



**REGULAMENTO DE PUBLICIDADE
DA CÂMARA MUNICIPAL DE
MANGUALDE**

ÍNDICE

Nota justificativa	8
Capítulo I.....	9
Disposições gerais	9
Artigo 1º	9
Lei habilitante	9
Artigo 2º	9
Âmbito de aplicação	9
Artigo 3º	9
Incidência objectiva	9
Artigo 4º	9
Incidência subjectiva	9
Artigo 5º	10
Isenções e reduções.....	10
Capítulo II.....	10
Noções e princípios.....	10
Artigo 6º	10
Conceitos gerais	10
Artigo 7º	11
Definições	11
Artigo 8º	13
Regras gerais.....	13
Capítulo III.....	14
Processo de licenciamento.....	14
Secção I.....	14
Limites ao licenciamento	14
Artigo 9º	14
Obrigatoriedade do licenciamento	14
Artigo 10º.....	14
Natureza das licenças	14
Artigo 11º.....	14

Restrições de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico	14
Artigo 12º.....	14
Restrições impostas pela segurança pública e pela circulação de pessoas e veículos	14
Artigo 13º.....	15
Restrições estéticas e ambientais.....	15
Artigo 14º.....	15
Restrições de ordem pública	15
Secção II.....	15
Informação prévia	15
Artigo 15º.....	15
Pedido de informação.....	15
Secção III.....	16
Pedido de licenciamento.....	16
Artigo 16º.....	16
Formulação do pedido	16
Artigo 17º.....	17
Elementos complementares.....	17
Artigo 18º.....	17
Suprimento das deficiências do requerimento inicial	17
Artigo 19º.....	17
Locais sujeitos a jurisdição de outras entidades	17
Artigo 20º.....	18
Condições de indeferimento	18
Artigo 21º.....	18
Notificação da decisão	18
Artigo 22º	18
Prazos de licença	18
Artigo 23º.....	18
Renovação de licença	18
Artigo 24º.....	19
Revogação de licença.....	19
Artigo 25º.....	19

Alteração da mensagem publicitária	19
Secção IV.....	19
Deveres do titular.....	19
Artigo 26º.....	19
Obrigações do titular da licença	19
Capítulo IV	20
Suportes publicitários e outras utilizações do espaço público.....	20
Secção I.....	20
Publicidade afecta a equipamento urbano ou autónomo.....	20
Artigo 27º.....	20
Painéis, mupis, colunas publicitárias e anúncios electrónicos.....	20
Artigo 28º.....	20
Estrutura e dimensões a observar	20
Artigo 29º.....	20
Pendões, bandeiras, bandeirolas, faixas, fitas, lonas e telas.....	20
Artigo 30º.....	20
Caução	20
Secção II.....	21
Publicidade instalada em edifícios.....	21
Artigo 31º.....	21
Anúncios	21
Artigo 32º.....	21
Dimensões e distâncias a observar	21
Artigo 33º.....	21
Placas, chapas e tabuletas.....	21
Artigo 34º.....	22
Condições de aplicação das letras soltas ou símbolos	22
Artigo 35º.....	22
Palas e alpendres.....	22
Artigo 36º.....	22
Publicidade instalada em telhados, coberturas ou terraços.....	22
Artigo 37º.....	22

Publicidade instalada em fachadas.....	22
Artigo 38º.....	22
Publicidade instalada em empenas	22
Artigo 39º.....	23
Publicidade instalada em edifícios com obras em curso	23
Secção IV.....	23
Outros meios de publicidade.....	23
Subsecção I.....	23
Cartazes	23
Artigo 40º.....	23
Locais de afixação.....	23
Artigo 41º.....	23
Caução	23
Subsecção II.....	24
Campanhas publicitárias de rua	24
Artigo 42º.....	24
Condições gerais.....	24
Subsecção III.....	24
Outras utilizações do espaço público.....	24
Artigo 43º.....	24
Toldos e sanefas	24
Artigo 44º.....	25
Vitrinas	25
Artigo 45º.....	25
Expositores de artigos comerciais.....	25
Subsecção IV	25
Publicidade Móvel e Sonora.....	25
Artigo 46º.....	25
Publicidade móvel	25
Artigo 47º.....	26
Restrições à publicidade móvel	26
Artigo 48º.....	26

Autorização e seguro	26
Artigo 49º.....	26
Publicidade sonora	26
Artigo 50º.....	27
Dispositivos publicitários aéreos cativos.....	27
Capítulo V	27
Afixação de propaganda política e eleitoral.....	27
Artigo 51º.....	27
Princípios gerais	27
Artigo 52º.....	27
Locais de afixação.....	27
Artigo 53º.....	27
Remoção da propaganda	27
Capítulo VI	28
Taxas.....	28
Artigo 54º.....	28
Valor das taxas	28
Artigo 55º.....	29
Pagamento em prestações.....	29
Artigo 56º.....	30
Actualização de valores	30
Artigo 57º.....	30
Liquidação e cobrança	30
Artigo 58º.....	30
Modo de pagamento	30
Capítulo VII	30
Contra-ordenações e coimas	30
Artigo 59º.....	30
Processo de contra-ordenação	30
Artigo 60º.....	31
Contra-ordenações	31
Artigo 61º.....	31

Coimas	31
Artigo 62º.....	31
Graduação da coima	31
Artigo 63º.....	32
Negligência e tentativa	32
Artigo 64º.....	32
Responsabilidade civil e criminal.....	32
Artigo 65º.....	32
Garantias fiscais	32
Capítulo VIII	32
Remoção, conservação e depósito	32
Artigo 66º.....	32
Remoção dos suportes publicitários	32
Artigo 67º.....	33
Conservação.....	33
Artigo 68º.....	33
Depósito	33
Capítulo IX.....	33
Disposições finais	33
Artigo 69º.....	33
Regime transitório.....	33
Artigo 70º.....	34
Normas supletivas e interpretação.....	34
Artigo 71º.....	34
Entrada em vigor	34
Capítulo X.....	34
Fundamentação económico-financeira.....	34
Anexo	38

Nota justificativa

A Lei das Taxas das Autarquias Locais, aprovada pela Lei nº 53-E/2006, de 29 de Dezembro, veio regular as relações jurídico-tributárias geradoras da obrigação de pagamento de taxas às autarquias locais, estabelecendo o novo quadro jurídico para a criação dos regulamentos municipais.

Este novo regime geral das taxas das autarquias locais veio consagrar, de uma forma expressa, diversos princípios consonantes com o enquadramento constitucional actual, designadamente os princípios da equivalência jurídica, da justa repartição dos encargos, da transparência, da proporcionalidade, e da prossecução do interesse público local, impondo ainda a obrigatoriedade dos regulamentos vigentes se adaptarem a este novo regime legal até ao dia 1 de Janeiro de 2009.

De entre as novas regras e princípios a que a criação e alteração das taxas locais se devem subordinar sobressai a exigência de que os novos regulamentos prevejam, um conjunto de disposições respeitantes às bases de incidência objectiva e subjectiva, ao valor das taxas e métodos de cálculo aplicáveis, à fundamentação económico-financeira dos tributos, às isenções e respectiva fundamentação, aos meios de pagamento e demais formas de extinção da prestação tributária, ao pagamento em prestações, à respectiva liquidação e cobrança e às consequências do seu incumprimento.

Por outro lado, a alínea c), do nº 2, do artigo 8º da Lei nº 53-E/2006, define a necessidade de os municípios fundamentarem económica e financeiramente o valor das taxas a cobrar, designadamente ao nível dos custos directos e indirectos, dos encargos financeiros, das amortizações e dos investimentos realizados ou a realizar.

Nestes termos e ao abrigo do disposto na Lei nº 53-E/2006, de 29 de Dezembro, procedeu-se à alteração do presente Regulamento de Publicidade da Câmara Municipal de Mangualde.

Capítulo I
Disposições gerais

Artigo 1º
Lei habilitante

O presente Regulamento foi elaborado ao abrigo do disposto no artigo 241º da Constituição da República Portuguesa, dos artigos 10º e 15º da Lei nº 2/2007, de 15 de Janeiro, da Lei nº 53-E/2006, de 29 de Dezembro, da alínea a) do nº 2, do artigo 53º, da alínea a) do nº 6 do artigo 64º, ambas da Lei nº 169/99, de 18 de Setembro, na redacção dada pela Lei nº 5-A/ 2002, de 11 de Janeiro, da Lei nº 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações introduzidas pela Lei nº 23/2002, de 23 de Agosto, do Decreto-Lei nº 105/98, de 24 de Abril, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei nº 166/99, de 13 de Maio, e do Decreto-Lei nº 330/90, de 23 de Outubro, com as alterações introduzidas pelos Decretos-Lei nºs 74/93, de 10 de Março, 6/95, de 17 de Janeiro, 61/97, de 25 de Março, e 275/98, de 9 de Setembro.

Artigo 2º
Âmbito de aplicação

O presente Regulamento é aplicável em todo o município às relações jurídico-tributárias geradoras da obrigação do pagamento de taxas a este último, pela concessão de autorização para a afixação ou inscrição de qualquer forma de publicidade.

