



MUNICÍPIO DO MONTIJO
CÂMARA MUNICIPAL

REGULAMENTO ADMINISTRATIVO MUNICIPAL DE PUBLICIDADE

Aprovado – Câmara Municipal em 22.08.2012 e

Assembleia Municipal em 28.09.2012

ANO DE 2012

REGULAMENTO ADMINISTRATIVO MUNICIPAL DE PUBLICIDADE

Preâmbulo

Considerando que no programa do XVIII Governo Constitucional foi estabelecida a continuação das reformas de modernização do Estado com o objetivo de simplificar os procedimentos para as empresas e cidadãos, implementou-se a iniciativa designada por «Licenciamento zero», num compromisso do Programa Simplex de 2010.

A simplificação do regime procedimental consubstanciada no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 01/04, consagra a simplificação ou eliminação do licenciamento habitualmente conexo com actividades económicas desenvolvidas no âmbito dos estabelecimentos comerciais de restauração ou de bebidas, de comércio de bens, de prestação de serviços ou de armazenagem, concentrando eventuais obrigações de mera comunicação e comunicação prévia com prazo no «Balcão do empreendedor» e abrangendo também a matéria da publicidade.

Cumprindo salientar, em conformidade com o disposto no artigo 1º, n.º 1 e n.º 2, alínea c), do mencionado Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, que, no quadro da simplificação administrativa respeitante ao regime de exercício de diversas actividades económicas no âmbito da iniciativa designada por Licenciamento Zero, é simplificado o regime de afixação e de inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, designadamente mediante a eliminação do licenciamento da afixação e da inscrição de mensagens publicitárias de índole comercial em determinadas situações, as quais se mostram previstas no artigo 1º, n.ºs 3 e 4, da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com a redação introduzida pelo artigo 31º do citado Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril.

Deste modo, verificou-se a necessidade de proceder a alterações ao Regulamento Municipal de Publicidade publicado através do Edital n.º 50/96, de 15/07/1996, com o propósito de desmaterializar, simplificar e modernizar os procedimentos bem como a forma de relacionamento da administração pública com os cidadãos e as empresas, pelo que, atendendo aos estudos efetuados optou-se por revogar o Regulamento Municipal de Publicidade em vigor neste concelho, aprovado pela Assembleia Municipal na sua 3.ª sessão ordinária, realizada em 27 de Junho de 1996, por se revelarem alterações substanciais na matéria, determinando-se, conseqüentemente, a edição de um novo Regulamento Municipal de Publicidade.

O novo regulamento de publicidade contempla, para além da figura tradicional de licenciamento aplicável aos atos que não se encontram previstos no diploma do licenciamento zero, consubstanciado no referido Decreto-Lei n.º 48/2011, de 01 de Abril, as figuras da mera comunicação prévia e da comunicação prévia com prazo.

O projeto de regulamento administrativo municipal de publicidade foi aprovado pela Câmara Municipal na sua reunião pública ordinária realizada a 11 de Janeiro de 2012, mediante proposta deliberativa titulada sob o número 660/2012.

Nos termos e para os efeitos do artigo 117º do Código do Procedimento Administrativo, o projeto regulamentar foi submetido a audiência prévia dos interessados em ordem à audição das entidades representativas dos interesses afetados pelo projeto regulamentar.

Em sede de audiência dos interessados foram ouvidas, mediante notificação para pronúncia, sobre o projeto regulamentar, as seguintes entidades: as Juntas de Freguesia do concelho; a CGTP- Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses; a UGT- União Geral dos Trabalhadores Portugueses, através do Pólo de Atendimento da União de Setúbal; o Sindicato dos Trabalhadores do Comércio, Escritórios e Serviços de Portugal; o Sindicato Democrático do Comércio, Escritório e Serviços; a CCP- Confederação do Comércio e Serviços de Portugal; a Associação do Comércio e Serviços do Distrito de Setúbal bem como a respetiva Delegação de Montijo e Alcochete; a CIP- Confederação Empresarial de Portugal; a APAP- Associação Portuguesa de Agências de Publicidade, Comunicação e Marketing; a APAN- Associação Portuguesa de Anunciantes; a Associação Portuguesa das Empresas de Conselho em Comunicação e Relações Públicas; a Associação Portuguesa das Empresas de Publicidade Exterior; e a AHRESP- Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal.

