

Artigo	Descrição	IVA	Valor (euros)
17	Calendários	1	5,00
18	Postais	1	0,70
19	Conjunto Postais	1	5,00
20	Ímans	1	4,00
21	Desconto 20 % para venda no comércio local	1	
Artigo 72.º			
TURF			
1	Para fins culturais — por dia	1	25,00
2	Para outros fins — por dia	1	50,00
Artigo 73.º			
Palco — Miradouro			
1	Para fins culturais — por dia	1	25,00
2	Para outros fins — por dia	1	50,00
	Acresce o valor do IVA à taxa de 23 %	1	
	Acresce o valor do IVA à taxa de 6 %	2	
	Isento do IVA	3	
	Não sujeito ao IVA	4	

209858806

Regulamento n.º 881/2016**Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público do Município da Golegã**

O Eng. Rui Manuel Lince Singeis Medinas Duarte, na qualidade de Presidente da Câmara Municipal da Golegã, torna Público, nos termos e para os efeitos do disposto no artigo 56.º da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, e no uso das competências que lhe são conferidas nos termos da alínea *t*) do n.º 1 do artigo 35.º da mesma Lei, que foi aprovado em sessão ordinária da Assembleia Municipal, realizada em 31 de agosto de 2016, sob proposta da Câmara Municipal em sua sessão ordinária de 8 de agosto de 2016, publicado pelo Aviso n.º 7517/2016, na 2.ª série do *Diário da República* n.º 113, de 15 de junho de 2016, o qual, após submissão e apreciação pública nos termos legais, se considera aprovado de forma definitiva.

O Regulamento Municipal de Publicidade e Ocupação do Espaço Público do Município da Golegã entra em vigor no dia seguinte à publicação do presente edital no *Diário da República*, e encontra-se agora disponível, na sua versão final, no site da Câmara Municipal da Golegã em www.cm-golega.pt onde poderá ser consultado e descarregado.

Para constar se publica o presente Edital e outros de Igual Teor, que vão ser afixados nos lugares públicos de estilo.

12 de setembro de 2016. — O Presidente da Câmara Municipal, *Rui Manuel Lince Singeis Medinas Duarte*, Eng.

Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público do Município da Golegã**Nota justificativa**

Os Regulamentos Municipais de Publicidade e de Ocupação do Espaço Público para o Município da Golegã, aprovados pela Assembleia Municipal em 22 de fevereiro de 2013, encontram-se desatualizados face à realidade atual e à recente evolução normativa, nomeadamente a publicação do Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro.

A simplificação do regime da ocupação do espaço público e da afixação e da inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial decorrente do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, e mais recentemente do Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro, que regula o acesso e exercício de atividades de comércio, serviços e restauração (RJACSR), determinou a presente alteração dos respetivos procedimentos de controlo.

Continua disponível um balcão único eletrónico, onde é possível ao munícipe cumprir vários atos e formalidades, com o objetivo de desmaterializar procedimentos e modernizar a relação da Administração Pública com os particulares, sendo que a sua real concretização implica a definição clara de regras e taxas que permitam aos interessados conhecer inequivocamente as condições de comunicação e instalação do pretendido. Esta redução da incidência da atividade administrativa na fase do controlo prévio implica, no entanto, o reforço da fiscalização

a posteriori, bem como a criação de mecanismos de maior responsabilização efetiva dos promotores.

Importa referir que este Regulamento deve ser lido e aplicado em conjugação com o Regulamento Municipal de Taxas do Município da Golegã pois é aí que, por referência aos factos aqui enunciados, estarão previstas as taxas municipais, bem como as matérias referentes à sua liquidação.

Tendo presente o acima considerado, a Câmara Municipal da Golegã após prévia consideração dos custos e benefícios das medidas nele projetadas, e no uso dos poderes regulamentares conferidos às autarquias locais pelo artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa e pela alínea *g*) do n.º 1 do artigo 25.º, conjugado com a alínea *k*) do n.º 1 do artigo 33.º do Anexo I à Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, elaborou o presente Regulamento que entra em vigor no dia seguinte à publicação no *Diário da República*.

CAPÍTULO I**Disposições gerais****Artigo 1.º****Lei habilitante**

O presente Regulamento é elaborado ao abrigo do disposto no n.º 8 do artigo 112.º e artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, na alínea *g*) do n.º 1 do artigo 25.º e alínea *k*) do n.º 1 do artigo 33.º do Anexo I à Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, no Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho e, ainda, do disposto nos artigos 1.º e 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, na atual redação, no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, também na sua atual redação e no Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro.

Artigo 2.º**Objeto**

O presente Regulamento estabelece os critérios a que está sujeita a ocupação do espaço público, bem como os requisitos a observar na afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial, na área do Município da Golegã.

Artigo 3.º**Âmbito de aplicação**

1 — O Regulamento aplica-se a toda a área do Município da Golegã, sem prejuízo de regulamentação especial para determinadas zonas e das restrições impostas por lei geral, nomeadamente, as que se encontram abrangidas por servidões de imóveis classificados, em vias de classificação ou respetivas zonas de proteção.

2 — O presente Regulamento fixa os critérios a que está sujeita a ocupação do espaço público e a inscrição e afixação de mensagens publicitárias quando visíveis ou audíveis do espaço público, estabelecendo o procedimento de licenciamento para tais ações, articulando e complementando os regimes de mera comunicação prévia e de autorização resultantes do Licenciamento Zero, também designado por regime simplificado, conforme o disposto no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, na sua redação atual.

3 — O disposto neste Regulamento não prejudica a disciplina de gestão e ocupação do domínio público quanto a atividades, eventos ou ocupações específicas consagradas em outros regulamentos municipais ou por lei geral.

4 — Excluem-se do âmbito de aplicação do presente Regulamento:

a) A afixação de editais, notificações e demais formas de informação que se relacionem, direta ou indiretamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;

b) A difusão de comunicados, notas oficiais ou outros esclarecimentos sobre a atividade de órgãos de soberania e da administração central, regional ou local;

c) A indicação de marcas, dos preços ou da qualidade, colocados nos artigos à venda no interior dos estabelecimentos e neles comercializados, mesmo que visíveis do espaço público;

d) A publicidade difundida pela imprensa, rádio e televisão;

e) As afixações ou inscrições respeitantes a serviços de transportes coletivos públicos;

f) A afixação e inscrição de mensagens de propaganda de natureza política, eleitoral e sindical;

g) Os anúncios destinados à identificação de serviços públicos de saúde e de símbolo oficial de farmácias.

h) A ocupação do espaço público decorrente do exercício da atividade de restauração ou de bebidas não sedentária.

Artigo 4.º

Isonções

1 — A ocupação do espaço público com mobiliário urbano promovido pelas autarquias da área do Município, está isenta de procedimento de licenciamento, ficando contudo sujeita a parecer prévio da Câmara Municipal.

2 — A ocupação do espaço público abrangida por contrato de concessão celebrado com a Câmara Municipal está isenta de licenciamento, regendo-se pelo respetivo contrato.

3 — A afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial não estão sujeitas a licenciamento, a autenticação, a validação, a certificação, a atos emitidos na sequência de autorizações, a registo ou a qualquer outro ato permissivo, nem a mera comunicação prévia nos seguintes casos:

a) Quando a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias estejam abrangidas por contratos de concessão celebrados com a Câmara Municipal, a qual se regerá pelo respetivo contrato;

b) Quando se trate de referências a patrocinadores no âmbito de atividades promovidas pelas autarquias e associações sem fins lucrativos da área do Município;

c) Na distribuição de panfletos ou semelhantes na via pública;

d) 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;

e) 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 de 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;

f) 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;

g) Quando as mensagens publicitárias sejam afixadas ou inscritas em bens imóveis que são objeto da própria transação publicitada, nomeadamente com indicação de venda ou arrendamento.