Artigo 3º
Incidência objectiva

As taxas previstas no presente Regulamento incidem genericamente sobre as utilidades prestadas aos particulares ou geradas pela actividade do município, designadamente pelo licenciamento da afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial destinadas e visíveis do espaço público, bem como à utilização deste com suportes publicitários e/ou outros meios.

Artigo 4º
Incidência subjectiva

- 1 – O sujeito activo da relação jurídico-tributária geradora da obrigação do pagamento das taxas previstas no presente Regulamento é o Município de Mangualde.
- 2 – O sujeito passivo é a pessoa singular ou colectiva, e outras entidades legalmente equiparadas, que nos termos da lei e do presente Regulamento estejam vinculadas ao cumprimento da prestação tributária mencionada no artigo antecedente.

Artigo 5º
Isenções e reduções

1 – Estão isentos do pagamento das taxas previstas no artigo 54º as entidades a quem a lei confira tal isenção.

2 – Estão ainda isentos do pagamento das taxas previstas no artigo 54º as seguintes entidades do Concelho de Mangualde:

- a) Juntas de freguesia;
- b) Instituições de beneficência, associações culturais e desportivas e associações de moradores;
- c) Instituições de educação e ensino;
- d) Pessoas colectivas de direito privado que não tenham fins lucrativos;

3 – As isenções e reduções referidas nos números antecedentes não dispensam os interessados de requererem à Câmara Municipal as necessárias licenças, e procederem ao pagamento da respectiva caução, quando exigidas, nos termos da lei ou dos regulamentos municipais.

4 – Não carecem de licenciamento municipal, nos termos do presente Regulamento:

- a) Os anúncios ou reclamos colocados ou afixados dentro dos estabelecimentos ou no interior das montras de exposição destes, quando forem respeitantes a produtos ali fabricados ou comercializados;
- b) Os anúncios colocados ou afixados em prédios urbanos com a simples indicação de venda ou arrendamento;
- c) Os anúncios de organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas ou de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à actividade que prosseguem;
- d) Os anúncios destinados à identificação de serviços públicos de saúde, de símbolo oficial de farmácia e de profissões liberais, desde que especifiquem apenas os titulares, o horários de funcionamento e, quando for caso disso, a especialização;
- e) As referências a patrocinadores de actividades promovidas pela Câmara Municipal ou que esta considere de interesse público, desde que o valor do patrocínio seja superior ao valor da taxa que seria aplicável;
- f) A designação do nome do edifício.

Capítulo II
Noções e princípios

Artigo 6º
Conceitos gerais

1 – Para efeitos deste regulamento, entende-se por:

- a) Publicidade – qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação,

quaisquer bens ou serviços, ou promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições que não tenham natureza política;

b) Publicidade exterior – todas as formas de comunicação publicitária previstas na alínea anterior quando destinadas e visíveis do espaço público;

c) Ocupação do espaço público – qualquer implantação, ocupação, difusão, instalação, afixação ou inscrição, promovida por suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público, no solo, espaço aéreo, fachadas, empenas e coberturas de edifícios;

d) Suporte publicitário – meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária, nomeadamente, painel, mupi, coluna publicitária, anúncio, reclamo, bandeira, moldura, placa, pala, faixa, bandeirola, pendão, cartaz, toldo, sanefa, vitrina, veículos e outros;

e) Propaganda política – actividade de natureza ideológica ou partidária de cariz não eleitoral que visa directamente promover os objectivos desenvolvidos pelos seus subscritores;

f) Propaganda eleitoral – toda a actividade que vise directamente promover candidaturas, seja actividade dos candidatos, dos subscritores das candidaturas ou de partidos políticos que apoiem as diversas candidaturas, bem como a publicação de textos ou imagens que expressem ou reproduzam o conteúdo dessa actividade.

g) Equipamento urbano – conjunto de elementos instalados no espaço público com função específica de assegurar a gestão de estruturas e sistemas urbanos, nomeadamente sinalização viária, semaforica, vertical, horizontal e informativa (direcciona e de pré-aviso), candeeiros de iluminação pública, armários técnicos, guardas metálicas, pilaretes e outros;

h) Mobiliário urbano – todas as peças instaladas ou apoiadas no espaço público que permitem um uso, prestam um serviço ou apoiam uma actividade, designadamente quiosques e estabelecimentos similares, independentemente da sua eventual mobilidade, esplanadas, palas, toldos, alpendres, floreiras, bancos e abrigos de transportes públicos;

i) Corredor pedonal – percurso linear para peões, tão rectilíneo quanto possível, de nível, livre de obstáculos ou qualquer elemento urbano, preferencialmente salvaguardado na parcela interior dos passeios.

Artigo 7º

Definições

1 – Para efeitos deste Regulamento, entende-se por:

a) Painel – dispositivo constituído por uma superfície para afixação de mensagens publicitárias estáticas ou rotativas, envolvido por uma moldura, e estrutura de suporte fixada directamente ao solo, com ou sem iluminação;

b) Mupi – peça de mobiliário urbano biface, dotada de iluminação interior, concebida para servir de suporte à afixação de cartazes publicitários;

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

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

- e) Anúncio iluminado – todo o suporte sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- f) Anúncio luminoso – todo o suporte que emite luz própria;
- g) Anúncio electrónico – sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, ou com possibilidade de ligação a circuitos de televisão e vídeo;
- h) Bandeira – insígnia, inscrita em pano, de uma ou mais cores, identificativa de países, entidades, organizações e outros, ou com fins comerciais;
- i) Bandeirola – suporte publicitário rígido, fixo a um poste, candeeiro ou equipamento semelhante, que apresente como forma característica, a figura de um quadrado ou rectângulo;
- j) Pendão – suporte publicitário em pano, lona, plástico ou outro material não rígido, fixo a um poste ou equipamento semelhante, que apresenta como forma característica, o predomínio acentuado da dimensão vertical;
- l) Faixa/Fita/Lona/Tela – dispositivo de suporte de mensagem publicitária inscrita em tela, afixada nas empenas dos edifícios ou noutros elementos de afixação;
- m) Placa – suporte aplicado em paramento visível, com ou em emolduramento, utilizado para divulgar escritórios, consultórios médicos, outras actividades;
- n) Tabuleta – suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos prédios, com mensagens publicitárias nas faces;
- o) Chapa – suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, com uma dimensão que não exceda os 0,60 m, e uma saliência que não exceda os 0,30 m;
- p) Cartaz – suporte de mensagem publicitária ou de propaganda inscrita em papel, tela ou plástico;
- q) Dispositivos publicitários aéreos cativos (blimp, balão, zeppelin, insufláveis e semelhantes) – dispositivos publicitários de exposição no ar, normalmente sem contacto com o solo, mas a ele espiados ou ligados por elementos de fixação;
- r) Toldo – elemento rebatível de protecção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material idêntico, aplicável a vãos de portas, janelas, montras e fachadas de estabelecimentos comerciais, e onde normalmente estejam inscritas mensagens publicitárias;
- s) Alpendre – elemento rígido de protecção contra agentes climatéricos, com pelo menos uma água, aplicável a vãos de portas, janelas e montras de estabelecimentos comerciais;
- t) Pala – elemento rígido de protecção contra agentes climatéricos, com predomínio da dimensão horizontal, fixo aos paramentos das fachadas e funcionando como suporte para afixação/inscrição de mensagens publicitárias;
- u) Vitrina – qualquer mostrador envidraçado ou transparente, colocado no paramento dos edifícios, onde se expõem objectos à venda em estabelecimentos comerciais;
- v) Expositor – qualquer estrutura de exposição destinada a apoiar estabelecimentos de comércio;
- x) Letras soltas ou símbolos – mensagens publicitárias aplicadas directamente nas fachadas dos edifícios, constituídas por um conjunto formado por suportes não luminosos individuais para cada letra ou símbolo;

2 – Os suportes referidos no número anterior, independentemente da mensagem inscrita ter ou não natureza publicitária, estão sujeitos ao cumprimento do disposto no presente regulamento.

3 – Para efeitos do presente regulamento, entende-se por:

- a) Empena – parede lateral de um edifício, sem vãos;
- b) Publicidade móvel – a que se refere a dispositivos publicitários instalados, inscritos ou afixados em veículos terrestres, marítimos, fluviais ou aéreos, seus reboques, ou similares;
- c) Publicidade afecta a mobiliário urbano – a publicidade em suporte próprio, concebida para ser instalada em peças de mobiliário urbano ou equipamento, existentes no espaço público, geridos e/ou pertencentes ao Município;
- d) Publicidade sonora – toda a difusão de som, com fins comerciais, emitida no espaço público, dele audível ou perceptível;
- e) Campanhas publicitárias de rua – todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémero, que impliquem acções de rua e o contacto directo com o público.

4 – Todas as formas, instrumentos, veículos ou objectos utilizados para transmitir mensagens publicitárias não incluídas no número anterior são, para efeitos do presente Regulamento, considerados outros suportes publicitários.

