A identificação completa do requerente;

b) O domicílio ou sede;

c) A identificação da licença de publicidade;

d) Os fundamentos do pedido.

12 – O pedido referido no número anterior deve ser acompanhado de:

a) Fotocópia do bilhete de identidade ou cartão do cidadão, no caso de pessoa singular, ou de certidão emitida pela Conservatória do Registo Comercial ou código de acesso à Certidão Permanente, no caso de pessoa coletiva, sendo que, neste último caso, devem ser apresentados os documentos de identificação do (s) representante(s) legal(ais);

b) Fotocópia do cartão de identificação fiscal ou cartão de identificação de pessoa coletiva;

c) Documento comprovativo da titularidade do requerente, nomeadamente, contrato de arrendamento, de trespasse, de cessão de exploração, escritura de compra e venda, entre outros.

13 – Em caso de deferimento do pedido a que se refere o número 11 deste artigo, a notificação deve indicar o local, bem como o prazo para o pagamento da taxa devida, nos termos do artigo 13º., assim como o valor da caução a prestar para garantia da

remoção da publicidade, se a mesma, de acordo com o disposto no artigo 14º., for obrigatória.

14 – A decisão de deferimento do pedido de averbamento do titular da licença de publicidade caduca se, nos 15 dias seguintes a contar da sua notificação, não for efetuado o pagamento da taxa.

Artigo 16º.

Documento do licenciamento

Servirá de licenciamento o comprovativo do pagamento das taxas respetivas emitido pela Câmara Municipal, devendo este, por esse facto, conter as seguintes indicações:

- a) A identificação do titular da licença de publicidade;
- b) A identificação do tipo de suporte publicitário utilizado para a afixação ou inscrição da mensagem publicitária;
- c) A identificação do ato administrativo de licenciamento de publicidade, com referência aos respetivos autores e data;
- d) A identificação do local de afixação ou inscrição da mensagem publicitária;
- e) Os condicionamentos ao licenciamento;
- f) Área/dimensões do anúncio;
- g) Data de validade do licenciamento;
- h) Uma referência à publicidade licenciada.

Artigo 17º.

Revogação da licença

A licença para afixação ou difusão de mensagens de publicidade ou de propaganda pode ser cancelada pela Câmara Municipal a todo o tempo se:

- a) O seu titular não cumprir as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado no licenciamento, sem prejuízo da eventual instauração de processo de contraordenação;
- b) O titular da licença não mantenha o suporte publicitário em condições de segurança, de estética e de higiene;
- c) Razões de ponderoso interesse público o exijam.

Artigo 18º.

Remoção dos suportes publicitários

1 – Em caso de caducidade ou revogação da licença, deve o respetivo titular proceder à remoção dos suportes publicitários no prazo de 10 dias, contados, respetivamente, da cessação da licença ou da notificação do ato de revogação.

2 – Sem prejuízo do disposto no número anterior, pode a Câmara Municipal proceder à remoção imediata dos suportes publicitários que se encontrem em domínio público a expensas do ocupante, ou ordenar a remoção dos colocados em terrenos privados, sempre que se verifique qualquer das seguintes circunstâncias:

- a) Afixação, inscrição ou difusão de publicidade sem prévio licenciamento ou em desconformidade com o estipulado no presente Regulamento;
- b) Desrespeito pelos termos do alvará de licenciamento, nomeadamente alteração do meio difusor, do conteúdo da mensagem publicitária ou do material autorizado para a sua afixação ou inscrição.

3 – Para efeitos do número anterior deve a Câmara Municipal notificar o infrator, fixando-lhe o prazo de dez dias para proceder à remoção do suporte publicitário

4 – Caso o titular da licença ou o infrator não tenha procedido, dentro do prazo fixado, à remoção dos suportes publicitários, pode a Câmara Municipal efetuar a remoção, sem, no entanto se responsabilizar por quaisquer danos ocasionais em bens do domínio privado pela afixação ou remoção do suporte publicitário.

5 – Sempre que a Câmara Municipal proceda à remoção dos suportes publicitários, nos termos do presente artigo, o titular da licença ou o infrator é responsável pelo pagamento de todas as despesas correspondentes, inclusive as de depósito e guarda de bens. O pagamento deve ser efetuado no prazo de 15 dias úteis contados da notificação para o efeito, sob pena de as mesmas serem cobradas coercivamente, servindo de título executivo a certidão emitida pela Câmara Municipal de Alcanena comprovativa do montante das despesas.

6 – No caso de os proprietários não procederem ao levantamento dos materiais no prazo de trinta dias, consideram-se os mesmos perdidos a favor da Autarquia.

7 – Sempre que tal se mostre necessário, a Câmara Municipal de Alcanena deve solicitar às autoridades policiais competentes a adoção de medidas destinadas à proteção dos trabalhadores municipais encarregues de efetuar a remoção dos suportes publicitários.