4 — A ocupação do espaço público e a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias referidas nos números anteriores deverão, contudo, cumprir os critérios constantes do presente Regulamento.

Artigo 5.º

Definições

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

a) Aglomerado urbano — área delimitada como tal em plano municipal de ordenamento do território ou, na sua ausência, a delimitada nos termos da Lei n.º 31/2014, de 30 de maio;

b) Atividade de restauração ou de bebidas não sedentária — a atividade de prestar serviços de alimentação e de bebidas, mediante remuneração, em que a presença do prestador nos locais da prestação não reveste um caráter fixo e permanente, nomeadamente em unidades móveis ou amovíveis, bem como em instalações fixas onde se realizem menos de 20 eventos anuais, com uma duração anual acumulada máxima de 30 (trinta) dias;

c) Atividade 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 efetuem as referidas operações tais como as operações de conceção, de criação, de produção, de planificação e de distribuição publicitárias;

d) Alpendre e similares — elemento rígido de proteção aos vãos contra agentes climáticos, fixado na fachada do estabelecimento, com apoios ao solo no qual podem ser/estar inscritas mensagens publicitárias;

e) Anunciante — pessoa singular ou coletiva no interesse de quem se realiza a publicidade;

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

g) Anúncio eletrónico e eletromagnético — sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo;

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

i) Anúncio luminoso — suporte publicitário que emita luz própria;

j) Arca, máquina de gelados ou equipamentos similares — equipamentos de refrigeração que visam a venda de gelados ao público;

k) Área de exposição — área contígua ao estabelecimento para apresentação de produtos comercializados no seu interior;

l) Bandeira — insígnia inscrita em pano, de uma ou mais cores, identificativa de países, entidades, organizações e outros;

m) Bandeirola — suporte publicitário rígido que permaneça oscilante, fixo a um poste ou equipamento semelhante;

n) Blimps, balões, zeplins, insufláveis e similares — todos os suportes que para a sua exposição no ar careçam de gás podendo estabelecer-se a ligação ao solo por elementos de fixação;

o) Brinquedo mecânico ou similar — objeto de divertimento para crianças acionado por máquina ou mecanismo;

p) Campanha publicitária de rua — atividade publicitária de caráter ocasional e efêmero, que implique ações de rua e o contacto direto com o público;

q) Cartaz — suporte de mensagem publicitária ocasional e temporária inscrita em papel, ou material biodegradável, colado ou afixado em paramentos ou estruturas amovíveis;

r) Cavelete — suporte não luminoso colocado junto à entrada do estabelecimento, destinado à afixação de informações;

s) Chapa — suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso dos edifícios;

t) Coluna publicitária — suporte de publicidade urbano de forma predominantemente cilíndrica, dotado de iluminação interior, apresentando por vezes uma estrutura dinâmica que permite a rotação das mensagens publicitárias;

u) Contentor para resíduos — papelreira ou cinzeiro destinado à recolha de resíduos, servindo de apoio ao estabelecimento, esplanada ou outro elemento de mobiliário urbano, excluindo-se desta definição os contentores para resíduos resultantes de obras ou de resíduos sólidos urbanos e ecopontos;

v) Contíguo/junto à fachada do estabelecimento — corresponde à área que, não excedendo a largura da fachada do estabelecimento, se estende até ao limite de 2,00 m medidos perpendicularmente à sobredita fachada ou até à barreira física que eventualmente se localize nesse espaço;

w) Dispositivos publicitários aéreos cativos — dispositivos publicitários insufláveis, sem contacto com o solo, mas a ele espiaados;

x) Dispositivos publicitários aéreos não cativos — dispositivos publicitários instalados em aeronaves, helicópteros, balões, parapentes, asas-deltas, paraquedas, e semelhantes, que não estejam fixados ao solo;

y) Equipamento urbano — conjunto de elementos instalados no espaço público com função de assegurar a gestão das estruturas e sistemas urbanos, nomeadamente, sinalização viária, vertical, horizontal, informativa

ou semafórica, candeeiros de iluminação pública, armários técnicos, guardas metálicas, pilaretes e outros;

z) Espaço Público — área de acesso livre e de uso coletivo afeta ao domínio público municipal, abrangendo solo, subsolo e espaço aéreo;

aa) Esplanada aberta — instalação no espaço público de mesas, cadeiras, guarda-ventos, guarda-sóis, estrados, floreiras, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano, sem qualquer tipo de proteção fixa ao solo, destinada a apoiar estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares ou empreendimentos turísticos;

bb) Esplanada coberta — ocupação do espaço público com instalação de um conjunto de mesas e cadeiras destinados a apoiar estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares ou empreendimentos turísticos, com uma estrutura amovível de sombreamento fixa ao solo, admitindo outros elementos de proteção contra agentes climáticos, e ainda estrados, floreiras, contentores para resíduos, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano;

cc) Esplanada encerrada — construção aligeirada e encerrada no espaço público, destinada a ampliar áreas de atendimento a clientes em estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares ou empreendimentos turísticos, sujeita à prévia celebração de contrato de concessão da utilização privativa do domínio público e condicionada à aprovação de um projeto de licenciamento;

dd) Estabelecimento — instalação de caráter fixo e permanente onde é exercida exclusiva ou principalmente, de modo habitual e profissional, uma ou mais atividades económicas;

ee) Estrado — estrutura apoiada no solo constituída por superfícies planas e horizontais para instalação de mobiliário;

ff) Expositor — estrutura própria para apresentação de produtos comercializados no interior do estabelecimento, instalada no espaço público;

gg) Fachada do estabelecimento — parede exterior do edifício afeta ao estabelecimento;

hh) Faixa/Fita — suporte de mensagem publicitária inscrita em tela, lona ou similar;

ii) Floreira — vaso ou recetáculo para plantas, destinado ao embelezamento, marcação ou proteção do espaço público;

ij) Guarda-vento — armação que protege do vento o espaço ocupado por uma esplanada;

kk) Letras soltas ou símbolos — mensagem publicitária não luminosa, diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;

ll) Mastro/poste — suporte fixado no solo ou numa fachada destinado a ostentar bandeiras ou bandeirolas;

mm) Mobiliário urbano — coisas instaladas, projetadas ou apoiadas no espaço público, destinadas a uso público, que prestem um serviço coletivo ou que complementem uma atividade, ainda que de modo sazonal ou precário;

nn) Mupi — suporte constituído por estrutura de dupla face podendo, ou não, ser dotado de iluminação interior e mecanismo de rotação destinado a publicidade ou informação;

oo) Ocupação do espaço público — implantação, utilização ou instalação feita por meio de qualquer estrutura, equipamento, mobiliário urbano ou suporte publicitário, em área de acesso livre e de uso coletivo afeta ao domínio público municipal, abrangendo solo, subsolo e espaço aéreo;

pp) Painel/outdoor — painel publicitário constituído por moldura e respetiva estrutura fixada diretamente ao solo;

qq) Pala — elemento rígido de proteção aos vãos contra agentes climáticos, fixado na fachada do estabelecimento sem quaisquer apoios ao solo, no qual podem ser/estar inscritas mensagens publicitárias;

rr) Pendão — suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;

ss) Pilaretes — elementos metálicos ou de outro material inerte, fixos, rebatíveis ou retráteis, instalados no passeio ou outro tipo de espaço exterior, que têm como função a delimitação de espaços;

tt) Placa — suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento;

uu) Posto de promoção imobiliária — elemento de mobiliário urbano de construção temporária de caráter amovível, que funcione como apoio ao promotor junto ao empreendimento ou imóvel em transação, sem estar permanentemente inserida no solo;

vv) Propaganda eleitoral — atividade exercida por candidatos ou subscritores que vise diretamente promover candidaturas, incluindo a publicação de textos ou imagens que expressem ou reproduzam o conteúdo dessa atividade;

ww) Propaganda política — atividade de natureza ideológica ou partidária de caráter não eleitoral que visa diretamente promover os objetivos desenvolvidos pelos seus subscritores;