Artigo 8º **Regras gerais**

1 – Na concepção, dos suportes publicitários, deve optar-se por um desenho caracterizado por formas planas, sem arestas vivas, elementos pontiagudos ou cortantes, devendo ainda utilizar-se materiais resistentes ao impacto, não comburentes, combustíveis ou corrosivos e quando for caso, um sistema de iluminação estanque e inacessível ao público.

2 – Os suportes publicitários de dimensão horizontal inferior a 4,00 m deverão possuir um único elemento de fixação ao solo.

3 – Os suportes publicitários não devem provocar o encadeamento dos condutores e peões, pelo que deverão ser utilizados preferencialmente, vidro anti-reflexo e materiais sem brilho.

4 – Nos suportes publicitários com iluminação própria, a emissão de luz terá que ser inferior a 200 candeias/m², sempre que estejam instalados junto a faixas de rodagem.

5 – Nos suportes publicitários com iluminação própria deverão possuir, preferencialmente, um sistema de iluminação económico, nomeadamente painéis fotovoltaicos com aproveitamento de energia solar, de modo a promover a utilização racional de energia e minimização dos impactos ambientais associados.

6 – Os suportes publicitários com saliência superior a 0,10 m terão que observar um afastamento mínimo de 0,50 m relativamente ao lancil do passeio e uma altura mínima de 2,50 m, medida da parte mais alta deste.

7 – A implantação de suportes publicitários não pode ainda dificultar o acesso às habitações, estabelecimentos comerciais e edifícios públicos, bem como a visibilidade das montras dos estabelecimentos comerciais, nem a circulação pedonal.

Capítulo III
Processo de licenciamento

Secção I
Limites ao licenciamento

Artigo 9º
Obrigatoriedade do licenciamento

- 1 – A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em bens ou espaços afectos ao domínio público, ou deles visíveis, carece de licenciamento prévio pela Câmara Municipal.
- 2 – Nos casos em que a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias exija a execução de obras de construção civil sujeitas a licença, tem esta que ser requerida cumulativamente.

Artigo 10º
Natureza das licenças

- 1 – Todos os licenciamentos e autorizações concedidas no âmbito do presente regulamento são considerados precários.
- 2 – A Câmara Municipal poderá conceder, mediante concurso público, exclusivos de exploração publicitária.

Artigo 11º
Restrições de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico

- 1 – Não podem ser emitidas licenças para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em locais, edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico, nomeadamente:
 - a) Imóveis classificados, ou susceptíveis de virem a ser classificados;
 - b) Imóveis onde funcionem exclusivamente serviços públicos;
 - c) Imóveis contemplados com prémios de arquitectura;
 - d) Imóveis classificados de interesse nacional ou municipal;
 - e) Templos ou cemitérios;
 - f) Árvores e espaços verdes.
- 2 – As limitações previstas nas alíneas a) a d) do número anterior podem não ser aplicadas sempre que a mensagem publicitária se circunscreva à identificação da actividade exercida nos imóveis, em causa.

Artigo 12º
Restrições impostas pela segurança pública e pela circulação de pessoas e veículos

- 1 – A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não pode ser licenciada sempre que prejudique:

- a) A segurança das pessoas e bens, nomeadamente, na circulação rodoviária ou ferroviária;
- b) A iluminação pública;
- c) A visibilidade de placas toponímicas, semáforos e sinais de trânsito;
- d) A circulação de peões;
- e) A circulação de veículos.

2 – Não pode, igualmente, ser licenciada a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias:

- a) Quando não fique um espaço livre para circulação pedonal de;
- b) Dificulte o acesso dos peões a edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos;
- c) Nos postes ou candeeiros de betão, com excepção da colocação de bandeiras por curtos períodos de tempo;
- d) Nos sinais de trânsito ou semáforos, em placas toponímicas e números de polícia e em placas informativas sobre edifícios com interesse público.
- e) Nos corredores para peões ou para suportes de sinalização;
- f) A menos de 10 metros do início ou do fim das rotundas.

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

Artigo 13º **Restrições estéticas e ambientais**

Não podem ser emitidas licenças para afixação ou inscrição de mensagem publicitárias que, por si só, ou através dos meios de suporte que utilizam, afectem a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem, ou causem danos a terceiros.

Artigo 14º **Restrições de ordem pública**

A afixação e inscrição de mensagens publicitárias não podem pôr em perigo a ordem pública, ou causar danos a terceiros.

Secção II **Informação prévia**

Artigo 15º **Pedido de informação**

- 1 – Qualquer interessado pode requerer à Câmara Municipal informação sobre os elementos que possam condicionar a emissão da licença de publicidade e outros meios de utilização do espaço público, para determinado local.
- 2 – O requerente deve indicar o local, o espaço que pretende ocupar e os elementos sobre os quais pretende informação.
- 3 – A resposta ao requerente deverá ser comunicada no prazo de 20 dias a contar da data de recepção do pedido.

4 – O conteúdo da informação prévia prestada pela Câmara Municipal é vinculativo para um eventual pedido de licenciamento, desde que este seja apresentado no prazo de 30 dias após a data da comunicação ao requerente.

Secção III

Pedido de licenciamento

Artigo 16º

Formulação do pedido

1 – O pedido de licenciamento deverá ser efectuado por meio de requerimento dirigido ao Presidente da Câmara, e deverá conter os seguintes elementos:

- a) A identificação e residência ou sede do requerente;
- b) O número de identificação fiscal do requerente, e fotocópia do registo comercial no caso de se tratar de pessoa colectiva;
- c) A indicação exacta do local a ocupar, referenciado com as coordenadas geográficas WGS84 (GPS);
- d) A indicação do meio ou suporte a utilizar;
- d) O período de utilização pretendido.

2 – O requerimento deverá ser acompanhado de:

- a) Memória descritiva do meio ou suporte, com indicação dos materiais, textura, forma, legendas e cores dos materiais a utilizar;
- b) Planta de localização à escala 1/1000 ou 1/500 com indicação do local pretendido para utilização, ou outro meio mais adequado para a sua exacta localização;
- c) Descrição gráfica do meio ou suporte, através de plantas, cortes e alçados não inferior à escala de 1/50, com indicação do elemento a licenciar, bem como da forma, dimensão, balanço de afixação e distâncias ao extremo do passeio respeitante;
- d) Fotomontagem do local e suporte publicitário, ou fotografias a cores indicando o local previsto para a colocação e o respectivo suporte publicitário;
- e) Documento comprovativo de que o requerente é proprietário, co-proprietário, possuidor, locatário ou arrendatário dos bens afectos ao domínio privado no qual se pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária;
- f) Autorização escrita do proprietário ou possuidor, sempre que o meio ou suporte não seja instalado em propriedade própria, bem como documento comprovativo dessa qualidade;
- g) Autorização escrita do condomínio, sempre que o meio ou suporte seja instalado em prédio que esteja submetido ao regime de propriedade horizontal, com excepção das fracções autónomas devidamente licenciadas para a actividade comercial, desde que os elementos publicitários sejam instalados na área correspondente ao estabelecimento.
- h) Outros elementos exigíveis para cada meio ou suporte, conforme o caso em análise.

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

4 – Salvo casos devidamente fundamentados pela natureza do evento, o pedido de licenciamento deverá ser requerido com a antecedência mínima de 30 dias em relação à data pretendida para o início da ocupação ou utilização.

5 – No decurso do processo de licenciamento, a Câmara Municipal colherá os pareceres legalmente exigidos, caso o requerente não os entregue.

6 — O licenciamento para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias através de meios de suporte que, por si só, exijam licenciamento ou autorização para obras de construção civil, deve ser requerido, cumulativamente, nos termos da legislação aplicável.

Artigo 17º

Elementos complementares

1 – Poderá ainda ser exigido, ao requerente, a indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem necessários para a apreciação do pedido, nomeadamente:

a) A junção do termo de responsabilidade e contrato de seguro de responsabilidade civil para meio ou suporte que possa, eventualmente representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas;

b) Autorização de outros proprietários, possuidores, locatários ou outros detentores legítimos que possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição pretendida.

c) Indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem dúvidas susceptíveis de comprometer a apreciação do pedido;

2 – O requerente deve juntar os elementos solicitados nos 20 dias seguintes à comunicação efectuada pelos serviços.

Artigo 18º

Suprimento das deficiências do requerimento inicial

1 – Se o pedido de licenciamento não satisfizer o disposto no artigo 16º, ou caso seja necessária a prestação de informações ou a apresentação de provas deverá o requerente ser notificado para suprir as deficiências existentes, no prazo de 15 dias contados a partir da data da notificação, sob pena de rejeição do pedido.

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

Artigo 19º

Locais sujeitos a jurisdição de outras entidades

1 – Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária estiver sujeito a jurisdição de outra entidade, a Câmara Municipal solicitará a essa entidade, nos 15 dias seguintes à data de entrada do requerimento ou da junção dos elementos complementares, parecer sobre o pedido de licenciamento.

2 – A entidade a consultar dispõe de 20 dias, para se pronunciar no âmbito das suas competências.

3 – A não recepção do parecer no prazo fixado no número anterior entende-se como parecer favorável.