8 – Sempre que o exija a execução dos trabalhos de remoção dos suportes publicitários, nomeadamente para garantir o acesso de trabalhadores, máquinas ou viaturas ao local, a Câmara Municipal de Alcanena pode determinar a posse administrativa do bem do domínio privado onde esteja afixada ou inscrita a mensagem publicitária, nos termos do disposto no artigo seguinte.

Artigo 19º.

Posse administrativa

1 – O ato administrativo que tiver determinado a posse administrativa é notificado aos titulares dos direitos reais sobre o bem do domínio privado onde estiver afixado o suporte publicitário.

2 – A posse administrativa é realizada pelos trabalhadores municipais designados para o efeito, mediante a elaboração do respetivo auto, o qual, para além de identificar o bem do domínio privado pela sua descrição jurídica ou física, indicará os titulares conhecidos de direitos reais sobre o mesmo, a data e o autor do ato administrativo referido no número anterior, a descrição sumária dos suportes publicitários em causa e, se for esse o caso, o número e a data do alvará de licença de publicidade.

3 – A posse administrativa manter-se-á pelo período necessário à execução dos trabalhos de remoção, caducando, automaticamente, com o fim dos mesmos.

Artigo 20º.

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 tenha havido uma utilização abusiva do espaço público ou se verifique a existência de perigo evidente para as pessoas e bens.

2 – Os proprietários ou titulares de outros direitos sobre locais onde forem afixadas, inscritas ou difundidas mensagens publicitárias em violação do presente Regulamento

podem destruir, rasgar, apagar ou por qualquer forma inutilizar e remover os suportes utilizados.

CAPÍTULO III **CRITÉRIOS PARA AFIXAÇÃO E INSCRIÇÃO DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS**

Artigo 21º.

Segurança e circulação de pessoas e veículos

1 – É proibida a afixação ou inscrição de publicidade fora dos aglomerados urbanos, em quaisquer locais onde a mesma seja visível das estradas nacionais, exceto nas situações previstas no Decreto-Lei nº. 105/98, de 24 de abril, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei nº. 166/99, de 13 de maio.

2 – Não podem, igualmente, ser afixadas ou inscritas mensagens publicitárias se não respeitarem as seguintes situações:

a) Em passeios de largura superior a 1,20 metros, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,90 metros em relação ao limite exterior do passeio, incluindo o lancil, no caso em que o haja, ou berma, podendo ser fixada a uma distância superior sempre que o tráfego automóvel e ou a existência ou previsão de instalação de equipamento urbano o justifiquem;

b) Em passeios de largura igual ou inferior a 1,20 metros, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 em relação ao limite exterior do passeio, incluindo o lancil, no caso em que o haja, ou berma;

c) Em passeios com largura igual ou inferior a 1,00 metro;

d) Em qualquer poste e/ou candeeiro de iluminação pública;

e) Em equipamento pertencente ao explorador da rede elétrica ou da rede de telecomunicações;

f) Em sinais de trânsito ou semáforos;

g) Em ilhas para peões ou suportes de sinalização;

h) A menos de 10,00 metros do início ou do fim das placas centrais.

3 – As limitações referidas no número anterior podem não ser respeitadas, depois de analisadas, caso a caso, sempre que daí não resulte qualquer perigo ou prejuízo para o trânsito.

4 – Aplicam-se subsidiariamente os critérios referidos no Anexo IV do Decreto-Lei nº. 48/2011, de 1 de abril.

5 – Os critérios referidos no nº. 1 a 3 do presente artigo produzem efeitos após a sua divulgação no «Balcão do Empreendedor», sem prejuízo da sua publicação no sítio da internet do Município de Alcanena.

Artigo 22º.

Publicidade na proximidade da rede de estradas nacionais e regionais

1 – A afixação de mensagens publicitárias na proximidade da rede de estradas nacionais e regionais abrangidas pelo nº. 3 do artigo 1º. da Lei nº. 97/88, de 17 de agosto, alterada pelo artigo 31º. do Decreto-Lei nº. 48/2011, de 1 de abril, deverá obedecer aos seguintes critérios adicionais:

a) A mensagem ou os seus suportes não poderão ocupar a zona da estrada que constitui domínio público rodoviário do Estado;

b) A ocupação temporária da zona da estrada para instalação ou manutenção das mensagens ou dos seus suportes está sujeita ao prévio licenciamento da EP – Estradas de Portugal, S. A.;

c) A mensagem ou os seus suportes não deverão interferir com as normais condições de visibilidade da estrada e/ou com os equipamentos de sinalização e segurança;

d) A mensagem ou os seus suportes não deverão constituir obstáculos rígidos em locais que se encontrem na direção expectável de despiste de veículos;

e) A mensagem ou os seus suportes não deverão possuir qualquer fonte de iluminação direcionada para a estrada capaz de provocar encadeamento;

f) A luminosidade das mensagens publicitárias não deverá ultrapassar as 4 candelas por metro quadrado;

g) Não deverão ser inscritas ou afixadas quaisquer mensagens nos equipamentos de sinalização e segurança da estrada;

h) A afixação ou inscrição das mensagens publicitárias não poderá obstruir os órgãos de drenagem ou condicionar de qualquer forma o livre escoamento das águas pluviais;

i) Deverá ser garantida a circulação de peões em segurança, nomeadamente os de mobilidade reduzida, para tal, a zona de circulação pedonal, livre de qualquer mensagem ou suporte publicitário, não deverá ser inferior a 1,50 metros.