Pronunciaram-se sobre o projeto regulamentar, em sede de audiência dos interessados, a Junta de Freguesia do Montijo, a Delegação do Montijo e Alcochete da Associação do Comércio e Serviços do Distrito de Setúbal, a Confederação do Comércio e Serviços de Portugal, a Confederação Empresarial de Portugal e a APAP- Associação Portuguesa das Agências de Publicidade, Comunicação e Marketing.

O projeto regulamentar em apreço foi devidamente publicado em Diário da República, 2ª série, n.º 22, de 31 de Janeiro de 2012, através do Edital n.º 121/2012, emanado em 13 de Janeiro de 2012, em conformidade com o preceituado no artigo 118º do Código do Procedimento Administrativo e para efeitos de apreciação e discussão pública, com vista à recolha de contributos e sugestões.

O projeto regulamentar em causa foi igualmente publicado através do edital n.º 03/2012, também emitido a 13 de Janeiro de 2012 e afixado nos lugares de estilo e públicos do costume bem como colocado no site municipal na internet, nos termos gerais de direito administrativo referentes à publicidade das deliberações dos órgãos autárquicos destinadas a ter eficácia externa e igualmente para efeitos de apreciação e discussão pública, de acordo com disposto no artigo 91º, n.º 1, da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, com as alterações legais posteriores.

O prazo de apreciação e discussão pública da deliberação camarária em apreço terminou no pretérito dia 14 de Março de 2012, nos termos do disposto nos artigos 72º e 118º do Código do Procedimento Administrativo, sem que durante o período de apreciação e discussão pública tenham sido recebidas nos serviços, nesta sede, quaisquer comunicações ou sugestões ou recolhidos quaisquer contributos por parte de interessados destinatários, inobstante o processo administrativo e a respetiva documentação instrutória, aqui se incluindo o projeto regulamentar e a deliberação camarária que o logrou aprovar, ter estado patente e disponível para consulta durante o período em referência e nos serviços camarários competentes de taxas e licenças da Divisão Jurídica e de Administração Geral, sitos no Edifício dos Paços do Concelho.

Deste modo, em sede de apreciação e discussão pública e ao invés do sucedido no âmbito da audiência prévia dos interessados, não houve participação procedimental de destinatários interessados mediante a apresentação de sugestões e contributos.

No concernente às competências regulamentares municipais em matéria de publicidade cumpre salientar que o artigo 11º da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, que regula a afixação e inscrição das mensagens de publicidade e propaganda, estabelecendo as regras gerais aplicáveis, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto e bem assim pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, comete e atribui à Assembleia Municipal, por iniciativa própria ou sob proposta da Câmara Municipal, a elaboração dos regulamentos necessários à execução da mencionada Lei, estatuidando o n.º 2 do artigo 1º da referida Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto que compete às Câmaras Municipais a definição dos critérios de licenciamento publicitário aplicáveis na área do respetivo concelho em ordem à preservação e tutela do equilíbrio urbano e ambiental.

Salientando-se ademais nesta matéria que, de acordo com o disposto no número 5 do artigo 1º da citada Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, na redação introduzida pelo artigo 31º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, compete aos Municípios, para salvaguarda do equilíbrio urbano e ambiental, a definição dos critérios a observar na afixação e inscrição de mensagens publicitárias não sujeitas a licenciamento administrativo prévio.

Assim, ao abrigo do poder regulamentar conferido aos Municípios pelo artigo 241º da Constituição da República Portuguesa, com esteio e fundamento no disposto nos artigos 1º, n.ºs 2 e 5 e 11º, ambos da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações legais posteriores, e nos termos e em conformidade com as competências dos órgãos municipais previstas nos artigos 53º, n.º 2, alínea a) e 64º, n.º 6, alínea a), ambos da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, com as alterações legais subsequentes, a Assembleia Municipal de Montijo aprova e edita, sob proposta da Câmara Municipal, o Regulamento Administrativo Municipal de Publicidade.

CAPÍTULO I
Disposições iniciais

Artigo 1.º

Lei habilitante

O presente regulamento visa dar cumprimento e assegurar a execução da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações que lhe foram introduzidas pela Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto e bem assim pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, sendo elaborado ao abrigo do poder regulamentar conferido pelo disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa bem como pelo estatuído nos artigos 1º, n.ºs 2 e 5 e 11º, ambos da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações posteriores e no uso das competências previstas na alínea a), do n.º 6, do artigo 64.º, em conjunto com a alínea a), do n.º 2, do artigo 53.º, da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro e demais modificações legislativas posteriores.