Artigo 20º **Condições de indeferimento**

O pedido de licenciamento pode ser indeferido com fundamento no incumprimento do presente Regulamento, da legislação geral sobre publicidade, e no interesse público, devendo ser sempre fundamentado.

Artigo 21º **Notificação da decisão**

1 – A decisão sobre o pedido de licenciamento deverá ser notificada por escrito ao requerente no prazo de 15 dias, contados a partir da data da decisão final.

2 – No caso de deferimento deve incluir-se na respectiva notificação a indicação do prazo, que não poderá ser inferior a 15 dias, para levantamento da licença e pagamento da taxa respectiva.

3 – A autorização conferida será cancelada se não for levantada a licença e paga a taxa dentro do prazo referido no aviso de pagamento.

4 – A licença entregue ao titular deve indicar as seguintes especificações:

- a) O objecto do licenciamento;
- b) O local e a área permitidos para se efectuar a ocupação;
- c) O prazo de duração;
- d) O número da licença, que deve ser afixado no meio ou suporte juntamente com a identidade do titular;

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

Artigo 22º **Prazos de licença**

1 – A licença será atribuída até ao termo do ano civil a que reporta o licenciamento.

2 – A pedida do requerente pode ser concedida por prazo inferior.

3 – As licenças requeridas para afixação, inscrição ou difusão de mensagem publicitária relativa a evento a ocorrer em data determinada, caducarão nessa data.

Artigo 23º **Renovação de licença**

1 – A licença que seja concedida até ao termo do ano civil a que o licenciamento diz respeito renova-se automaticamente e sucessivamente por igual período, desde que o interessado liquide a respectiva taxa até ao termo do mês de Janeiro de cada ano civil, salvo se:

- a) A Câmara Municipal notificar por escrito o titular da licença, da decisão em sentido contrário, com fundamento no disposto no artigo 20º do presente Regulamento e com a antecedência mínima de 15 dias antes do termo do prazo respectivo;
- b) O titular comunicar à Câmara Municipal a intenção contrária por escrito e com a antecedência mínima de 15 dias antes do termo do prazo respectivo.

Artigo 24º **Revogação de licença**

A licença para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias pode ser revogada sempre que:

- a) Situações excepcionais de imperioso interesse público, devidamente fundamentadas o exijam;
- b) O titular da licença não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito, ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado em virtude do licenciamento;
- c) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação, sem licença municipal, dos meios ou suportes para os quais haja sido concedida licença.

Artigo 25º **Alteração da mensagem publicitária**

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

Secção IV **Deveres do titular**

Artigo 26º **Obrigações do titular da licença**

- 1 – O titular da licença de publicidade fica vinculado às seguintes obrigações:
- a) Cumprir as condições gerais ou especiais a que a licença está sujeita;
 - b) Manter o meio de suporte e a mensagem em boas condições de conservação, funcionamento e segurança;
 - c) Remover a mensagem publicitária e o respectivo suporte nos oito dias seguintes após o termo do prazo da licença, devendo comunicar, por escrito, aos serviços camarários.
 - d) Repor a situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem publicitária, ou da utilização com o evento publicitário, nos oito dias seguintes após o termo do prazo da licença.
- 2 – A segurança e vigilância dos suportes publicitários e demais equipamentos de apoio incumbem ao titular da licença.
- 3 – O titular da licença deve proceder com urbanidade nas relações com os utentes e providenciar no sentido de não causar danos ou incómodos a terceiros.

Capítulo IV

Suportes publicitários e outras utilizações do espaço público

Secção I

Publicidade afecta a equipamento urbano ou autónomo

Artigo 27º

Painéis, mupis, colunas publicitárias e anúncios electrónicos

- 1 – Os painéis, mupis e similares deverão estar sempre nivelados excepto quando se localizem em arruamento inclinado, caso em que se admite a sua disposição em socalcos, acompanhando de forma harmoniosa a pendente do terreno.
- 2 – Os painéis, mupis e similares não poderão dispor-se em banda contínua, devendo deixar entre si, espaços livres nunca inferiores a 2 m.
- 3 – A distância entre a moldura dos painéis e o solo não pode ser inferior 2 m.
- 4 – As superfícies de afixação da publicidade não podem ser subdivididas.
- 5 – O licenciamento da ocupação ou utilização do espaço público com algum destes equipamentos poderá ser precedido de hasta ou concurso público para atribuição de locais destinados à instalação dos mesmos.

Artigo 28º

Estrutura e dimensões a observar

- 1 – A estrutura de suporte dos painéis deve ser metálica e na cor que melhor se integre na envolvente não podendo, em caso algum, permanecer no local sem mensagem.
- 2 – Na estrutura deve ser afixado, de modo bem visível, uma chapa com a indicação do número da licença do proprietário.

Artigo 29º

Pendões, bandeiras, bandeiras, faixas, fitas, lonas e telas

- 1 – A fixação de bandeiras e bandeiras deverá ser feita de modo a que os dispositivos permaneçam oscilantes e, preferencialmente, orientados para o lado interior do passeio.
- 2 – A colocação de pendões, faixas, fitas, lonas e telas deverá ser feita através da afixação em estruturas fixas e resistentes.
- 3 – A colocação de faixas, fitas, lonas e telas em locais destinados à circulação de veículos deverá situar-se a uma altura mínima do solo de 5 metros.

Artigo 30º

Caução

- 1 – Para garantia da remoção de pendões, bandeiras, bandeiras, faixas, fitas, lonas e telas será exigido aos interessados um depósito de caução no montante igual à taxa devida pela licença.

2 – A prestação da garantia prevista no número anterior deve fazer-se simultaneamente com o pagamento da licença, ou com a sua emissão.

3 – Os serviços promoverão a restituição da garantia prestada, num prazo máximo de 30 dias, após a verificação da remoção ou eliminação da publicidade e limpeza do espaço ou área por esta ocupada.

Secção II

Publicidade instalada em edifícios

Artigo 31º

Anúncios

1 – Salvo caso excepcional, quando a situação o justifique, não é permitida a instalação de mais de um anúncio por cada fracção autónoma ou fogo.

2 – Em regra, os anúncios não devem ser colocados acima do piso térreo.

3 – Em cada edifício, deverá procurar-se que os anúncios tenham todos o mesmo tamanho e que a sua instalação defina um alinhamento, deixando entre si distâncias regulares.

Artigo 32º

Dimensões e distâncias a observar

1 – Os anúncios deverão ser considerados à escala dos edifícios onde se pretende instalá-los.

2 – Quando emitam luz própria, a espessura dos anúncios não deve exceder 0,25 m; quando não emitam luz própria, a sua espessura não deve exceder 0,15 m.

3 – A distância entre o bordo exterior do elemento e o limite do passeio não poderá ser inferior a 0,50 m, podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão de instalação de equipamento urbano o justifiquem.

4 – O limite inferior dos anúncios de dupla face ou dos anúncios que possuam saliência superior a 0,15 m, não poderá distar menos de 2,50 m do solo.

Artigo 33º

Placas, chapas e tabuletas

1 – Em cada edifício, as placas, chapas ou tabuletas devem apresentar um tamanho, cor, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

2 – Salvo caso excepcional, quando a situação o justifique, não é permitida a instalação de mais de uma placa por cada fracção autónoma ou fogo.

3 – As placas de proibição de afixação de publicidade são colocadas, preferencialmente, nos cunhais dos prédios, mas nunca próximo das que designam os arruamentos, não podendo as dimensões exceder 0,35 m por 0,40 m.

Artigo 34º

Condições de aplicação das letras soltas ou símbolos

- 1 – Não poderão ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas, devendo ser aplicadas directamente sobre o paramento das paredes.
- 2 – Não poderão exceder 0,40 m de altura e 0,10 m de saliência.

Artigo 35º

Palas e alpendres

As palas e alpendres quando integradas na edificação estão também sujeitas ao regime de licenciamento municipal.

Artigo 36º

Publicidade instalada em telhados, coberturas ou terraços

- 1 – A instalação de publicidade em telhados, coberturas ou terraços, só será permitida quando observadas as seguintes condições:
 - a) Não obstrua o campo visual envolvente, tanto no que se refere a elementos naturais, como construídos;
 - b) As estruturas de suporte dos dispositivos publicitários a instalar, não assumam uma presença visual destacada e esteja assegurada a sua sinalização para efeitos de segurança.

Artigo 37º

Publicidade instalada em fachadas

- 1 – Só é permitida a instalação de publicidade em fachadas, nomeadamente faixas ou fitas, a entidades localizadas no edifício.
- 2 – A colocação de dispositivos publicitários referida no número anterior, só poderá conter o logótipo da entidade e a indicação da actividade principal, sendo ainda admissível excepcionalmente a divulgação de eventos de interesse cultural e desportivo.

Artigo 38º

Publicidade instalada em empenas

- 1 – A instalação de publicidade em empenas, nomeadamente lonas ou telas, só poderá ocorrer quando cumulativamente, forem observadas as seguintes condições:
 - a) As mensagens publicitárias e os suportes respectivos não excederem os limites físicos das empenas que lhes servem de suporte;
 - b) O motivo publicitário a instalar seja constituído por um único dispositivo, não sendo por isso admitida, mais do que uma licença por local ou empena.