2 – Toda a publicidade que não caiba na definição do n.º 3 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto (com a alteração do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril), continuará a merecer a prévia autorização da EP – Estradas de Portugal, S. A., nos termos do disposto do n.º 2 do artigo 2.º da lei citada.

3 – Aplicam-se subsidiariamente os critérios referidos no Anexo IV do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril.

CAPITULO IV MEIOS OU SUPORTES PUBLICITÁRIOS

Artigo 23.º

Materiais dos suportes

1 – Nos suportes de publicidade e de propaganda devem ser preferencialmente utilizados materiais não agressores do meio ambiente e biodegradáveis, prioritariamente metais, madeiras, vidros e acrílicos.

2 – Na seleção dos materiais deve atender-se às tradições e materiais típicos locais.

3 – Os suportes publicitários devem obrigatoriamente ser mantidos pelo titular do alvará de licença em bom estado de conservação, limpeza e estabilidade, caso contrário ficarão sujeitos às sanções previstas no artigo 42.º e seguintes do presente Regulamento.

Artigo 24.º

Cartazes, prospetos e autocolantes

1 – É proibida a pintura e colagem ou afixação de cartazes e prospetos nas fachadas dos edifícios, nas faixas de rodagem, passeios, placas de identificação de localidades, sinais de trânsito, abrigos de passageiros, paredes, muros, bancos, papeleiras, contentores, vedações, tapumes, outros locais semelhantes, ou em qualquer outro mobiliário urbano.

2 – Só podem ser afixados cartazes em vedações ou tapumes provisórios ou locais que a Câmara Municipal disponibilizar para esse efeito.

3 – Em situações excepcionais e devidamente fundamentadas, pode ser licenciada a colocação de cartazes noutros locais, desde que sejam respeitados os princípios e regras previstos neste Regulamento.

4 – Em qualquer caso, a Câmara Municipal pode estabelecer condicionamentos à afixação de cartazes, designadamente quanto ao número de cartazes e à distância que os deva separar.

5 – No bordo inferior direito de cada cartaz deve constar a insígnia impressa ou colada, a expensas do requerente, com a indicação bem visível do número da guia de pagamento e validade do licenciamento e a identificação do respetivo titular, cujo modelo é o previsto no anexo II ao presente Regulamento, do qual faz parte integrante.

6 – À colocação de cartazes, prospectos e autocolantes é aplicável o disposto no artigo 14.º deste Regulamento.

7 – A fixação de autocolantes só é permitida em montras, janelas ou portas.

Artigo 25.º

Publicidade sonora

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

2 – A difusão de publicidade através de meios sonoros, fixos ou móveis, é objeto de licenciamento temporário, devendo ser cumprida a legislação vigente, nomeadamente a que se refere ao ruído, sem prejuízo do disposto no n.º 3 da Lei n.º 97/98, de 17 de agosto, na sua atual redação dada pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril.

3 – A difusão de mensagens sonoras publicitárias de natureza comercial não pode ocorrer nos seguintes casos:

a) Em edifícios de habitação, aos sábados, domingos e feriados, e nos dias úteis no período compreendido entre as 20,00 horas e as 8,00 horas;

b) Na proximidade de escolas, durante o respetivo horário de funcionamento;

c) Na proximidade de hospitais ou estabelecimentos similares.

4 – A publicidade sonora está sujeita aos limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas.

5 – Para efeitos do conceito de proximidade referido nas alíneas b) e c) do n.º 3 deste artigo, define-se como distância mínima a considerar aos locais referidos, 300 metros.

6 – As unidades móveis poderão fazer uso de material sonoro respeitando os limites impostos neste Regulamento e em legislação especial sobre o ruído.

7 – As unidades móveis publicitárias não podem permanecer estacionadas no mesmo local público por período superior a duas horas.

Artigo 26.º

Colocação de chapas e placas

1 – Em cada edifício, as chapas e placas devem apresentar dimensão, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

2 – As chapas não podem ser colocadas de modo a que ocultem elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas.

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

4 – As chapas não podem exceder na sua maior dimensão 0,60 metros, nem ter saliência superior a 0,05 metros.