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

yy) Publicidade — qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade económica,

com o objetivo direto ou indireto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, ideias, princípios, iniciativas ou instituições;

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

aaa) Quiosque — elemento de mobiliário urbano de construção aligeirada, composto de um modo geral por uma base, balcão, corpo e proteção;

bbb) Sanefa — elemento vertical de proteção contra agentes climáticos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

ccc) Sinalização direcional — todo o tipo de sinal vertical orientador e identificador do local onde é desenvolvida qualquer atividade económica, seja com caráter permanente ou temporário;

ddd) Suporte publicitário — meio utilizado para a transmissão de uma mensagem publicitária;

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

fff) Toldo — elemento de proteção contra agentes climáticos 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;

ggg) Unidades móveis ou amovíveis — veículos ou outras instalações colocadas no espaço público por tempo determinado e devidamente fundamentado, sem elementos que de qualquer forma lhe confiram fisicamente caráter de permanência ao solo, podendo ou não destinar-se à difusão e afixação de mensagens publicitárias;

hhh) Vitrina/Moldura — mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, colocado na fachada dos estabelecimentos comerciais, onde se expõem objetos e produtos ou se afixam informações.

2 — Os suportes referidos no número anterior, independentemente de conterem mensagens com ou sem natureza publicitária, estão sujeitos ao cumprimento do disposto no presente Regulamento.

CAPÍTULO II

Princípios

Artigo 6.º

Princípio geral

O licenciamento, a autorização e comunicação previstas no presente Regulamento visam definir critérios de localização, instalação e adequação, formal e funcional, dos diferentes tipos de suportes publicitários e da utilização do espaço público, relativamente à envolvente urbana, numa perspetiva de qualificação do espaço público, de respeito pelas componentes ambientais e paisagísticas e de melhoria da qualidade de vida no Município.

Artigo 7.º

Segurança de pessoas e bens

1 — A ocupação do espaço público, com suportes publicitários ou outros equipamentos, não é permitida sempre que:

a) Prejudique a segurança de pessoas e bens, a circulação pedonal e rodoviária;

b) Prejudique a saúde e o bem-estar de pessoas, nomeadamente por reproduzir níveis de ruído acima dos admissíveis por lei;

c) Prejudique, de qualquer forma, a visibilidade dos automobilistas;

d) Apresente mecanismos, disposições, formatos ou cores que possam confundir, distrair ou provocar o encandeamento dos peões ou automobilistas;

e) Dificulte o acesso dos peões a edifícios, jardins, praças e outros espaços públicos ou a imóveis de propriedade privada;

f) Prejudique, a qualquer título, a acessibilidade a pessoas com mobilidade condicionada no seu acesso a edifícios, jardins, praças e outros espaços públicos ou a imóveis de propriedade privada;

g) Não seja assegurado um canal de circulação contínuo e desimpedido de obstruções com uma largura não inferior a 1,20 m ou 1,50 m quando adjacente a vias principais e distribuidoras, medida ao nível do pavimento, nos percursos pedonais;

h) Diminua a eficácia da iluminação pública ou da sinalização de trânsito;

i) Prejudique ou dificulte a circulação de veículos de socorro ou emergência;

j) Cause prejuízos a terceiros.

2 — Não é permitida a instalação, afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nas placas toponímicas, nos sinais de trânsito e nos semáforos.

Artigo 8.º

Preservação e valorização dos espaços públicos

1 — A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros equipamentos não é permitida sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade dos espaços públicos;
- b) Possa impedir, restringir ou interferir negativamente no funcionamento das atividades urbanas ou de outras utilizações do espaço público, ou quando dificulte os utentes na fruição dessas mesmas atividades em condições de segurança e conforto;
- c) Dificulte o acesso e ação das entidades competentes às infraestruturas existentes no Município, para efeitos da sua manutenção e/ou conservação;
- d) Provoque obstrução de perspetivas panorâmicas ou afete a estética dos lugares ou das paisagens;
- e) Prejudique a beleza ou o enquadramento de monumentos, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de serem classificados por entidades públicas;
- f) Prejudique a utilização de outro mobiliário urbano, que se encontre devidamente instalado.

2 — 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:

- a) Imóveis classificados ou em vias de classificação, designadamente os de interesse público nacional ou municipal;
- b) Edifícios religiosos;
- c) Cemitérios;
- d) Imóveis onde funcionem serviços públicos;
- e) Obras de arte.

3 — Sem prejuízo do disposto nos números anteriores, a publicidade a afixar nas imediações das vias municipais, fora das áreas urbanas, deve ainda obedecer ao disposto no Regulamento Geral das Estradas e Caminhos Municipais, aprovado pela Lei n.º 2110/61, de 19 de agosto.

Artigo 9.º

Espaço público sob jurisdição de outras entidades

Para efeitos do disposto nos n.ºs 5 e 6 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, na sua redação atual, os critérios adicionais que venham a ser fixados por outras entidades com jurisdição sobre a área do espaço público do Município constam do Anexo II.

Artigo 10.º

Reserva do Município e Exclusividade

1 — A Câmara Municipal pode reservar determinados espaços para difusão de mensagens e informações relativas a atividades municipais ou outras apoiadas pelo Município.

2 — A Câmara Municipal pode conceder, nos termos legais, exclusivos de exploração de mobiliário urbano, de ocupação do espaço público e ainda de afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias.

Artigo 11.º

Sinalização direcional

1 — Só é permitida a colocação no espaço público de setas indicativas de sinalização direcional de âmbito comercial quando previamente licenciada pela Câmara Municipal, devendo obedecer ao modelo definido por esta.

2 — Só é permitida sinalização direcional de estabelecimentos localizados na área do Município da Golegã.

CAPÍTULO III

Regimes simplificados

Artigo 12.º

Licenciamento Zero

1 — A ocupação do espaço público para fins conexos com o exercício de atividade económica em estabelecimento, no âmbito do designado Licenciamento Zero, é regulada nos termos do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, na sua redação atual, e diplomas complementares, e está sujeita ao regime simplificado da mera comunicação prévia ou da autorização, tramitado no «Balcão do Empreendedor».

2 — A ocupação do espaço público, referida no número anterior, encontra-se sujeita ao cumprimento das regras previstas neste Regulamento e dos critérios estabelecidos no seu Anexo I do presente regulamento, bem como ao pagamento das taxas previstas no Regulamento e Tabela de Taxas do Município da Golegã, doravante RTTM Golegã.

Artigo 13.º

Finalidades admissíveis

1 — A ocupação do espaço público, entendido como a área de acesso livre e de uso coletivo afeta ao domínio público das autarquias locais, destina-se aos seguintes fins:

- a) Instalação de toldo e respetiva sanefa;
- b) Instalação de esplanada aberta;
- c) Instalação de estrado;
- d) Instalação de guarda-vento;
- e) Instalação de vitrina;
- f) Instalação de expositor;
- g) Instalação de suporte publicitário, nos casos em que é dispensado o licenciamento da afixação ou da inscrição de mensagens publicitárias;
- h) Instalação de arcas, máquinas de gelados ou equipamentos similares;
- j) Instalação de brinquedos mecânicos e equipamentos similares;
- k) Instalação de floreiras;
- l) Instalação de contentor para resíduos.