Artigo 2.º

Âmbito material

1. O presente regulamento aplica-se a qualquer forma de publicidade de natureza comercial, nele se estabelecendo os critérios e requisitos a observar na afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias, qualquer que seja o meio utilizado.
2. Está excluída do âmbito de aplicação deste regulamento a afixação ou inscrição de mensagens de propaganda, nomeadamente as de natureza política.

Artigo 3.º

Âmbito territorial

1. O presente Regulamento aplica-se à área territorial do concelho de Montijo.
2. É proibida a afixação ou inscrição de publicidade fora dos aglomerados urbanos em quaisquer locais onde a mesma seja visível das estradas da rede nacional, fundamental e complementar, com exceção dos meios de publicidade que se destinem a identificar, nomeadamente, edifícios ou estabelecimentos públicos ou particulares, desde que tal publicidade seja afixada ou inscrita nesses mesmos edifícios ou estabelecimentos e bem assim dos anúncios temporários de venda ou arrendamento de imóveis, desde que neles

localizados, bem como dos meios de publicidade dotados de interesse cultural ou turístico, nos termos do disposto no artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de Maio.

CAPÍTULO II

Disposições gerais

SECÇÃO I

Regime aplicável

Artigo 4.º

Mensagens publicitárias de natureza comercial

1. Sem prejuízo das regras sobre a utilização do espaço público e do regime jurídico da conservação da natureza e da biodiversidade, a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial não estão sujeitas a licenciamento, autorização, a autenticação, a validação, a certificação, a atos emitidos na sequência de comunicações prévias com prazo, a registo ou a qualquer outro ato permissivo, nem a mera comunicação prévia nos seguintes casos:
 - a) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e não são visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
 - b) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e a mensagem publicita os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respectivo titular da exploração ou está relacionada com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
 - c) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial ocupam o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respectivo titular da exploração ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento;
2. No caso dos bens imóveis, a afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias no próprio bem consideram-se abrangidas pelo disposto na alínea b), do número anterior.
3. Os critérios que devem ser observados na afixação e inscrição de mensagens publicitárias definidos no presente regulamento apenas produzem efeitos após a sua divulgação no «Balcão do Empreendedor», acessível pelo “Portal da Empresa”.

4. A afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial que não se enquadrem nos números anteriores segue e observa o regime geral de prévio licenciamento municipal a que se refere o artigo 25.º do presente regulamento.

Artigo 5.º

Aplicabilidade de regimes procedimentais

1. Aplica-se o regime de mera comunicação prévia quando as características e localização do equipamento e do mobiliário urbano, no caso dos suportes publicitários, respeitarem os limites fixados na alínea e), do n.º 1, do artigo 12.º, do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, devendo a mesma conter os elementos constantes no artigo 12.º, n.º 3, do referido diploma legal e no artigo 2.º, n.º 2, da Portaria n.º 239/2011, de 21 de Junho.
2. A comunicação prévia com prazo aplica-se nos casos em que as características e localização do equipamento e do mobiliário urbano, no caso dos suportes publicitários, não respeitarem os limites fixados na alínea e), do n.º 1, do artigo 12.º, do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, devendo a mesma ser acompanhada dos elementos adicionais constantes no artigo 3.º, n.º 4, da Portaria n.º 239/2011, de 21 de Junho.
3. A mera comunicação prévia e a comunicação prévia com prazo serão efetuadas no «Balcão do Empreendedor».

SECÇÃO II

Princípios gerais sobre a afixação e inscrição de mensagens publicitárias

Artigo 6.º

Preservação das condições de segurança de pessoas e bens

Sem prejuízo das regras contidas no n.º 2, do artigo 11.º, do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, a afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias não pode:

- a) Prejudicar as condições de segurança, salubridade e conforto de pessoas e bens, nomeadamente no que se refere à circulação pedonal e rodoviária em geral;
- b) Prejudicar as condições de segurança, salubridade e conforto de pessoas e bens, nomeadamente no que se refere a locais de permanência de pessoas, tais como residências, serviços de saúde, estabelecimentos de apoio social, estabelecimentos escolares e similares;
- c) Prejudicar ou dificultar a circulação de veículos de socorro e emergência;
- d) Apresentar mecanismos, disposições, formatos ou cores que possam confundir, distrair ou provocar o encadeamento dos peões ou automobilistas;
- e) Prejudicar a perceptibilidade de outro suporte publicitário colocado nos termos regulamentares;

- f) Prejudicar a visibilidade de placas toponímicas e números de polícia, sinais de trânsito e sinalização semafórica, ou apresentar disposições, formatos ou cores que com eles se possam confundir;
- g) Dificultar o acesso bem como a visibilidade das montras dos estabelecimentos comerciais.