5 – As placas só podem ser instaladas ao nível do rés-do-chão dos edifícios e afixadas dentro dos estabelecimentos, no interior das montras de exposição ou confinadas à área do vão, pelo exterior, pertencente ao respetivo estabelecimento.

6 – A instalação das placas deve obedecer às seguintes condições cumulativas:

a) A dimensão máxima em altura permitida é de 0,60 metros;

b) A distância mínima ao solo é de 2,20 metros, sem prejuízo das regras estabelecidas no regime em vigor da acessibilidade aos edifícios e estabelecimentos que recebem público, via pública e edifícios habitacionais;

c) A saliência máxima permitida é de 0,20 metros.

7 – As placas de proibição de afixação de anúncios devem ser colocadas preferencialmente nos cunhais dos prédios, mas nunca próximo das placas que designam arruamentos, não podendo as suas dimensões exceder 0,20 metros por 0,30 metros.

8 – As placas com alusão a profissões e identificação dos respetivos profissionais, assim como as placas com alusão ma entidades publicitadas, devem ser retiradas se o profissional e a entidade identificados na placa cessarem a prestação do serviço.

Artigo 27º.

Colocação de tabuletas ou bandeiras

A instalação das tabuletas ou bandeiras deve obedecer às seguintes condições:

a) As tabuletas ou bandeiras não podem prejudicar os enfiamentos visuais ao longo das vias;

b) As tabuletas ou bandeiras não podem ser instaladas a menos de 3,00 metros de outra tabuleta ou bandeira já licenciada;

c) A distância mínima ao solo é de 2,60 metros, considerando para o efeito o limite inferior a tabuleta ou bandeira, sem prejuízo das regras estabelecidas no regime em vigor da acessibilidade aos edifícios e estabelecimentos que recebem público, via pública e edifícios habitacionais

d) Não podem exceder o balanço de 1,50 metros em relação ao plano marginal do edifício, devendo ficar afastadas no mínimo, 0,20 metros do limite exterior do passeio

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

Artigo 28º.

Colocação de bandeirolas

1 – A instalação de bandeirolas em área de proteção das localidades está sujeita a licenciamento.

2 – As bandeirolas podem ter a dimensão máxima de 0,60 metros de largura por 1,00 metro de altura.

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

4 – A colocação das bandeiras não pode prejudicar a normal circulação e segurança de pedestres e veículos.

5 – A fixação das bandeiras deve respeitar as seguintes distâncias mínimas:

a) 10,00 metros de qualquer tipo de sinalização de trânsito;

b) 3,00 metros entre a sua parte inferior e o solo;

c) 1,50 metros da faixa de rodagem;

d) 3,00 metros entre a fachada do edifício mais próximo e o bordo exterior das bandeiras.

e) A distância entre bandeiras afixadas ao longo das vias deve ser igual ou superior a 50 metros.

6 – As bandeiras não podem ser instaladas em postes de iluminação nem em semáforos.

Artigo 29º.

Colocação de painéis e mupis

1 – Não podem ser afixados em edifícios (salvo em casos especiais), nem serem colocados em frente de vãos dos mesmos.

2 – A estrutura de suporte do painel ou do mupi deve ser de material resistente oferecendo a solidez e a resistência suficientes para não por em risco a segurança dos usuários da via pública.

3 – Devem ser em cor adequada ao ambiente e estética do local.

4 – A distância entre a parte inferior da moldura dos painéis e o solo não pode ser inferior a 2,60 metros.

5 – Os painéis e os mupis devem ser colocados de modo a não constituírem elemento perturbador aos usuários da via pública.

6 – Os painéis não poderão exceder as dimensões de 8,00 metros de largura por 3,00 metros de altura.

7 – Quando afixados em tapumes, vedação ou elementos congêneres, os painéis ou mupis devem dispor-se a distâncias regulares.

8 – Na estrutura deve ser afixado a identidade do titular e o respectivo contacto, não podendo tal fixação exceder as dimensões de 0,40 metros x 0,20 metros.

9 - Os painéis podem ter saliências parciais, desde que estas não ultrapassem, na sua totalidade:

a) 1,00 metros para o exterior na área central de 1,00 metros quadrado de superfície;

b) 0,50 metros de balanço em relação ao seu plano.

10 – Não é permitida a instalação de painéis em passeios com menos de 2 metros de largura, devendo garantir -se a existência de um percurso pedonal acessível de acordo com a legislação em vigor.

11 – Quando colocados ao longo das vias urbanas, os painéis não podem ter entre si uma distância inferior a 150 metros, salvo em situações excepcionais e devidamente fundamentadas em que seja possível a instalação em conjunto.

Artigo 30º.

Condições de instalação de totens

1 – Quando colocados em espaços do domínio público, os totens só podem ser instalados em locais que a Câmara Municipal determinar para o efeito, sendo que quando se tratar de passeios, estes terão de ter largura igual ou superior a 5 metros.