2 — Aplica-se o regime da mera comunicação prévia quando as características e localização do mobiliário urbano, referidos no número anterior, respeitarem os limites fixados no n.º 1 do artigo 12.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, na sua atual redação, e o regime da autorização quando não forem respeitados esses limites.

CAPÍTULO IV

Regime de licenciamento

Artigo 14.º

Aplicabilidade do regime de licenciamento

1 — Aplica-se o regime geral de licenciamento a todas as situações de ocupação do espaço público ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias não abrangidas pelo Licenciamento Zero.

2 — O licenciamento de ocupação de espaço público que implique a execução de obras sujeitas a controlo prévio administrativo, nos termos do Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação deve ser requerido em simultâneo com o licenciamento ou comunicação prévia das referidas obras.

3 — Os pedidos de licenciamento devem observar os critérios gerais previstos neste Regulamento bem como, quando aplicáveis, e os específicos constantes do Anexo I.

Artigo 15.º

Instrução

O procedimento de licenciamento para a ocupação do espaço público ou para a afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias depende de requerimento dirigido ao Presidente da Câmara Municipal, cujo modelo se encontra disponível no sítio na Internet do Município em www.cm-golega.pt, ou nos serviços de atendimento ao público da Câmara Municipal.

Artigo 16.º

Elementos obrigatórios

1 — O requerimento deverá conter obrigatoriamente as seguintes menções:

- a) Nome, número de documento de identificação, número de identificação fiscal e residência ou sede do requerente, contacto telefónico e eletrónico, bem como a indicação da qualidade de titular de qualquer direito que lhe permita a ocupação do espaço público ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias e nome do estabelecimento comercial;
- b) Código de acesso à certidão permanente do registo comercial, caso se trate de pessoa coletiva sujeita a registo comercial.
- c) Ramo da atividade exercido e o consentimento de consulta da declaração de início ou de alteração de atividade ou documento comprovativo do início de atividade;

d) Local exato onde pretende efetuar a ocupação ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias;

e) Período pretendido para a ocupação ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias.

2 — O requerimento deverá ser ainda instruído com os seguintes elementos:

a) Documento comprovativo da legitimidade do requerente;

b) No caso de edifícios submetidos ao regime de propriedade horizontal nos termos da lei em vigor, quando haja ocupação ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em alguma parte comum do condomínio, deve juntar-se ata de reunião do condomínio ou documento equivalente da qual conste deliberação autorizando a pretensão, sempre que tal se mostre exigível nos termos do Código Civil;

c) Memória descritiva indicando os materiais, configuração, cores, dizeres a utilizar, e demais informações necessárias à apreciação do pedido;

d) Desenho à escala 1:100 ou 1:50 devidamente cotado, que pormenorize a ocupação ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, com indicação da forma, cor, material e dimensões, balanço da fixação e distância do passeio à parte inferior do suporte e largura deste;

e) Fotografia a cores indicando o local objeto da pretensão;

f) Planta de localização à escala de 1:10.000, ou 1:2.000 nos locais abrangidos por esta, com a indicação do local objeto da pretensão;

g) Declaração de responsabilidade por eventuais danos causados na via pública, a prestar pelo requerente;

h) Outros documentos julgados pertinentes à correta instrução do procedimento.

3 — O pedido de licenciamento de esplanada coberta e quiosque deve ainda ser instruído com os seguintes elementos:

a) Termos de responsabilidade relativos a instalações elétricas, segurança contra incêndios e estabilidade da estrutura, emitidos por técnicos habilitados para o efeito;

b) Projeto à escala de 1:50 que deve incluir planta, cortes com menção da largura do passeio e representação de mobiliário urbano ou árvores, alçado e facultativamente fotomontagem de integração do edifício no espaço envolvente.

4 — O pedido de licenciamento de instalação de estruturas de anúncios luminosos, iluminados e eletrónicos, deve ainda ser instruído com os seguintes elementos:

a) Termo de responsabilidade assinado por técnico habilitado, quando a instalação tenha lugar acima de 4,00 m do solo;

b) Estudo de estabilidade da estrutura e respetivo termo de responsabilidade assinado por técnico habilitado, quando a instalação tenha lugar na cobertura de edifício;

c) Comprovativo da contratação de seguro de responsabilidade civil válido.

5 — O requerimento e os elementos referidos nos números anteriores deverão ser apresentados em suporte de papel acompanhados de um exemplar em suporte digital.

Artigo 17.º

Saneamento

1 — Nos 10 (dez) dias subsequentes à data de entrada do requerimento, poderão ainda ser solicitados ao requerente:

a) A indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem dúvidas suscetíveis de comprometer a apreciação do pedido;

b) A junção de termo de responsabilidade e contrato de seguro de responsabilidade civil para o meio ou suporte que possa, eventualmente, representar perigo para a segurança das pessoas ou bens.

2 — O pedido será objeto de rejeição liminar, quando não forem apresentados os elementos referidos no artigo 16.º e no presente artigo, no prazo que vier a ser fixado, bem como quando o pedido for manifestamente contrário às normas legais ou regulamentares aplicáveis.

Artigo 18.º

Consulta a Entidades Externas

1 — Caso o pedido de licenciamento não venha instruído com os pareceres das entidades externas legalmente exigíveis, o Município efetua a consulta no prazo de 10 (dez) dias, contados da data de apresentação do requerimento corretamente instruído.

2 — Salvo disposição em contrário, os pareceres solicitados deverão ser emitidos no prazo máximo de 20 (vinte) dias a contar da data de receção do ofício respetivo, findo o qual poderá o processo prosseguir e ser proferida decisão, nos termos do artigo seguinte.

Artigo 19.º

Decisão Final

1 — A Câmara Municipal emitirá decisão final sobre o pedido de licenciamento no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contados a partir:

a) Da data da receção do pedido devidamente instruído ou dos elementos adicionais solicitados;

b) Da data da receção do último dos pareceres, autorizações ou aprovações emitidos pelas entidades externas ao Município;

c) Do termo do prazo para emissão dos pareceres, autorizações ou aprovações das entidades externas ao Município consultadas sempre que estas não se pronunciem.

2 — Em caso de deferimento do pedido, a notificação deve incluir o prazo para que o interessado proceda ao levantamento do alvará e ao pagamento da taxa respetiva, o qual não pode ser superior a 20 (vinte) dias.

Artigo 20.º

Indeferimento

Constitui causa de indeferimento do pedido de licenciamento o incumprimento das normas do presente Regulamento, bem como da demais legislação aplicável.

Artigo 21.º

Alvará de Licença

1 — As licenças de ocupação do espaço público e de afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial têm natureza precária e são tituladas por alvará, cuja emissão é condição de eficácia das mesmas.

2 — No caso das licenças que abrangem simultaneamente a ocupação do espaço público e a afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial é emitido um único alvará.

3 — O alvará deve ser numerado, conter o período de tempo abrangido pela concessão da licença e a identificação do titular, bem como especificar as obrigações e condições que impendem sobre este.

Artigo 22.º

Validade e Condições de Renovação

1 — As licenças anuais reportam-se ao ano civil de 1 de janeiro a 31 de dezembro e só podem ser emitidas até ao termo do respetivo ano.

2 — As licenças anuais renovam-se automática e sucessivamente, nos seguintes termos:

a) Se não tiver sido efetuada pela Câmara Municipal a comunicação, devidamente fundamentada, da intenção de não proceder à renovação da licença, com a antecedência mínima de 30 (trinta) dias antes do termo do prazo respetivo;

b) Se não houver manifestação do titular da intenção de não renovar até ao termo do prazo.