2 – Poderá ser exigida uma caução, de montante equivalente ao valor necessário para repor a situação original, nos casos de pintura de mensagens publicitárias em empenas ou fachadas laterais cegas de edifícios.

Artigo 39º

Publicidade instalada em edifícios com obras em curso

1 – Na instalação de lonas publicitárias, em prédios com obras em curso, devem observar-se as seguintes condições:

- a) Têm que ficar avançadas em relação ao andaime ou tapumes de protecção;
- b) Salvo casos devidamente fundamentados, só poderão permanecer no local enquanto decorrerem os trabalhos, sendo que, se os trabalhos forem interrompidos por período superior a 30 dias, deverão ser removidas.

2 – À publicidade a instalar nos andaimes ou tapumes de protecção aplicam-se as regras estabelecidas no presente regulamento.

Secção IV

Outros meios de publicidade

Subsecção I

Cartazes

Artigo 40º

Locais de afixação

Poderão ser afixados cartazes em vedações, tapumes, muros ou paredes desde que respeitem as regras definidas no presente regulamento.

Artigo 41º

Caução

1 – Para garantia da remoção da publicidade, será exigido aos interessados um depósito de caução no montante igual ao dobro da taxa devida pela licença.

2 – A prestação da garantia prevista no número anterior deve fazer-se simultaneamente com o pagamento da licença, ou com a sua emissão.

3 – Os serviços promoverão a restituição da garantia prestada, num prazo máximo de 30 dias, após a verificação da remoção ou eliminação da publicidade e limpeza do espaço ou área por esta ocupada.

Subsecção II
Campanhas publicitárias de rua

Artigo 42º
Condições gerais

1 – As campanhas publicitárias de rua, nomeadamente as que ocorrem através de distribuição de panfletos e produtos, de provas de degustação, da ocupação da via pública com objectos ou equipamentos de natureza publicitária ou de apoio, outras acções promocionais de natureza comercial, só poderão ocorrer quando observadas as seguintes condições:

- a) A distribuição dos produtos só é autorizada em mão aos peões e sem prejudicar a sua circulação, sendo interdita a sua distribuição nas faixas de circulação rodoviária;
- b) A distribuição não poderá ser efectuada por arremesso;
- c) 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 m em redor dos locais de distribuição, pelo que no final de cada dia e de cada campanha, não poderão existir quaisquer vestígios da acção publicitária ali desenvolvida.

2 – Os equipamentos de apoio à distribuição de produtos ou dispositivos de natureza publicitária, que impliquem a ocupação do espaço público numa dimensão superior a 2 m² carecem também de autorização ao abrigo do estipulado no Regulamento e Tabela de Taxas e Licenças do Município para a ocupação do domínio público.

Subsecção III
Outras utilizações do espaço público

Artigo 43º
Toldos e sanefas

1 – Os toldos têm que ser rebatíveis devendo ser, preferencialmente, utilizado material em lona e de um só plano de cobertura e a publicidade ser inscrita na sanefa.

2 – Os toldos deverão apenas ser instalados ao nível do rés-do-chão dos edifícios.

3 – Na instalação de toldos e sanefas devem observar-se os seguintes limites:

- a) Em passeios de largura igual ou superior a 2,00 m, a ocupação deverá deixar livre um espaço não inferior a 0,50 m em relação ao limite exterior do passeio;
- b) Em passeios de largura inferior a 2 m a ocupação deverá deixar livre um espaço não inferior a 0,20 m em relação ao limite exterior do passeio, podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão da instalação de equipamento urbano o justifiquem;
- c) Em caso algum a ocupação pode exceder o balanço de 3 m, bem como, lateralmente, os limites das instalações pertencentes ao respectivo estabelecimento;
- d) A colocação dos toldos nas fachadas tem de respeitar a altura mínima de 2 m, medidos desde o pavimento do passeio à margem inferior da ferragem ou sanefa.

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

2 – A saliência é medida do alinhamento da fachada do prédio ao extremo horizontal do toldo, quando aberto.

5 – As cores, padrões, decoração, pintura e desenhos dos toldos e sanefas não poderão por em causa o ambiente ou a estética do local pretendido.

6 – É proibido afixar ou pendurar quaisquer objectos nos toldos e sanefas.

Artigo 44º

Vitrinas

1 – Apenas serão admitidas vitrinas para exposição de menus em estabelecimentos de restauração e bebidas, devendo localizar-se junto à porta de entrada do respectivo estabelecimento.

2 – Excepcionalmente poderão ser autorizadas vitrinas junto à porta de entrada de estabelecimentos comerciais que não possuam montras para o exterior.

Artigo 45º

Expositores de artigos comerciais

1 – A exposição de objectos ou artigos comerciais, não poderá fazer-se nas fachadas dos prédios.

2 – A exposição de objectos ou artigos comerciais, não poderá prejudicar a circulação de peões bem como o ambiente e a estética dos respectivos locais.

3 – Fora do horário de funcionamento dos estabelecimentos, todos os equipamentos de apoio terão que ser retirados do espaço público.

Subsecção IV

Publicidade Móvel e Sonora

Artigo 46º

Publicidade móvel

1 – Poderá ser licenciada publicidade em veículos que identifique a empresa, actividade, produtos, bens, serviços ou outros elementos relacionados com o desempenho principal do respectivo proprietário, locatário ou usufrutuário.

2 – Poderá ainda ser licenciada publicidade em veículos relativa a empresas, actividades, produtos, bens, serviços ou outros elementos não relacionados com o desempenho principal do respectivo proprietário, locatário ou usufrutuário.

3 – A Câmara Municipal apenas licencia a publicidade móvel quando o titular do veículo tiver a sua residência, sede ou representação na área do município de Mangualde.

4 – Excepcionalmente, poderá ser licenciada publicidade em veículos equipados com estruturas próprias ou reboques, em circulação ou estacionamento, cuja finalidade principal seja a transmissão de mensagens publicitárias.

5 – Quando for utilizada simultaneamente publicidade sonora, esta terá de observar as condições dispostas no artigo 49º deste regulamento.

6 – Não constitui mensagem publicitária a afixação ou inscrição do nome, firma ou denominação.

Artigo 47º **Restrições à publicidade móvel**

1 – Não é autorizada a afixação ou inscrição de publicidade nos vidros nem de forma a afectar a sinalização ou identificação do veículo.

2 – Não é autorizado o uso de luzes ou de material reflector para fins publicitários.

3 – A publicidade inscrita não pode fazer-se através de meios ou dispositivos salientes da carroçaria original dos mesmos.

4 – Não é permitida a projecção ou lançamento de panfletos ou de quaisquer outros produtos, a partir dos veículos.

5 – A afixação de publicidade em transportes públicos de passageiros está sujeita ao disposto neste regulamento bem como a disposições fixadas por organismo competente.

6 – As unidades móveis publicitárias não poderão fazer uso de material sonoro violando o disposto no Regulamento Geral sobre Ruído.

Artigo 48º **Autorização e seguro**

1 – Sempre que o suporte utilizado exceda as dimensões do veículo é obrigatório a apresentação de autorização emitida pela entidade competente.

2 – Nos casos previstos no número anterior é ainda obrigatória a apresentação de fotocópia da respectiva apólice do seguro de responsabilidade civil.

Artigo 49º **Publicidade sonora**

O exercício da actividade publicitária sonora, sem prejuízo do disposto no Regulamento Geral do Ruído está condicionado ao cumprimento das seguintes restrições:

a) Não é permitida a sua emissão no período compreendido entre as 20 horas e as 9 horas do dia seguinte, podendo a Câmara Municipal restringir ou alargar estes limites, desde que no caso concreto se verifiquem circunstâncias que fundadamente o justifiquem;

b) Salvo casos devidamente justificados, é interdito o exercício da actividade num raio de 200 metros de edifícios de hospitais e escolas;

c) É interdito o exercício da actividade e aos sábados, domingos e feriados, excepto se autorizado por meio de licença especial de ruído;

d) A publicidade sonora terá de respeitar os limites estabelecidos na legislação aplicável a actividades ruidosas.

Artigo 50º

Dispositivos publicitários aéreos cativos

1 – O licenciamento de dispositivos publicitários aéreos cativos deve ser precedido de autorização expressa dos titulares de direitos ou das entidades com jurisdição sobre os espaços onde se pretendem a sua instalação.

2 – Caso os dispositivos publicitários aéreos cativo sejam instalados no domínio público, o requerente para além do pagamento da autorização para instalação terá de proceder ao pagamento da respectiva ocupação de acordo com o estipulado no Regulamento e Tabela de Taxas e Licenças do Município.

Capítulo V

Afixação de propaganda política e eleitoral

Artigo 51º

Princípios gerais

A presente secção visa definir os critérios de localização e afixação de propaganda política e eleitoral, relativamente à envolvente urbana, numa perspectiva de qualificação do espaço público, de respeito pelas normas em vigor sobre a protecção do património arquitectónico, do meio urbanístico, ambiental e paisagístico, o que implica a observância dos critérios constantes nos artigos seguintes.