2 – A Câmara Municipal poderá ainda definir os modelos, as dimensões e os locais possíveis para a colocação deste tipo de equipamento, atendendo à sua inserção no meio envolvente.

3 - Os totens não podem ser colocados de modo a constituírem elemento perturbador aos utentes da via pública, nem dificultar o acesso a estabelecimentos ou edifícios, pelo que não poderão localizar-se a uma distância não inferior a 2 metros das respetivas entradas.

4 – Deverão observar uma distância igual ou superior a 5 metros em relação a quaisquer outros elementos existentes na via pública.

5 – A estrutura de suporte do totem deve ser de material resistente oferecendo a solidez e a resistência suficientes em não por em risco a segurança de terceiros.

Artigo 31º.

Condições de instalação de pendões e tarjas

A instalação de pendões e tarjas deve obedecer às seguintes condições cumulativas:

- a) Só é admitida a instalação de pendões e tarjas destinados a publicitar eventos de cariz sociocultural, desportivo ou turístico a decorrer na área do Município de Alcanena;
- b) Os pendões e tarjas devem ser colocados a uma altura mínima do solo de 4 metros;
- c) Os pendões e tarjas devem ser retirados logo após a realização dos eventos que publicitam.

Artigo 32º.

Colocação de publicidade em toldos e alpendres

1 – As características e a colocação de toldos e alpendres devem cumprir o disposto no Regulamento de Ocupação da Via Pública do Município de Alcanena e o Regulamento Municipal das Edificações Urbanas.

2 – As cores, padrões, decorações, pintura, desenhos e o material devem ser adequados ao ambiente e estética do local.

3 – A aplicação de toldos e alpendres com publicidade só é permitida ao nível do rés-do-chão, podendo admitir-se a colocação a outro nível quando o toldo não exceda os limites exteriores da fachada e não afetar a estética do edifício ou a segurança de pessoas e bens.

Artigo 33º.

Colocação de letras soltas ou símbolos

1 – Não poderão ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas.

2 – Não poderão exceder 0,40 metros de altura e 0,10 metros de saliência.

3 – As letras soltas e os símbolos devem ser aplicados diretamente sobre o paramento das paredes ou, quando tal se justifique, nos envidraçados dos vãos.

Artigo 34º.

Condições de instalação de telas

1 – A instalação de telas deve obedecer às seguintes condições cumulativas:

- a) As telas não podem exceder os limites físicos das empenas ou fachadas laterais cegas que lhes servem de suporte;
- b) O suporte publicitário a instalar deve ser constituído por um único dispositivo, não sendo admitida mais do que uma tela por local ou empena.
- 2 – Em casos devidamente fundamentados e sem prejuízo do cumprimento do disposto no número anterior, pode ser permitida a instalação de telas em fachadas de edifícios degradados e edifícios com obras em curso.
- 3 – A instalação de telas em edifícios com obras em curso deve obedecer ainda às seguintes condições cumulativas:
- a) As telas devem ficar recuadas em relação ao tapume da vedação;
- b) O período de instalação das telas não pode prolongar-se para além do período de execução das obras;
- c) Não poderão por em perigo a saúde e segurança dos trabalhadores da obra nem poderão criar perigo à circulação pedonal ou rodoviária.
- 4 – A eventual instalação de telas publicitárias em fachadas de prédios degradados ou devolutos só é admissível se não agravar as condições de salubridade e de conservação do edificado, sem prejuízo da realização de prévia vistoria para aferir da viabilidade da afixação e da estipulação de condições especiais ao licenciamento da colocação das telas.

Artigo 35º.

Balão insuflável ou semelhante - condicionamentos ao licenciamento

- 1 – O licenciamento de balões com publicidade deve ser precedido de autorização prévia e expressa dos titulares de direitos ou das entidades com jurisdição sobre os espaços terrestres e aéreos onde se pretende a sua instalação.
- 2 – Apenas é permitida a utilização de balões suspensos por aeróstato.
- 3 – Após o deferimento do pedido o levantamento da licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil, sendo o titular da licença responsável por todos os danos resultantes da afixação destes suportes publicitários.

Artigo 36º.

Colocação de anúncios e reclusos luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes

- 1 – A instalação de anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes está sujeita a licenciamento.
- 2 – Constituem exceção ao disposto no número anterior os suportes publicitários, em bandeira, com o símbolo das farmácias, que poderão ser luminosos, não podendo estes exceder as dimensões máximas de 1,00 metro de altura, 0,60 metros de largura e 0,10 metros de espessura, sendo o afastamento à parede igual ou inferior a 0,20 metros, devendo ser colocados entre vãos ou na separação dos edifícios, devendo cumprir cumulativamente o disposto nos números seguintes.
- 3 – As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados e eletrónicos instalados nas coberturas ou fachadas de edifícios e em espaços afetos ao domínio público devem ficar encobertas, tanto quanto possível, e ser pintadas em cor adequada ao ambiente e estética do local.
- 4 – As dimensões dos suportes publicitários mencionados na epígrafe deste artigo serão sempre consideradas à escala relativa do edifício a que se destinarem,

aplicando -se, com as devidas adaptações e sempre que tal se justifique, o disposto nos artigos 26º. a 30º. deste Regulamento.