3 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, sempre que se verifiquem alterações de facto e de direito das condições do licenciamento inicial, a renovação da licença fica sujeita à confirmação dos pareceres das entidades externas competentes.

4 — A renovação a que se refere o número dois ocorre desde que se mostrem pagas as taxas devidas, considerando-se a licença renovada nos termos e condições da licença inicial, sem prejuízo de atualização do valor da taxa.

5 — A licença concedida por prazo inferior a 1 (um) ano e igual ou superior a 1 (um) mês é suscetível de renovação, por igual período, a requerimento do interessado com a antecedência prévia de 5 (cinco) dias do termo da licença, desde que se mantenham as condições que presidiram ao licenciamento inicial e sejam pagas as taxas devidas.

Artigo 23.º

Averbamento

1 — O pedido de mudança da titularidade do alvará de licença de ocupação do espaço público depende de requerimento dirigido ao presidente da Câmara Municipal, sendo a mesma averbada ao título.

2 — Pelo averbamento previsto no número anterior são devidas as taxas estabelecidas nos termos do RTTM Golegã.

Artigo 24.º

Caducidade

1 — A licença caduca, designadamente, quando se verifique alguma das seguintes situações:

- a) Renúncia expressa do titular;
- b) Morte do titular ou dissolução, quando se trate de pessoa coletiva;
- c) Não levantamento do alvará de licença no prazo definido na notificação da decisão do deferimento do pedido;
- d) Decurso do prazo fixado no alvará de licença, caso a mesma não seja renovada;
- e) Falta de pagamento da taxa devida pela renovação da licença no prazo fixado para o efeito;
- f) Perda, por parte do respetivo titular, do direito ao exercício da atividade a que se reporta a licença.

Artigo 25.º

Revogação

1 — A licença pode ser revogada pela Câmara Municipal, designadamente, quando se verifique alguma das seguintes situações:

- a) Razões que se prendam com a prossecução do interesse público;
- b) O titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado no licenciamento.

2 — A revogação da licença deve ser precedida de audiência dos interessados, e não confere direito a qualquer indemnização ou compensação.

CAPÍTULO V

Deveres do titular

Artigo 26.º

Deveres do Titular

1 — Constituem deveres do titular de qualquer título obtido na sequência de mera comunicação prévia, autorização ou licenciamento para a ocupação de espaço público ou afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial:

- a) Manter os equipamentos em boas condições de higiene, conservação e segurança;
- b) Remover o mobiliário urbano, os suportes e as respetivas mensagens publicitárias e demais equipamentos, no termo do prazo da ocupação ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias;
- c) Repor a situação existente no local, tal como se encontrava à data da ocupação do espaço público, ou da afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, findo o respetivo prazo, eliminando quaisquer danos em bens públicos;
- d) Informar previamente a Câmara Municipal da realização de obras de conservação em elementos de mobiliário urbano, suportes publicitários e demais equipamentos.

2 — O titular do suporte publicitário não pode mantê-lo sem mensagem publicitária por um período contínuo superior a 120 (cento e vinte) dias.

CAPÍTULO VI

Taxas

Artigo 27.º

Taxas

1 — As taxas devidas no âmbito do presente Regulamento são as estabelecidas no RTTM Golegã.

2 — O pagamento do valor das taxas no regime de licenciamento é efetuado aquando do levantamento do alvará de licença ou, no caso de renovação, nos termos do n.º 4 do artigo 22.º

3 — No caso da mera comunicação prévia e da autorização, a liquidação e pagamento do valor das taxas é efetuada automaticamente no «Balcão do Empreendedor».

CAPÍTULO VII

Fiscalização e regime sancionatório

Artigo 28.º

Fiscalização

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, compete à Câmara Municipal a fiscalização do cumprimento das regras estabelecidas no presente Regulamento.

Artigo 29.º

Afixação de Publicidade e Ocupação do Espaço Público Ilícitas

Sempre que a Câmara Municipal detete a existência de elementos que ocupem o espaço público ou a afixação de mensagens publicitárias de forma ilícita, notificará o infrator para, no prazo de 10 (dez) dias, contados da receção da notificação, proceder à remoção dos mesmos.

Artigo 30.º

Remoção e custos

1 — Em caso de incumprimento da notificação referida no artigo anterior, a Câmara Municipal procederá à remoção dos respetivos elementos, a expensas do infrator, notificando-o para, no prazo de 45 (quarenta e cinco) dias seguidos, efetuar o seu levantamento, após pagos os encargos de remoção e depósito.

2 — Caso não se verifique o levantamento dos elementos referidos no número anterior, no prazo fixado, reverterão aqueles a favor do Município, não havendo direito a indemnização ou compensação a qualquer título.

3 — A Câmara Municipal não poderá ser responsabilizada por eventuais danos que possam advir da remoção.

Artigo 31.º

Contraordenações

1 — Sem prejuízo da punição pela prática de crime de falsas declarações e do disposto noutras disposições legais sobre regime sancionatório, designadamente no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, na sua atual redação, constitui contraordenação:

- a) A violação de normas imperativas, designadamente quanto a deveres do titular e regras sobre higiene, manutenção e conservação, previstas no Capítulo V;
- b) A ocupação do espaço público ou afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias sem o devido procedimento de licenciamento previsto no presente Regulamento;
- c) A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias e a ocupação do espaço público em desrespeito às condições previstas no ato licenciador ou condições técnicas consagradas no Anexo I ao presente Regulamento;
- d) O não cumprimento, no prazo estabelecido, da cessação de utilização ou ocupação ilícita do espaço público, bem como da determinação municipal de remoção de publicidade, suporte ou mobiliário urbano, nos termos do previsto nos artigos 29.º e 30.º

2 — As contraordenações previstas no número anterior são puníveis com coima graduada de € 3,74 até ao máximo de € 3.740,98, no caso de pessoa singular e de € 3,74 até € 44.891,81, no caso de pessoa coletiva.

3 — Em caso de negligência, os montantes máximos das coimas previstas serão reduzidos para metade.

4 — Compete ao Presidente da Câmara Municipal, com faculdade de delegação nos Vereadores, a instrução dos processos de contraordenação e a nomeação do respetivo instrutor bem como a aplicação das respetivas coimas e das sanções acessórias.

Artigo 32.º

Sanções Acessórias

Em função da gravidade da infração e da culpa do agente, simultaneamente com a coima, podem ser aplicadas as sanções acessórias previstas na lei.

CAPÍTULO VIII

Disposições finais e transitórias

Artigo 33.º

Regime transitório

1 — O presente Regulamento só é aplicável aos requerimentos apresentados após a sua entrada em vigor.

2 — As licenças existentes à data da entrada em vigor do presente Regulamento permanecem válidas até ao termo do seu prazo ou do prazo da renovação entretanto ocorrida.

Artigo 34.º

Casos omissos

Os casos omissos serão resolvidos por deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 35.º

Norma Revogatória

Com a entrada em vigor do presente Regulamento, consideram-se revogados os anteriores Regulamentos Municipais de Publicidade e de Ocupação de Espaço Público.

Artigo 36.º

Entrada em vigor

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

ANEXO I

Crítérios a observar na ocupação do espaço público e na afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Âmbito de aplicação

1 — Os critérios a observar na ocupação do espaço público e na afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial sujeitas ao regime simplificado e ao regime de licenciamento encontram-se definidos, respetivamente, no Capítulo II e III do presente Anexo.

2 — As condições de instalação de suportes publicitários definidas no Capítulo IV aplicam-se no âmbito do regime simplificado aos casos em que é dispensado o licenciamento da afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, e no âmbito do regime de licenciamento nos restantes casos.