Artigo 7.º

Preservação dos espaços públicos

A afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias não é permitida sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade, do estado de conservação ou de salubridade dos espaços públicos e dos equipamentos neles instalados;
- b) Possa impedir, restringir ou interferir, negativamente no funcionamento das atividades urbanas ou de outras ocupações do espaço público ou ainda quando dificulte aos utentes a fruição dessas mesmas atividades em condições de segurança e conforto;
- c) Prejudique o uso, o funcionamento, a eficácia ou a manutenção de equipamentos e infra-estruturas públicas ou de uso público;
- d) Contribua para a descaracterização da imagem e da identidade dos espaços naturais ou construídos e dos sistemas de vistas sobre eles estabelecidos;
- e) Dificulte o acesso e ação das entidades competentes às infra-estruturas existentes no Município, para efeitos da sua manutenção e conservação;
- f) A pretensão incida na colocação de publicidade em postes ou candeeiros de iluminação pública, em sinalização rodoviária, em ilhas para peões ou para suporte de sinalização e nas rotundas.

Artigo 8.º

Preservação dos espaços verdes públicos

A instalação ou utilização, em espaços verdes de domínio ou uso público ou deste perceptível, de qualquer suporte publicitário, não é permitida sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade dos espaços verdes públicos ou da sua normal utilização e fruição;
- b) Impossibilite ou dificulte a conservação ou manutenção dos espaços verdes públicos ou interfira com os respetivos sistemas de rega ou de iluminação;
- c) Esteja apoiada ou fixada em qualquer elemento vegetal ou prejudique o seu normal crescimento ou desenvolvimento.

Artigo 9.º

**Preservação de valores patrimoniais históricos,
culturais, naturais e paisagísticos**

1. Em geral, a instalação ou utilização de qualquer suporte publicitário não é permitida em:
 - a) Imóveis classificados ou em vias de classificação, nomeadamente os de interesse público, nacional ou municipal, salvo se a mensagem publicitária se circunscrever à identificação da atividade exercida no imóvel ou daquele que a exerce;
 - b) Templos e cemitérios.
2. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não é permitida sempre que possa causar danos irreparáveis nos materiais de revestimento exterior dos edifícios e que os suportes utilizados prejudiquem o ambiente, afetem a estética ou a salubridade dos lugares ou causem danos a terceiros, nomeadamente quando se trate de:
 - a) Faixas de pano, plástico, papel ou outro material semelhante;
 - b) Pintura e colagem ou afixação de cartazes nas fachadas dos edifícios ou em qualquer outro mobiliário urbano;
 - c) Suportes que excedam a frente do estabelecimento.

CAPÍTULO III

Suportes publicitários

Artigo 10.º

Definições

Para efeitos de aplicação do presente Regulamento de Publicidade entende-se por:

- a) **Mobiliário Urbano** – as 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;
- b) **Anúncio eletrónico** - o sistema computadorizado que permite a difusão de mensagens e imagens com possibilidade de ligação a circuitos de TV, vídeo e similares;
- c) **Anúncio iluminado** - suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- d) **Anúncio luminoso** - o suporte publicitário dotado de fonte de luz e que o torna emissor de luz própria;
- e) **Tela** - o suporte constituído por tecido, material flexível de natureza têxtil ou membranosa, possuindo ou não moldura rígida;