5 – Os anúncios e reclamos não podem exceder uma saliência máxima de 0,60 metros em relação ao pano de parede

6 – Não é permitida a colocação de mais do que um anúncio ou reclamo por estabelecimento na fachada do edifício, aplicando -se, com as devidas adaptações e sempre que tal se justifique o disposto nos artigos 24º. e 26º. a 34º. deste Regulamento.

7 – Sem prejuízo do disposto no número anterior, a instalação de anúncios ou reclamos deve obedecer às seguintes condições cumulativas:

a) A instalação perpendicular ao plano das fachadas não pode prejudicar enfiamentos visuais ao longo das vias e deve ter uma distância mínima ao solo de 2,60 metros, sem prejuízo das regras estabelecidas e em vigor no regime da acessibilidade aos edifícios e estabelecimentos que recebem público, via pública e edifícios habitacionais;

b) Sem prejuízo do disposto nas alíneas anteriores, nos casos em que o anúncio ou reclamo tiver um balanço até 0,15 metros, a distância mínima ao solo é de 2,20 metros;

c) Os anúncios ou reclamos a instalar em arcadas ou galerias não podem ter dimensão superior à largura do vão existente, nem saliência em relação aos pilares ou pano de parede, sendo obrigatória uma distância mínima ao solo de 2,60 metros;

d) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser superior a 4,00 metros.

8 – As estruturas dos anúncios e reclamos devem, tanto quanto possível, ficar encobertas e ser pintadas com a cor mais adequada ao espaço arquitetónico a que os suportes publicitários se destinam.

9 – Não é permitida a instalação de anúncios e reclamos na cobertura de edifícios, salvo situações excecionais devidamente justificadas.

10 – Sem prejuízo do disposto no artigo 7º. e no nº. 6 deste artigo, no caso de instalação de anúncio ou reclamo na cobertura de edifícios, deve ser junto com o requerimento inicial um estudo de estabilidade do suporte publicitário em causa assinado por técnico habilitado.

11 – Sem prejuízo do disposto no número anterior e no artigo 7º., nos casos em que a instalação tenha lugar na cobertura, ou acima de 4,00 metros do solo, ou que as dimensões ou o peso do suporte publicitário impliquem a construção de aparato de sustentação, é obrigatoriamente junto ao requerimento de pedido de licenciamento, a que se refere o artigo 7º., um termo de responsabilidade assinado por técnico habilitado e, caso tal se justifique, o levantamento da licença ficará condicionado à entrega de comprovativo de seguro de responsabilidade civil, sendo o titular da licença responsável por todos os danos resultantes da instalação e manutenção dos dispositivos publicitários.

Artigo 37º.

Publicidade em unidades móveis publicitárias, veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestres ou aéreos

1 – Sem prejuízo do disposto no artigo 2º, nº. 2, alínea q), a afixação ou inscrição de mensagens de publicidade ou de propaganda em unidades móveis publicitárias, veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção que circulem na área do município e cujo proprietário ou possuidor tenha residência, sede,

delegação ou qualquer forma de representação no concelho carece de licenciamento prévio da Câmara Municipal de Alcanena, nos termos do presente Regulamento e legislação aplicável.

2 – Sempre que o suporte utilizado exceda as dimensões do veículo deve ser obrigatoriamente junto ao requerimento inicial uma autorização emitida pela entidade competente que deverá estar de acordo com o disposto no Código da Estrada.

3 – Sem prejuízo do disposto no artigo 7º., sempre que o suporte publicitário utilizado exceda as dimensões do veículo ou ponha em causa a sua segurança deve ser junto com o requerimento inicial termo de responsabilidade assinado por técnico habilitado, a complementar, aquando do levantamento da licença, com contrato de seguro de responsabilidade civil.

4 – Nos casos em que o suporte utilizado exceder as dimensões do veículo, o levantamento da licença, se se verificar o deferimento, será condicionado à apresentação de apólice do seguro de responsabilidade civil.

5 – A atividade publicitária em veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestres ou aéreos que circulem na área do Município de Alcanena não está sujeita a licenciamento, desde que esteja licenciada por outro Município e, simultaneamente, o titular do veículo tenha a sua residência, sede ou representação fora do Município de Alcanena.

6 – Sem prejuízo do disposto nos números 1 e 2, deve ser dado cumprimento às regras do Código da Estrada respeitantes ao estacionamento de veículos automóveis, sob pena de, tomando conhecimento de qualquer infração, a Câmara Municipal de Alcanena proceder à respetiva comunicação à autoridade policial competente.