Artigo 52º

Locais de afixação

1 – A Câmara Municipal, depois de ouvidos os partidos ou grupos de cidadãos com representação na Assembleia Municipal, pode definir e garantir lugares e locais em cada localidade destinados à afixação de propaganda política e eleitoral, os quais terão de ser devidamente identificados por via de edital.

2 – Os locais definidos pela Câmara Municipal, em cada localidade, devem ser em número suficiente para a totalidade das candidaturas, procedendo-se ao prévio sorteio dos mesmos.

3 – Fora dos locais definidos pela Câmara Municipal a afixação de propaganda política e eleitoral não é permitida, com excepção dos cartazes referentes aos candidatos às juntas de freguesia localizadas naquelas áreas.

Artigo 53º

Remoção da propaganda

1 – Os partidos, grupos de cidadãos ou forças concorrentes devem remover a propaganda política e eleitoral afixada nos vários locais até ao décimo dia útil subsequente ao acto eleitoral.

2 – Quando não procedam à remoção voluntária nos prazos referidos nos números anteriores, caberá à Câmara Municipal proceder à remoção coerciva, imputando os custos às respectivas entidades.

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

Capítulo VI Taxas

Artigo 54º Valor das taxas

As taxas a cobrar pelo município previstas neste Regulamento são as seguintes:

1 – Anúncios e reclamos luminosos, iluminados e outros:

a) Anúncios luminosos ou directamente iluminados, por metro quadrado ou fracção e por mês – 3,10 euros.

b) Anúncios luminosos ou directamente iluminados, por metro quadrado ou fracção e por ano – 27,90 euros.

2 – Anúncios em chapas, placas, tabuletas e similares, e letras soltas ou símbolos:

a) Por metro quadrado ou fracção e por mês – 3,10 euros;

b) Por metro quadrado e por ano – 27,90 euros.

3 – Painéis, mupis e semelhantes:

3.1 – Publicidade em painéis:

a) Quando ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por mês – 4,00 euros;

b) Quando ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por ano – 41,00 euros;

c) Quando não ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por mês – 3,10 euros;

d) Quando não ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por ano – 30,15 euros.

3.2 – Mupis e semelhantes ou outros dispositivos onde se inclua diversa informação, nomeadamente relógio, termómetro e outras:

a) Quando ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por mês – 5,00 euros;

b) Quando ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por ano – 50,50 euros;

c) Quando não ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por mês – 4,00 euros.

d) Quando não ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por ano – 41,00 euros.

4 – Toldos, alpendres, palas, bandeiras, bandeirolas, pendões, faixas, fitas, lonas, telas e semelhantes:

4.1 – Bandeiras, bandeirolas, pendões, faixas, fitas, lonas e telas:

a) Por metro quadrado ou fracção e por mês – 2,30 euros;

b) Por metro quadrado ou fracção e por ano – 22,30 euros;

4.2 – Publicidade instalada em toldos, alpendres e palas:

a) Mensurável, por metro quadrado ou fracção e por mês – 1,70 euros;

b) Mensurável, por metro quadrado ou fracção e por ano – 15,40 euros;

c) Não sendo mensurável, por mês ou fracção – 5,60 euros.

d) Não sendo mensurável, por ano – 54,65 euros.

5 – Publicidade em unidades móveis publicitárias – veículos automóveis, dispositivos publicitários aéreos cativos, ou outro qualquer tipo de locomoção:

a) Por metro quadrado e por mês – 11,15 euros;

b) Por metro quadrado e por ano – 65,55 euros;

c) Valor máximo por ano – 229,40 euros.

6 – Publicidade sonora com aparelhos de rádio, televisão, altifalantes ou outros aparelhos sonoros fazendo emissões de directas, com fins publicitários, na e para a via pública:

a) Por dia – 2,90 euros;

b) Por semana – 11,65 euros;

c) Por mês – 47,10 euros;

d) Por ano – 444,00 euros.

7 – Outros meios de publicidade:

7.1 – Cartazes em papel ou tela a afixar nas vedações, tapumes, muros, paredes ou locais semelhantes confirmando com a via pública, onde tal não seja proibido:

a) Sendo mensurável em superfície, por metro quadrado ou fracção de área medida na moldura ou no polígono rectangular, por mês ou fracção – 5,25 euros;

b) Quando não mensurável de harmonia com as alíneas anteriores, por anúncio ou reclamo e por mês ou fracção – 6,45 euros.

7.2 – Pela distribuição de impressos publicitários na via pública, por dia – 33,55 euros.

7.3 – Exposição de artigos no exterior dos estabelecimentos ou dos prédios onde aqueles se encontrem:

a) Exposição de jornais, revistas ou livros, por metro quadrado ou fracção e por ano – 6,30 euros;

b) Exposição de outros artigos ou objectos, por metro quadrado ou fracção e por ano – 11,70 euros.

7.4 – Vitrinas:

a) Por metro quadrado ou fracção e por mês – 2,35 euros;

b) Por metro quadrado ou fracção e por ano – 18,10 euros.

8 – Serviços de remoção de objectos, anúncios e reclamos colocados ilegalmente na via pública – 59,10 euros.

Artigo 55º

Pagamento em prestações

1 – Compete ao Presidente da Câmara autorizar o pagamento em prestações nos termos do Código de Procedimento e de Processo Tributário e da Lei Geral Tributária, desde que se encontrem reunidas as condições para o efeito, designadamente comprovação da situação económica do requerente que não lhe permita o pagamento integral da dívida de uma só vez, no prazo estabelecido para pagamento voluntário.

2 – Os pedidos referidos no número anterior devem conter a identificação do requerente, a natureza e o montante da dívida, e as condições pretendidas para o pagamento, bem como os motivos que fundamentam o pedido, devidamente comprovados.

3 – A falta de pagamento de qualquer prestação nos prazos fixados implica o vencimento imediato das seguintes, assegurando-se a execução fiscal da dívida remanescente mediante a extracção da respectiva certidão de dívida.

4 – Salvo disposição legal ou regulamentar em contrário, o número de prestações mensais não poderá ser superior a um ano.

Artigo 56º **Actualização de valores**

1 – Nos termos do disposto no artigo 9º, da Lei nº 53-E/2006, de 29 de Dezembro, as taxas previstas no presente Regulamento são automaticamente actualizadas todos os anos mediante a aplicação do Índice de Preços ao Consumidor (IPC) publicado pelo Instituto Nacional de Estatística e relativo aos doze meses do ano anterior.

2 – A actualização só vigorará a partir do dia 1 de Março do ano seguinte.

3 – O valor das taxas a liquidar, deverá ser arredondado por excesso para a meia dezena cêntimos.

Artigo 57º **Liquidação e cobrança**

O pagamento dos montantes referidos no artigo 54º deve ser efectuado nos Serviços da Tesouraria da Câmara Municipal de Mangualde, mediante guia emitida pelo serviço competente.

Artigo 58º **Modo de pagamento**

1 – As taxas previstas no presente Regulamento extinguem-se através do seu pagamento ou de outras formas de extinção, nos termos da lei geral tributária.

2 – Estas taxas podem ser pagas em moeda corrente, multibanco, cheque, vale postal ou por outros meios utilizados pelos serviços de cobrança.

3 – As referidas taxas podem ainda ser pagas por dação em cumprimento ou por compensação, quando tal seja compatível com o interesse público.

Capítulo VII **Contra-ordenações e coimas**

Artigo 59º **Processo de contra-ordenação**

1 – As infracções ao disposto no presente Regulamento, e desde que não previstas em lei especial, constituem contra-ordenações previstas e puníveis nos termos legais em vigor.

2 – A fiscalização do cumprimento do presente regulamento incumbe à Câmara Municipal através dos seus serviços de fiscalização e às entidades policiais.

3 – A competência para determinar a instauração dos processos de contra-ordenação, para designar o instrutor e para a aplicação das coimas e sanções acessórias compete ao Presidente da Câmara Municipal.

4 – O produto da cobrança das coimas aplicadas constitui receita própria do Município.

Artigo 60º **Contra-ordenações**

1 – Constitui contra-ordenação a violação do disposto no presente regulamento, nomeadamente:

- a) A ocupação ou utilização do espaço público e a colocação, afixação ou difusão de mensagens publicitárias sem prévio licenciamento da Câmara Municipal de Mangualde;
- b) A não remoção dos suportes publicitários ou outros elementos de utilização do espaço público, dentro do prazo de remoção imposto;
- c) Não reposição da situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem publicitária ou da utilização com o evento publicitário, findo o prazo da licença;
- d) A adulteração dos elementos tal como aprovados, ou as alterações da demarcação efectuada;
- e) A transmissão da licença a outrem não autorizada, bem como a cedência de utilização do espaço licenciado, ainda que temporariamente;
- f) A falta de conservação e manutenção dos suportes publicitários e demais equipamentos;

2 – Sempre que a urgência ou a gravidade da infracção o justifique, os meios de afixação e inscrição de mensagens publicitárias instalados ilegalmente podem ser retirados antes da conclusão do processo de contra-ordenação, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 61º **Coimas**

É punível com coima:

- a) De 100,00 euros a 1.000,00 euros, para pessoas singulares, e de 200,00 € a 2.000,00 €, para pessoas colectivas, a contra-ordenação prevista nas alíneas a) a c) do número anterior;
- b) De 50,00 euros a 500,00 euros, para pessoas singulares, e de 100,00 € a 1.000,00 €, para pessoas colectivas, a contra-ordenação prevista nas alíneas d) a f) do número anterior;

Artigo 62º **Graduação da coima**

A determinação do valor da coima far-se-á em função da gravidade da contra-ordenação e da censura subjectiva da mesma, devendo ter-se sempre em consideração a culpa do agente, a situação económica do infractor, o benefício obtido pela prática da infracção e a existência ou não de reincidência.