CAPÍTULO II

Crítérios no âmbito do licenciamento zero

Artigo 2.º

Toldos e sanefas

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

a) Altura mínima de 2,20 m, medida desde o chão à parte inferior das sanefas ou ferragens, no seu ponto mais desfavorável;

b) A saliência máxima não poderá ser superior à largura do passeio, com a redução de 0,40 m, não podendo em caso algum exceder os 2,00 m;

c) Nos arruamentos onde não exista passeio, a saliência não poderá exceder 10 % da largura da rua com um máximo de 2,00 m.

Artigo 3.º

Esplanada aberta

1 — A ocupação do espaço público com esplanadas abertas deverá obedecer, cumulativamente, às seguintes condições:

a) Não exceder, em regra, a largura da fachada do estabelecimento, quando se trate de ocupação transversal;

b) Não alterar a superfície do passeio onde é instalada, sem prejuízo do disposto no presente Regulamento relativamente à instalação de estrados.

2 — O espaço público onde a esplanada se encontra instalada, bem como a sua área envolvente, devem ser mantidos em perfeito estado de higiene e limpeza.

Artigo 4.º

Estrados

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

2 — Os estrados não podem, em regra, exceder a quota máxima da soleira da porta do estabelecimento.

3 — Sempre que a altura do estrado o justifique, deverá ser colocada uma guarda de proteção.

Artigo 5.º

Guarda-vento

1 — O guarda-vento deverá ter caráter amovível.

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

a) Junto de esplanadas e, em regra, perpendicularmente ao plano marginal da fachada;

b) Não exceder 1,80 m de altura contados a partir do solo;

c) Quando instalado perpendicularmente ao plano marginal da fachada não pode exceder 3,50 m de avanço, ou a dimensão da esplanada junto da qual está instalado, quando esta seja inferior;

d) Utilizar material inquebrável, liso, transparente e devidamente sinalizado, que não exceda as seguintes dimensões:

i) Altura: 1,35 m;

ii) Largura: 1,00 m;

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

Artigo 6.º

Vitrinas

Na instalação de vitrinas devem respeitar-se as seguintes condições:

a) Não se sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas ou a outros elementos com interesse arquitetónico e decorativo;

b) A altura da vitrina em relação ao solo deve ser igual ou superior a 1,00 m;

c) Não exceder 0,15 m de balanço em relação ao plano da fachada do edifício.

Artigo 7.º

Expositores

1 — Os expositores apenas podem ser instalados durante o horário de funcionamento do estabelecimento.

2 — Os expositores deve respeitar as seguintes condições de instalação:

a) Não exceder 1,50 m de altura a partir do solo;

b) Reservar uma altura mínima de 0,20 m contados a partir do plano inferior do expositor ao solo ou 0,40 m quando se trate de um expositor de produtos alimentares;

c) Contemplar soluções adequadas para a proteção dos cabos de alimentação de energia elétrica.

Artigo 8.º

Arcas, máquinas de gelados ou equipamento similares

1 — As arcas ou máquinas de gelados devem preferencialmente ser instalados na área contígua à fachada do estabelecimento, na zona afeta à sua entrada.

2 — A instalação de arcas ou máquinas de gelados para além dessa área deve contemplar soluções adequadas para a proteção dos cabos de alimentação de energia elétrica.

Artigo 9.º

Brinquedos mecânicos e equipamentos similares

1 — Os brinquedos mecânicos ou equipamentos similares devem preferencialmente ser instaladas na área contígua à fachada do estabelecimento, na zona afeta à sua entrada, devendo servir exclusivamente de apoio ao estabelecimento.

2 — A instalação de brinquedos mecânicos ou equipamentos similares para além dessa área deve contemplar soluções adequadas para a proteção dos cabos de alimentação de energia elétrica.

Artigo 10.º

Floreiras

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

2 — O titular do estabelecimento a que as floreiras pertençam, deve proceder à sua limpeza, rega e substituição das plantas, sempre que necessário.

Artigo 11.º

Contentores para resíduos

1 — Os contentores para resíduos devem ser instalados preferencialmente na área contígua à fachada do respetivo estabelecimento, servindo exclusivamente para seu apoio.

2 — Os contentores para resíduos devem estar em bom estado de conservação e de higiene, devendo ser imediatamente limpos ou substituídos sempre que se encontrem cheios.

Artigo 12.º

Situações especiais

Em situações especiais, devidamente fundamentadas, poderá a Câmara Municipal dispensar alguns dos requisitos previstos no presente capítulo, nomeadamente por razões de interesse público.

CAPÍTULO III

Critérios no âmbito do licenciamento

Artigo 13.º

Quiosques

1 — O projeto de quiosque a instalar fica sujeito a aprovação favorável da Câmara Municipal.

2 — O comércio de produtos alimentares em quiosques fica sujeito ao licenciamento da respetiva atividade, bem como ao cumprimento dos requisitos previstos nas normas legais e regulamentares aplicáveis.

3 — Os quiosques do ramo alimentar só poderão dispor de esplanadas de apoio quando dotados de instalações sanitárias próprias ou se forem servidos por instalações sanitárias públicas.

Artigo 14.º

Alpendres e palas

1 — A instalação de alpendres e palas deve respeitar as seguintes condições:

- a) A instalação deve, em regra, ser efetuada ao nível do rés-do-chão;
- b) Garantir uma distância do solo igual ou superior a 2,20 m, quando instalados ao nível do rés-do-chão;
- c) A saliência máxima não poderá ser superior à largura do passeio, com a redução de 0,40 m, não podendo em caso algum exceder os 2,00 m;
- d) Nos arruamentos onde não exista passeio, a saliência não poderá exceder 10 % da largura da rua com um máximo de 2,00 m;
- e) Não serem apoiados em elementos assentes na via pública;
- f) Não excederem os limites laterais das instalações do estabelecimento ou unidade;
- g) Não se sobreporem a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo.

2 — O alpendre e a pala não podem ser utilizados para pendurar ou afixar qualquer tipo de objetos.

3 — O titular do estabelecimento é responsável pelo bom estado de conservação e limpeza do alpendre e da pala.

Artigo 15.º

Unidades móveis ou amovíveis

1 — É permitida a ocupação do espaço público com unidades móveis ou amovíveis, nomeadamente unidades móveis publicitárias, tendas, pavilhões e outras instalações similares, cuja localização ficará sujeita a aprovação da Câmara Municipal.

2 — A ocupação da via pública é circunscrita ao espaço ocupado pelas respetivas unidades móveis ou amovíveis e pelos contentores para recolha de resíduos sólidos urbanos e ou reciclagem, sem prejuízo do disposto no número seguinte.

3 — O espaço público circundante deve ser mantido em perfeito estado de higiene e limpeza.

Artigo 16.º

Esplanada coberta

1 — A ocupação do espaço público com esplanadas cobertas deverá obedecer, cumulativamente, às seguintes condições:

- a) Contemplar o espaço total, medido pelo exterior da estrutura;
- b) Cumprir o Decreto-Lei n.º 220/2008, de 12 de novembro, e a Portaria n.º 1532/2008, de 29 de dezembro;
- c) Não exceder a fachada do estabelecimento;
- d) Utilizar materiais amovíveis, resistentes e transparentes em pelo menos 60 % da área dos alçados;
- e) Utilizar na sua cobertura materiais que minimizem o ruído provocado pelas condições climáticas;
- f) A esplanada deverá manter o pavimento existente, podendo ser autorizada a aplicação de revestimento de fácil remoção de forma a garantir o acesso às infraestruturas eventualmente existentes no subsolo;
- g) Garantir um pé direito livre no interior da esplanada não inferior a 2,50 metros;
- h) Não ultrapassar exteriormente a cota de pavimento do piso superior do edifício envolvente da esplanada.