7 – Sem prejuízo do disposto nos números anteriores, o licenciamento da atividade 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 para difusão da mensagem publicitária.

8 – As unidades móveis publicitárias que pretendam fazer uso de material sonoro, deverão também cumprir, cumulativamente, o disposto no artigo 25º. do presente Regulamento.

9 – Será obrigatória a colocação em local visível do número do licenciamento e a identificação do respetivo titular.

10 – As unidades móveis publicitárias não podem permanecer estacionadas no mesmo local público por período superior a 2 horas.

Artigo 38º.

Colocação de placas de identificação e de direcionamento

1 – A colocação de placas publicitárias orientadoras da localização de estabelecimentos e de outros empreendimentos, designadamente estabelecimentos hoteleiros, estabelecimentos de restauração e de bebidas e os diversos empreendimentos turísticos, fica sujeita a licenciamento nos termos do presente Regulamento, e só podem ser colocadas em local a aprovar, em cada caso, pela Câmara Municipal de Alcanena.

2 – As placas a que se refere o número anterior deverão ser uniformes, de fundo azul e letras a branco, e terão a dimensão máxima de 1,20 metros de comprimento por 0,20 metros de largura.

3 – As placas referidas nos números anteriores apenas poderão conter, para além do sinal de direção, o nome e o tipo do estabelecimento, devendo a designação deste ser a adequada.

4 – Apenas se admitem tipos de letras definidos nos quadros XVII e XVIII do Decreto-Regulamentar número 22-A/98, de 1 de outubro.

5 – As placas devem cumprir as demais normas, nomeadamente o Código da Estrada.

6 – A Câmara pode remeter, caso entenda vantajoso, placas que ocupem a mesma localização, para o mesmo suporte. Tal também se aplica a placas com localizações próximas, cuja distância entre si possa não ser suficiente para a correta leitura ou se anteveja poder causar embaraço ou transtorno à normal circulação automóvel.

Artigo 39º.

Campanhas publicitárias e ações promocionais na via pública

1 – As campanhas publicitárias e ações promocionais na via pública são objeto de licenciamento temporário, nos termos deste Regulamento, sem prejuízo do disposto no nº. 3 da Lei nº. 97/98, de 17 de agosto, na sua atual redação dada pelo Decreto-Lei nº. 48/2011, de 1 de abril.

2 – Entende-se por campanhas publicitárias de rua, para efeitos do presente Regulamento, todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémero, que impliquem ações de rua e o contacto direto com o público, nomeadamente as que ocorrem através de distribuição de panfletos.

3 – É interdita a distribuição de panfletos nas faixas de circulação rodoviária.

4 – Não é permitida a projeção ou lançamento de panfletos, através de ações ou meios de transporte.

5 – É obrigatória a remoção de todos os panfletos, invólucros de produtos, ou quaisquer outros resíduos resultantes de cada campanha, abandonados no espaço público, num raio de 100,00 metros em redor dos locais de distribuição, pelo que no final de cada dia e de cada campanha, não podem existir quaisquer vestígios da ação publicitária ali desenvolvida.

CAPÍTULO V FISCALIZAÇÃO E SANÇÕES

Artigo 40º.

Fiscalização

1 – A fiscalização do cumprimento do disposto no presente Regulamento compete à Câmara Municipal, através da sua fiscalização, sem prejuízo da intervenção de outras autoridades policiais e administrativas a quem a lei atribua tal competência.

2 – O presidente da Câmara Municipal tem competência para proceder à instauração dos competentes processos de contraordenação, bem como à aplicação das coimas e sanções acessórias previstas no presente Regulamento, aplicando-se subsidiariamente as disposições vertidas no Decreto-Lei nº. 433/82, de 27 de outubro, na sua atual redação.

Artigo 41º.

Infrações ao Código da Publicidade

Sempre que se verificarem violações às normas do Código da Publicidade, deve o Município comunicá-las ao Instituto do Consumidor, em conformidade com o artigo

37º. do referido código e para efeitos do preceituado nos artigos 38º. e 39º. do mesmo diploma legal.

Artigo 42º.

Responsabilidade contraordenacional

- 1 – Constitui ilícito contraordenacional todo o ato ou omissão que infrinja deveres ou prescrições impostas pela lei ou por este Regulamento.
- 2 – Os ilícitos contraordenacionais são puníveis com coima e sanções acessórias.
- 3 – A negligência e a tentativa são puníveis.
- 4 – O disposto no presente Regulamento não prejudica a possibilidade da existência de outras disposições sobre a matéria, de natureza legal ou regulamentar.
- 5 – Respondem pelo desrespeito às normas estabelecidas no presente Regulamento os proprietários ou exploradores dos estabelecimentos bem como os titulares das licenças de publicidade ou as empresas cujos produtos ou atividades sejam publicitadas.
- 6 – Os anunciantes, os profissionais, as agências de publicidade e qualquer outra entidade que exerçam a atividade publicitária, bem como os titulares dos suportes publicitários utilizados ou os respetivos concessionários, respondem também civil e solidariamente, nos termos gerais, pelos prejuízos causados a terceiros em resultado da difusão de mensagens publicitárias ilícitas.