Artigo 63º
Negligência e tentativa

Exceptuando as contra-ordenações previstas em legislação específica que disponham o contrário, a negligência e a tentativa são sempre puníveis, nos termos previstos no regime geral das contra-ordenações.

Artigo 64º
Responsabilidade civil e criminal

A aplicação das sanções previstas neste regulamento não isenta o infractor de eventual responsabilidade civil e criminal emergente dos factos praticados.

Artigo 65º
Garantias fiscais

1 – À reclamação graciosa ou impugnação judicial da liquidação e cobrança de taxas e demais receitas de natureza fiscal, aplicam-se as normas da Lei Geral Tributária e as do Código de Procedimento e de Processo Tributário, com as necessárias adaptações.

2 – Compete à Câmara Municipal a cobrança coerciva das dívidas ao Município provenientes das taxas e demais receitas de natureza tributária, aplicando-se, com as necessárias adaptações, o regime estabelecido no Código de Procedimento e de Processo Tributário.

Capítulo VIII
Remoção, conservação e depósito

Artigo 66º
Remoção dos suportes publicitários

1 – Em caso de caducidade ou de revogação da licença, deve o respectivo titular proceder à remoção dos suportes publicitários e à limpeza do espaço ou área ocupados, no prazo de oito dias contados, respectivamente, da cessação da licença ou da notificação do acto de revogação.

2 – Sem prejuízo do disposto do número anterior, pode a Câmara Municipal ordenar a remoção do suporte publicitário sempre que se verifique qualquer das seguintes circunstâncias:

- a) Afixação ou inscrição de publicidade sem prévio licenciamento ou em desconformidade com o estipulado neste Regulamento;
- b) Desrespeito pelos termos da licença, nomeadamente alteração ao meio difusor, do conteúdo da mensagem publicitária ou do material autorizado a ser utilizado para a sua afixação ou inscrição.

3 – Para efeitos dos números anteriores, deve a Câmara Municipal notificar o infractor, fixando-lhe o prazo de oito dias, para proceder à remoção do suporte publicitário.

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

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

6 – A Câmara Municipal não se responsabiliza por eventuais danos que possam advir dessa remoção.

Artigo 67º **Conservação**

1 – Todos os suportes publicitários deverão permanecer em boas condições de conservação, podendo a Câmara Municipal, caso tal não se verifique, notificar o titular do alvará para que execute os trabalhos necessários à sua conservação.

2 – Se decorrido o prazo fixado na notificação referida no número anterior, o titular não tiver procedido à execução dos trabalhos que lhe tenham sido impostos, poderá a Câmara Municipal proceder à sua remoção, a expensas do titular do alvará.

Artigo 68º **Depósito**

1 – Caso a Câmara Municipal venha a proceder à remoção dos suportes ou meios, nos termos previstos no presente Regulamento, os titulares têm 10 dias para os levantar após serem notificados para o efeito.

2 – Não o fazendo neste prazo, terão de pagar a taxa diária de depósito e guarda de bens, utensílios e objectos, definida no Regulamento e Tabela de Taxas e Licenças do Município de Mangualde.

Capítulo IX **Disposições finais**

Artigo 69º **Regime transitório**

1 – Não podem ser renovadas licenças que, à data da entrada em vigor deste Regulamento, não sejam conformes às normas e princípios nele contidos.

2 – Os titulares de licença válida que não estejam em conformidade com as disposições presentes neste Regulamento devem, no prazo de 60 dias a contar da sua entrada em vigor, retirar a publicidade dos respectivos locais ou requerer a sua legalização.

Artigo 70º
Normas supletivas e interpretação

As dúvidas e casos omissos suscitados na aplicação das disposições deste Regulamento serão resolvidos pela Câmara Municipal, em conformidade com a legislação em vigor.

Artigo 71º
Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor 5 dias após a sua aprovação em Assembleia Municipal e posterior afixação de edital.

Capítulo X
Fundamentação económico-financeira

Fundamentação económico-financeira do valor das taxas a cobrar pelo Regulamento de Publicidade da Câmara Municipal de Mangualde

A Lei nº 53-E/2006, de 29 de Dezembro, que estabelece o regime geral das taxas das autarquias locais, consagrou no seu artigo quarto o princípio da equivalência jurídica. De acordo com este princípio, o valor das taxas das autarquias locais é fixado tendo em conta o princípio da proporcionalidade, não devendo ultrapassar o custo da actividade pública local ou o benefício auferido pelo particular. No número dois do mesmo artigo admite-se que as taxas, respeitando a necessária proporcionalidade, podem ser fixadas com base em critérios de desincentivo à prática de certos actos ou operações.

No artigo 8º da referida lei estabelece-se que as taxas das autarquias locais são criadas por regulamento aprovado pelo órgão deliberativo respectivo, a Assembleia Municipal. Este regulamento, sob pena de nulidade, contém obrigatoriamente a indicação da base de incidência objectiva e subjectiva das taxas, o seu valor ou a fórmula de cálculo do valor das taxas a cobrar, a fundamentação económico-financeira relativa ao valor das taxas, as isenções e a sua fundamentação, o modo de pagamento e outras formas de extinção da prestação tributária admitidas e a admissibilidade do pagamento em prestações.

O presente documento visa cumprir o estipulado no artigo 8º da referida lei quanto à fundamentação económico-financeira do valor das novas taxas criadas.

Cálculo do valor das taxas a cobrar / Cálculo do custo da contrapartida

Não estando disponíveis dados da contabilidade analítica, houve necessidade de se recorrer a métodos expeditos para estimar o custo da contrapartida associada a cada taxa. Numa primeira fase efectuou-se o arrolamento dos custos directos e indirectos por fase do processo, através da descrição pormenorizada efectuada pelos diferentes sectores que aplicam as taxas, caracterizando-se todo o processo com recursos afectos e tempos utilizados na execução das diversas tarefas em alguns casos com base nos tempos padrão médios.

Posteriormente procedeu-se à elaboração da matriz dos custos, ou seja, a soma dos custos totais (directos e indirectos) do acto administrativo por fases do processo, com os custos associados ao processo operacional de produção ou prestação do serviço.

Procurou-se ter em linha de conta a definição de critérios de imputação de custos indirectos, identificar factores diferenciadores das taxas e chegar a custos totais por taxa em unidades de medida.

Para a determinação do valor das taxas além da perspectiva objectiva (componente económica) teve-se ainda em consideração a perspectiva subjectiva onde a componente Social, Envolverte e Ambiental foram tidas em linha de conta (o incentivo e desincentivo foi considerado). Assim no cálculo do custo para determinação de algumas taxas, considerou-se um custo social suportado pelo Município (incentivo) ou uma taxa de agravamento ao custo (desincentivo).

Genericamente o valor da taxa é assim obtido por:

$$\begin{aligned} \text{TAXA} &= \text{CUSTOS DIRECTOS} + \text{CUSTOS INDIRECTOS} + \text{CONSUMÍVEIS} \\ &\quad - \text{CUSTO SOCIAL SUPORTADO PELO MUNICÍPIO} \\ &\quad \text{ou} \\ &\quad + \text{TAXA DE AGRAVAMENTO} \end{aligned}$$

Relativamente aos custos incorporáveis directos ao Serviço:

- **Custos Directos: Incluem despesas com recursos humanos intervenientes no processo (custo/ minutos utilizados) + materiais consumíveis (escritório, limpeza e outros) + amortizações (custos anuais com a amortização dos equipamentos móveis e imóveis, e viaturas) + custo de utilização de máquinas e viaturas + outros custos directos (materiais utilizados);**

- Os encargos com os colaboradores directos e/ou chefias, adstritos ao processo da publicidade, foram calculados segundo a média dos últimos meses, determinando-se o valor médio hora e imputando o custo em função do tempo dispendido, e em função dos colaboradores responsáveis pela realização de cada tarefa, relacionada a cada taxa.

- O valor dos consumos directos de secretaria incluídos foram calculados em função do custo efectivo.

- O valor dos encargos com a viatura adstrita ao serviço do processo de publicidade foi imputado em função de uma média estimada de 10 km percorridos pelo fiscal para este serviço. O custo do combustível por km foi determinado pelo produto do preço médio do combustível com a média do consumo aos 100 km. No valor dos encargos foi ainda considerado o valor correspondente à amortização da viatura adstrita.