2 — É interdita a afixação de toldos ou sanefas nas esplanadas cobertas.

3 — A título excecional, devidamente fundamentado, as esplanadas poderão ser licenciadas com condições diversas das referidas nos números anteriores, desde que não sejam postos em causa os condicionamentos ao licenciamento estabelecidos no presente Regulamento.

Artigo 17.º

Garrafas de gás, lenha ou carvão

1 — A ocupação do espaço público com garrafas de gás que se destinem à venda ao público integrada em estabelecimento, apenas será admitida, sem prejuízo da demais legislação aplicável, nas seguintes condições:

- a) Localizar-se, preferencialmente, no espaço contíguo à fachada do estabelecimento;
- b) Os recipientes devem estar devidamente acondicionados em suporte adequado, nomeadamente grades, de forma a garantir a sua proteção contra choques e a evitar o seu extravio;
- c) A capacidade total dos recipientes não pode ultrapassar os 0,520 m³, admitindo-se apenas a colocação máxima de 19 garrafas pequenas (26 litros);
- d) Deve ser colocado em local acessível um extintor A, B, C de 6 kg e uma placa de sinalização com o sinal de «Proibido fumar ou foguear», no suporte das garrafas;

2 — A ocupação do espaço público com lenha e carvão, devidamente embalados e acondicionados, será admitida desde que sejam cumpridos os critérios gerais de ocupação de espaço público previstos no presente Regulamento.

3 — A ocupação do espaço público com garrafas de gás, lenha e carvão para venda ao público não integrada na atividade de um estabelecimento comercial será apreciada pela Câmara Municipal tendo em conta a fundamentação apresentada pelo requerente e as condições do local pretendido.

Artigo 18.º

Posto de promoção imobiliária

A instalação de um posto de promoção imobiliária está sujeita ao cumprimento das seguintes condições:

- a) Servir apenas de apoio à entidade promotora do empreendimento em venda;

b) Ser executado em materiais com durabilidade e condições térmicas adequados ao fim pretendido, e com acabamentos e cores que combinem harmoniosamente ao ambiente urbano em que se inserem.

CAPÍTULO IV

Condições de instalação de suportes publicitários e de afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias

Artigo 19.º

Chapas

As chapas não podem exceder as dimensões de 0,60 m × 0,40 m e saliência máxima de 0,05 m, devendo localizar-se no rés-do-chão dos edifícios.

Artigo 20.º

Placas

1 — As placas não podem exceder as dimensões 1,50 m × 1,00 m e saliência máxima de 0,10 m, devendo manter uma distância entre a parte inferior da placa e o solo igual superior a 3,00 m.

2 — Não se podem sobrepor a gradeamentos ou outras zonas vazadas em varandas, exceto quando tal não seja física ou materialmente possível, nem ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas.

3 — O intervalo mínimo entre placas deve ser de 1,00 m, exceto quando tal não seja física ou materialmente possível, não sendo admissível mais de uma placa por fração autónoma ou fogão.

Artigo 21.º

Tabuletas

1 — As tabuletas não podem exceder as dimensões 0,50 m × 0,50 m.

2 — Em cada edifício não pode ser afixada mais do que uma tabuleta, exceto se aí for exercida mais do que uma atividade, caso em que o intervalo entre tabuletas deve ser de 3,00 m, exceto quando tal não seja física ou materialmente possível.

3 — Não podem distar menos de 2,60 m do solo.

4 — Não pode ser excedido o balanço de 0,70 m em relação ao plano marginal do edifício.

Artigo 22.º

Painéis, outdoors e similares

1 — Os painéis, *outdoors* e similares devem ter dimensões que não ponham em causa o ambiente, a estética dos locais pretendidos e conter a identificação da entidade responsável em local facilmente visível.

2 — Quando fixados diretamente no solo, a distância entre a moldura e o solo não pode ser inferior a 2,20 m.

3 — A distância entre painéis, *outdoors* e similares instalados ao longo das vias municipais e arruamentos não pode ser inferior a 1,50 m, exceto quando afixados em tapumes, vedações ou elementos congêneres.

4 — Os painéis, *outdoors* e similares devem ser sempre nivelados, exceto quando o tapume, vedação ou outro elemento congêner se localize em arruamento inclinado, caso em que se admite a sua disposição em socacos, acompanhando de forma harmoniosa a inclinação do terreno.

Artigo 23.º

Mupis e similares

1 — Os mupis e similares devem ter dimensões que não ponham em causa o ambiente, a estética dos locais pretendidos e conter a identificação da entidade responsável em local facilmente visível.

2 — Os mupis e similares devem assentar em estrutura adequada à dimensão dos mesmos e à natureza dos seus materiais.

Artigo 24.º

Bandeiras

1 — A distância entre a parte inferior da bandeira e o solo não pode ser inferior a 2,60 m.

2 — A distância entre a fachada do edifício oposto e a parte mais saliente de uma bandeira deve ser igual ou superior a 2,00 m.

Artigo 25.º

Cartazes

Os cartazes podem ser afixados nas vedações, tapumes, muros e paredes, desde que respeitem os limites regulamentares, devendo ser removidos no prazo de 5 (cinco) dias, após a realização do evento ou verificação do facto anunciado.

Artigo 26.º

Anúncios luminosos, iluminados e eletrónicos

1 — Os anúncios luminosos só podem ser de dupla face, aplicados perpendicularmente às fachadas dos edifícios e denominados de «bandeira» ou executados em tubos de néon à vista, desenhando letras afixadas em paramentos dos edifícios, devendo respeitar as seguintes limitações:

a) Não exceder o balanço total de 0,60 m;

b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser inferior a 2,60 m.

2 — Os anúncios iluminados e eletrónicos podem ser colocados diretamente nas fachadas dos edifícios, não excedendo a saliência de 0,20 m contando com o elemento que os ilumina e mantendo a distância entre o solo e a parte inferior do anúncio superior a 2,60 m.

3 — As estruturas dos anúncios referidos no presente artigo, quando instalados nas coberturas ou fachadas de edifícios e em espaços afetos ao domínio público, devem ficar encobertas, tanto quanto possível, e ser pintadas com a cor que lhes dê o menor destaque.

Artigo 27.º

Servidões militares ou aeronáuticas de Blimps, balões, zepelins, insufláveis e similares

1 — A 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 a difusão da mensagem publicitária.

2 — Não pode ser licenciada a afixação de mensagens publicitárias em meios ou suportes aéreos, blimps ou semelhantes que invadam zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas, nomeadamente aquelas a que se refere o Decreto-Lei n.º 48 542/68, de 24 de agosto, exceto se o anunciante for prévia e expressamente autorizado para tal, por entidade com jurisdição sobre esses espaços.

Artigo 28.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, desde que previamente licenciada, devendo ser garantido o sossego e tranquilidade públicas.

2 — A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial apenas pode ocorrer:

a) No período compreendido entre as 9 e as 20 horas;

b) Desde que respeitados os valores limite do Regulamento Geral do Ruído;

c) A uma distância mínima de 100,00 m de edifícios escolares, de hospitais, cemitérios, locais de culto e outros estabelecimentos similares durante o seu horário de funcionamento;

d) Tratando-se de eventos efémeros ou ocasionais, no dia do evento e nos 3 (três) dias que o antecedem.

ANEXO II

Crítérios adicionais a observar na ocupação do espaço público e afixação ou inscrição de mensagens publicitárias fixados por entidades com jurisdição sobre o espaço público do município.