Artigo 43º.

Regime contraordenacional

- 1 – A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não tenha sido precedida de licença quando devida, ou estando dela isenta não cumpra os requisitos previstos neste Regulamento, constitui contraordenação punível com coima de € 150,00 a € 1.250,00, para pessoas singulares, e de € 300,00 a € 2.500,00, para pessoas coletivas.
- 2 – A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não respeite as condições previstas na respetiva licença, designadamente quanto ao titular, ao meio difusor, ao conteúdo da mensagem publicitária ou ao material autorizado a ser utilizado constitui contraordenação punível com coima de € 100,00 a € 750,00, para pessoas singulares, e de € 200,00 a € 1.500,00, para pessoas coletivas.
- 3 – A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença constitui contraordenação punível com coima de € 150,00 a € 1.250,00, para pessoas singulares, e de € 300,00 a € 2.500,00, para pessoas coletivas.
- 4 – A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em desrespeito pelas normas relativas às características e condições a observar na instalação e utilização dos diversos suportes publicitários e demais condicionamentos constantes deste Regulamento, constitui contraordenação punível com coima de € 100,00 a € 750,00, para pessoas singulares, e de € 200,00 a € 1.500,00, para pessoas coletivas.
- 5 – A não remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e ou dentro do prazo fixado para esse efeito constitui contraordenação punível com coima de € 150,00 a € 1.250,00, para pessoas singulares, e de € 300,00 a € 2.500,00, para pessoas coletivas.
- 6 – Infração ao disposto no nº. 3 do artigo 23º. é punível com coima de € 150,00 a € 4.000,00 para pessoas singulares, e de € 300,00 a € 40.000,00 para pessoas coletivas.

7 – As receitas provenientes da aplicação das coimas revertam para o Município de Alcanena.

Artigo 44º.

Sanções acessórias

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

- a) A interdição do exercício de atividade apenas pode ser decretada se o agente praticar a contraordenação com flagrante e grave abuso da função que exerce ou com manifesta e grave violação dos deveres que lhe são inerentes;
- b) O encerramento do estabelecimento apenas pode ser decretado quando a contraordenação tenha sido praticada por causa do funcionamento do estabelecimento.

2 – As sanções acessórias referidas no número anterior não podem exceder o período de dois anos.

CAPÍTULO VI DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 45º.

Critérios a observar na afixação e inscrição de mensagens publicitárias não sujeitas a licenciamento

1 – Com vista a salvaguardar o equilíbrio urbano e ambiental, a afixação e inscrição de mensagens publicitárias não sujeitas a licenciamento nos termos das alíneas b) e c), do nº 3, do artigo 1º. da Lei nº 97/88, de 17 de agosto e ulteriores alterações, e bem assim as situações referidas no nº 2 do artigo do artigo 2º. deste Regulamento, devem observar, obrigatoriamente, os critérios definidos neste Regulamento.

2 – Em caso de omissão nos critérios referidos no número anterior, aplicam-se, subsidiariamente, os critérios referidos no anexo IV do Decreto-Lei nº. 48/2011, de 1 de abril.

Artigo 46º.

Identificação do licenciamento

No bordo inferior direito de cada suporte publicitário deve constar a insígnia impressa ou colada, a expensas do requerente, com a indicação bem visível do número da guia de pagamento e validade do licenciamento e a identificação do respetivo titular, cujo modelo é o previsto no anexo II ao presente Regulamento, do qual faz parte integrante.

Artigo 47º.

Normas supletivas, transitórias e casos omissos

1 – Em tudo o que não estiver disposto no presente Regulamento, aplicar-se-á as disposições constantes do Decreto-Lei nº. 48/2011, de 1 de abril, e legislação conexas,

bem como as disposições da Lei nº. 97/88, de 17 de agosto, e Lei nº. 23/2000, de 23 de agosto, Código do Procedimento Administrativo e demais legislação em vigor sobre as matérias objeto do presente Regulamento.

2 – Os casos omissos e as dúvidas relativas à aplicação das disposições contidas no presente Regulamento serão resolvidos por deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 48º.

Revogações

É revogado o Regulamento Municipal de Publicidade em vigor neste Município, publicado no Apêndice nº. 69, da II Série do Diário da República nº. 125, de 31 de maio de 2002, e bem assim todas as disposições regulamentares que contrariem o disposto neste Regulamento.

Artigo 49º.

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor no dia seguinte à publicação em Diário da República do Edital que publicita a aprovação do presente Regulamento.

inserir ficheiro: publicidade anexo I.pdf

inserir ficheiro: publicidade anexo II.pdf