- **Custos Indirectos: Incluem despesas com recursos humanos indirectos + amortizações (custos anuais com a amortização dos equipamentos móveis e imóveis, e viaturas) + outros custos indirectos (repartição de custos indirectos anuais em**

função dos sectores a que os equipamentos estão afectos, ou locais em que o processo administrativo se desenvolve);

Quanto às amortizações, foram considerados os valores do ano de 2008 reflectidos na Contabilidade do Município, aplicando-se a taxa de amortização definida no CIBE (Cadastro e Inventário dos Bens do Estado, Portaria nº 671/2000, de 17 de Abril) para o tipo de bem em cada caso.

No cálculo dos encargos com os colaboradores foram utilizados os vencimentos actualizados.

- Os encargos do chefe da Divisão Financeira, bem como as amortizações do equipamento afecto, foram calculados tendo em conta o valor hora, imputados na proporção do peso dos colaboradores envolvidos neste serviço (Secção de Taxas e Licenças).

- Os encargos do encarregado da secção de taxas e licenças, bem como as amortizações do equipamento afecto, foram calculados tendo em conta o valor hora, imputados na proporção do peso dos funcionários envolvidos neste serviço (secção de taxas e licenças) em função do tempo dispendido.

- As amortizações dos equipamentos da Secção de Taxas e Licenças, foram calculadas tendo em conta o valor hora e imputadas em função do tempo gasto na execução das tarefas relacionadas com o processo de publicidade.

- Os encargos do chefe da DHEP, bem como as amortizações do equipamento afecto, foram calculados tendo em conta o valor hora, imputados na proporção do peso dos colaboradores envolvidos neste serviço, em função do tempo dispendido.

- Considerou-se uma imputação dos custos com o pessoal responsável pelo processamento de vencimentos (valor hora) e as amortizações dos equipamentos (valor hora) da secção de pessoal, imputação que teve em conta o valor do tempo padrão mais elevado, em função do peso, dos colaboradores que intervêm na realização do serviço em questão, no universo dos colaboradores.

- Considerou-se uma imputação dos custos com o pessoal afecto aos recursos humanos (valor hora) e as amortizações dos equipamentos (valor hora), imputação que teve em conta o valor do tempo padrão mais elevado em função do peso total dos colaboradores que intervêm.

- Para o cálculo dos encargos com os cargos políticos foram tidos em conta os encargos mensais, determinando-se o valor hora e aplicando-se o coeficiente resultante do peso das chefias, dos técnicos e colaboradores envolvidos directamente.

- Os encargos gerais de electricidade, comunicações, amortizações do edifício e dos equipamentos, viaturas, encargos com combustíveis e economato foram determinados com base no custo hora tendo em conta o peso total dos colaboradores envolvidos directamente.

- Considerou-se uma imputação dos custos com o pessoal da Tesouraria e Secção de Contabilidade, bem como as amortizações dos equipamentos afectos, calculando-se para

o efeito o valor médio por hora dos colaboradores adstritos, em função do tempo dispendido para a realização das tarefas em causa.

Para várias taxas anuais de publicidade, utilizou-se o valor dos encargos dos custos indirectos equivalentes para 12 meses.

Os valores das taxas constam da tabela anexa.

Anexo

**Tabela anexa das taxas a cobrar pelo
Regulamento de Publicidade da Câmara Municipal de Mangualde**

	Custos Directos	Custos Indirectos	Consumíveis	Custo social suportado p/ Município	%	Custo Total	Custo Final
1 - Anúncios e reclamos luminosos, iluminados e outros:							
a) Anúncios luminosos ou directamente iluminados, por metro quadrado ou fracção e por mês	6,03	4,95	0,13	8,06	72,50%	3,06	3,10
b) Anúncios luminosos ou directamente iluminados, por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	59,38	0,13	37,69	57,50%	27,86	27,90
2 - Anúncios em chapas, placas, tabuletas e similares, e letras soltas ou símbolos:							
a) Por metro quadrado ou fracção e por mês	6,03	4,95	0,13	8,06	72,50%	3,06	3,10
b) Por metro quadrado e por ano	6,03	59,38	0,13	37,69	57,50%	27,86	27,90
3 - Painéis, mupis e semelhantes:							
3. 1 - Publicidade em painéis:							
a) Quando ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por mês	6,03	4,95	0,13	7,11	64,00%	4,00	4,00
b) Quando ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	59,38	0,13	24,58	37,50%	40,96	41,00
c) Quando não ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por mês	6,03	4,95	0,13	8,06	72,50%	3,06	3,10
d) Quando não ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	59,38	0,13	35,39	54,00%	30,15	30,15
3. 2 - Mupis e semelhantes ou outros dispositivos onde se inclua diversa informação, nomeadamente relógio, termómetro e outras:							

Regulamento de Publicidade da Câmara Municipal de Mangualde

a)	Quando ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por mês	6,03	4,95	0,13	6,11	55,00%	5,00	5,00
b)	Quando ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	59,38	0,13	15,08	23,00%	50,47	50,50
c)	Quando não ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por mês	6,03	4,95	0,13	7,11	64,00%	4,00	4,00
d)	Quando não ocupa a via pública, por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	59,38	0,13	24,58	37,50%	40,96	41,00
4	- Toldos, alpendres, palas, bandeiras, bandeirolas, pendões, faixas, fitas, lonas, telas, empenas e semelhantes:							
4. 1	Bandeiras, bandeirolas, pendões, faixas, fitas, lonas, telas e empenas:							
a)	Por metro quadrado ou fracção e por mês	6,03	4,95	0,13	8,84	79,50%	2,28	2,30
b)	Por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	59,38	0,13	43,26	66,00%	22,29	22,30
4. 2	- Publicidade instalada em toldos, alpendres e palas:							
a)	Mensurável, por metro quadrado ou fracção e por mês	6,03	4,95	0,13	9,45	85,00%	1,67	1,70
b)	Mensurável, por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	59,38	0,13	50,14	76,50%	15,40	15,40
c)	Não sendo mensurável, por mês ou fracção	6,03	4,95	0,13	5,56	50,00%	5,56	5,60
d)	Não sendo mensurável, por ano	6,03	59,38	1,61	12,40	18,50%	54,62	54,65
5	- Publicidade em unidades móveis publicitárias - veículos automóveis, dispositivos publicitários aéreos cativos, ou outro qualquer tipo de locomoção:							
5. 1	- Publicidade móvel em carro, aeronave ou outro qualquer tipo de locomoção, por anúncio ou reclamo:							
a)	Por metro quadrado e por mês	6,03	4,95	0,13	0,00	0,00%	11,11	11,15
b)	Por metro quadrado e por ano	6,03	59,38	0,13	0,00	0,00%	65,54	65,55
c)	Valor máximo por ano	6,03	59,38	0,13	0,00	0,00%	229,40	229,40

Regulamento de Publicidade da Câmara Municipal de Mangualde

6 - Publicidade sonora com aparelhos de rádio, televisão, altifalantes ou outros aparelhos sonoros fazendo emissões directas, com fins publicitários, na e para a via pública:								
a) Por dia	6,03	4,95	0,13	8,22	74,00%	2,89	2,90	
b) Por semana	6,03	34,64	0,13	29,17	71,50%	11,63	11,65	
c) Por mês	6,03	153,39	0,13	112,49	70,50%	47,07	47,10	
d) Por ano	6,03	1.806,05	0,13	1.368,23	75,50%	443,99	444,00	
7 - Outros meios de publicidade:								
7. 1 - Cartazes em papel ou tela a afixar nas vedacções, tapumes, muros, paredes ou locais semelhantes confinando com a via pública, onde tal não seja proibido:								
a) Sendo mensurável em superfície, por metro quadrado ou fracção de área medida na moldura ou no polígono rectangular, por mês ou fracção	6,03	4,95	0,13	5,89	53,00%	5,22	5,25	
b) Quando não mensurável de harmonia com as alíneas anteriores, por anúncio ou reclamo e por mês ou fracção	6,03	4,95	0,13	4,67	42,00%	6,45	6,45	
7. 2 - Pela distribuição de impressos publicitários na via pública, por dia	26,63	13,86	0,13	7,11	17,50%	33,52	33,55	
7. 3 - Exposição de artigos no exterior dos estabelecimentos ou dos prédios onde aqueles se encontrem:								
a) Exposição de jornais, revistas ou livros, por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	17,15	0,13	17,02	73,00%	6,30	6,30	
b) Exposição de outros artigos ou objectos, por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	17,15	0,13	11,66	50,00%	11,66	11,70	
7. 4 - Vitrinas:								
a) Por metro quadrado ou fracção e por mês	6,03	17,15	0,13	20,99	90,00%	2,33	2,35	
b) Por metro quadrado ou fracção e por ano	6,03	17,15	0,13	5,25	22,50%	18,07	18,10	
8 - Serviços de remoção de objectos, anúncios e reclusos colocados ilegalmente na via pública	46,77	12,29	0,13	0,00	0,00%	59,10	59,10	