Artigo 1.º

Rede de estradas nacionais e regionais

A publicidade a afixar nas imediações das vias sob jurisdição da Infraestruturas de Portugal S. A., deve observar os seguintes critérios adicionais, definidos por esta entidade:

a) A mensagem ou os seus suportes não podem 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 a apreciação prévia desta entidade;

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

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

f) A luminosidade das mensagens publicitárias não deve ultrapassar 4 candelas por m²;

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

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

i) A zona de circulação pedonal livre de qualquer mensagem ou suporte publicitário não deve ser inferior a 1,50 metros, de modo a garantir a circulação de peões em segurança, nomeadamente os de mobilidade reduzida.

Artigo 2.º

Domínio público ferroviário

1 — A afixação ou inscrição de qualquer mensagem publicitária dentro de espaço do domínio público ferroviário carece de autorização formal por parte da Infraestruturas de Portugal S. A.

2 — De acordo com a alínea *a*) do n.º 1 do artigo 16.º do Decreto-Lei n.º 276/2003, de 4 de novembro, em prédios confinantes ou vizinhos das linhas férreas ou ramais ou de outras instalações ferroviárias, é proibido utilizar elementos luminosos ou refletores que, pela sua cor, natureza ou intensidade, possam prejudicar ou dificultar a observação da sinalização ferroviária ou da própria via ou ainda assemelhar-se a esta de tal forma que possa produzir perigo para a circulação ferroviária.

3 — Por questões de segurança das circulações e da infraestrutura ferroviária (n.º 1 do artigo 14.º do DL 276/2003) não poderá ser efetuada a afixação de mensagens publicitárias sem autorização expressa da Infraestruturas de Portugal S. A. (nomeadamente com altura superior a 1,80 m), em zonas próximas da via férrea (faixa mínima de 10 m de acordo com o artigo 15.º do DL 276/2003).

4 — De acordo com o artigo 8.º do Decreto-Lei n.º 568/99, de 23 de dezembro, a fim de assegurar a manutenção das condições de visibilidade mínima junto às passagens de nível, os proprietários ou possuidores dos terrenos não podem praticar quaisquer atos que prejudiquem a visibilidade, sem que a entidade gestora da infraestrutura ferroviária dê parecer favorável.

Artigo 3.º

Domínio público hídrico

1 — Os sistemas de informação publicitária devem ser integrados na construção, em placards adossados às fachadas, por pintura da cobertura, dos toldos, ou ainda por sistemas amovíveis ligeiros, como faixas ou bandeiras.

2 — Os sistemas de informação publicitária não devem afetar a sinalização e a informação a utentes e banhistas, referentes às condições de risco, segurança, assistência e qualidade das águas balneares.

3 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nos terrenos adjacentes a menos de 300 m de qualquer farol, farolim ou marca marítima existentes, bem como na linha de enfiamento dos faróis ou das mesmas marcas, incluindo os respetivos resguardos de segurança marítima, nos termos do disposto nas alíneas *f*) e *i*) do artigo 3.º da Portaria n.º 537/71, de 4 de outubro, que aprova o Regulamento da Direção de Faróis, carece de parecer prévio da Direção de Faróis.

4 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nas praias marítimas, fluviais e lacustres não deve conflitar nem ser confundida com os equipamentos destinados à informação, vigilância e prestação de salvamento, socorro a naufragos e assistência a banhistas.

5 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em embarcações não deve conflitar nem ser confundida com os respetivos conjuntos de identificação ou números de registo e nome.

209858774

MUNICÍPIO DE MARCO DE CANAVESES

Aviso (extrato) n.º 11550/2016

Procedimento concursal comum para contratação de trabalhadores, na modalidade de contrato de trabalho em funções públicas por tempo indeterminado para a ocupação de 6 postos de trabalho de assistente técnico (administrativos).

Manutenção da exclusão no âmbito da aplicação do 1.º método de seleção

Convocatória para realização do 2.º método de seleção

1) Na sequência da audiência dos interessados, realizada nos termos do n.º 1 do artigo 36.º e nos artigos 30.º e 31.º da Portaria n.º 83-A/2009, de 22 de janeiro, na sua atual redação, conjugado com o Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 4/2015, de 7 de janeiro, notificam-se os candidatos da manutenção da exclusão no âmbito da aplicação do 1.º método de seleção, nos termos do disposto no n.º 6 do artigo 31.º, conjugado com a alínea *d*) do n.º 3 do artigo 30.º da mesma Portaria, do procedimento concursal comum para contratação de trabalhadores, na modalidade de contrato de trabalho em funções públicas por tempo indeterminado, para a ocupação de 6 postos de trabalho de Assistente Técnico (Administrativos), conforme Aviso de abertura n.º 3269/2016, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 49, de 10 de março de 2016, Ref. E).

2) A lista contendo os candidatos notificados da manutenção da exclusão, encontra-se afixada no átrio do edifício dos Paços do Concelho, sito no Largo Sacadura Cabral, 4630-219 Marco de Canaveses, e divulgadas na página eletrónica em www.cm-marco-canaveses.pt.

3) O processo do procedimento concursal está disponível para consulta dos interessados, nas instalações da Câmara Municipal, Largo Sacadura Cabral, em Marco de Canaveses, das 9:00 às 12:30 e das 14:00 às 17:30.

4) Nos termos e para os efeitos previstos no n.º 2 do artigo 33.º, conjugado com a alínea *d*) do n.º 3 do artigo 30.º da Portaria n.º 83-A/2009, informa-se que a data, hora e local da realização do método de seleção, Avaliação Psicológica, será afixada no átrio do edifício dos Paços do Concelho, sito no Largo Sacadura Cabral, 4630-219 Marco de Canaveses, e divulgada na página eletrónica em www.cm-marco-canaveses.pt.

6 de setembro de 2016. — O Presidente da Câmara Municipal, *Manuel Moreira*.

309855428

MUNICÍPIO DE SABROSA

Aviso n.º 11551/2016

Para os devidos efeitos se faz público que por meu despacho de 11 (onze) de julho de 2016, foi deferido o pedido de cessação da Comissão de Serviço do Cargo de Chefe de Divisão Administrativa, Financeira e Patrimonial da Câmara Municipal de Sabrosa, com efeitos a partir de 01 (um) de setembro de 2016, de Ana Raquel Miranda Gouveia Lopes, em virtude de ter sido nomeada em Comissão de Serviço como Chefe da Divisão Financeira da Câmara Municipal de Braga, pelo período de 03 (três) anos, com efeitos a partir daquela data, nos termos da conjugação do artigo 23.º da Lei n.º 49/2012, de 29 agosto, com o artigo 21.º da Lei 02/2004, de 15 de janeiro, na sua atual redação adaptada à Administração Local pela Lei n.º 49/2012 de 29 de agosto.

1 de setembro de 2016. — O Presidente da Câmara Municipal de Sabrosa, *José Manuel de Carvalho Marques*, Dr.

309860611

Aviso n.º 11552/2016

Para os devidos efeitos torna-se público que, por meu despacho de 23 agosto de 2016, nos termos da competência que me é conferida pelo disposto na alínea *a*), do n.º 2 do artigo 35.º da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, conjugado com os artigos 92.º a 100.º da Lei Geral do Trabalho em Funções Públicas, aprovada pela Lei n.º 35/2014, de 20 de junho, foi autorizada, a mobilidade da Técnico Superior, Paula Alexandra Pereira de Freitas do Município de Sabrosa para o Instituto do Emprego e Formação Profissional, com efeitos a partir de 01 (um) de setembro de 2016.

12 de setembro de 2016. — O Presidente da Câmara Municipal de Sabrosa, *José Manuel de Carvalho Marques*, Dr.

309860563