- f) **Chapa** - o suporte não luminoso aplicado ou pintado em parâmetro visível e liso, cuja maior dimensão não exceda 60cm e a máxima saliência não exceda 5cm;
- g) **Espaço público** - toda a área não edificada, de livre acesso e uso coletivo, afeta ao domínio público municipal;
- h) **Espaço verde público** - espaço natural ou construído, de domínio ou uso público, localizado dentro dos aglomerados urbanos, predominantemente ocupado por coberto vegetal e plantações; inclui jardins e elementos arbóreos plantados em caldeiras situadas em zonas pedonais, de forma isolada ou em conjuntos;
- i) **Letras soltas ou símbolos** - a mensagem publicitária não luminosa, diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;
- j) **Placa** - o suporte não luminoso aplicado em parâmetro visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não exceda 1,50m;
- k) **Painel** - o suporte publicitário constituído por uma ou duas superfícies em material rígido para inscrição da publicidade, guarnecido por moldura e dispondo de elementos estruturais para a sua sustentação, fixados diretamente ao solo, podendo assumir a variante de aplicação mural;
- l) **Publicidade sonora** - a atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária;
- m) **Suporte publicitário** - o meio utilizado para a transmissão de uma mensagem publicitária;
- n) **Unidades móveis publicitárias** - veículos utilizados exclusivamente para o exercício da atividade publicitária;
- o) **Colunas** - o suporte publicitário fixado diretamente no solo sem intermediação de outros apoios, podendo apresentar uma ou várias faces úteis para afixação de mensagens publicitárias, em virtude da sua forma poder ser tendencialmente cilíndrica ou poliédrica;
- p) **Guarda publicitária** - o suporte publicitário caracterizado por uma peça de mobiliário urbano fixa, para servir de protecção, apoio ou delimitação de espaços do domínio público, nomeadamente de utilização pedonal, integrando uma ou várias superfícies para a afixação de mensagens publicitárias;
- q) **Tabuleta** - o suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, que permite a afixação de mensagens publicitárias em ambas as faces;
- r) **Campanhas publicitárias de rua** - a atividade publicitária de carácter ocasional que implique ações de rua e o contacto direto com o público;

- s) **Blimp, balão, zeplim, insuflável e semelhantes** – todos os suportes que para a sua afixação no ar careçam de gás, podendo estabelecer-se a ligação ao solo por elementos de fixação;
- t) **Área contígua/junto à fachada do estabelecimento** - para efeitos da colocação/afixação de publicidade de natureza comercial, corresponde ao espaço público imediatamente contíguo à fachada do estabelecimento até ao limite de 30cm.

CAPÍTULO IV

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

Artigo 11.º

Condições de instalação de um suporte publicitário em edifícios

1. A instalação de suportes publicitários em fachadas de edifícios deve observar as seguintes condições:
 - a) Devem integrar-se de forma harmoniosa nas fachadas;
 - b) Não poderão ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas, nem sobrepor gradeamentos ou outras zonas vazadas em varandas;
 - c) Não devem ocultar ou obstruir vãos.
2. A instalação de suportes publicitários sobre coberturas ou terraços de edifícios deve observar as seguintes condições:
 - a) O suporte não deve obstruir os sistemas de vistas em presença;
 - b) O suporte não deve ter uma altura superior a 4m.

Artigo 12.º

Condições de instalação de um suporte publicitário em espaços de domínio público

A instalação de suportes publicitários que acarrete, sob qualquer forma, a ocupação do espaço de domínio ou uso público, deve observar as seguintes condições:

- a) Que os percursos pedonais possuam, em todo o seu desenvolvimento, um canal de circulação contínuo e desimpedido de obstruções com uma largura não inferior a 1,20m, medida ao nível do pavimento, e uma altura não inferior a 2,40m, medida na vertical, entre o pavimento e o bordo livre do suporte publicitário;
- b) Que se salvguarde uma distância livre não inferior a 0,80m, medida na horizontal, entre o bordo exterior livre do lancil do passeio e qualquer dos elementos do suporte

publicitário ou sua projecção horizontal, exceto no caso de suportes do tipo guarda publicitária.

Artigo 13.º

Condições e restrições de difusão de mensagens publicitárias sonoras

1. É permitida a difusão de mensagens publicitárias sonoras de natureza comercial que possam ser ouvidas no espaço público.
2. O exercício da actividade publicitária sonora está condicionado ao cumprimento das seguintes restrições:
 - a) Não é permitida a sua emissão aos sábados, domingos e feriados e nos dias úteis no período compreendido entre as 20:00 horas e as 8:00 horas, exceto se for emitida licença especial de ruído para o efeito nos termos do Regulamento Geral do Ruído;
 - b) É interdito o exercício da atividade a uma distância mínima de 300m dos edifícios escolares durante o respectivo horário de funcionamento, bem como de Hospitais, Centros de Saúde, Lares da Terceira Idade ou estabelecimentos similares.
3. Compete ao Departamento de Obras e Meio Ambiente (DOMA) a fiscalização e medição dos níveis sonoros emitidos pelas atividades referidas no número anterior.

Artigo 14.º

Condições e restrições relativas à colocação de chapas, placas e tabuletas

1. Em cada edifício, as chapas, placas ou tabuletas, devem apresentar dimensões, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.
2. As placas só poderão ser instaladas ao nível do rés-do-chão dos edifícios, exceto as que digam respeito ao anúncio da venda ou arrendamento de imóveis neles implantadas.
3. Não é permitida a instalação de mais de uma placa por cada fracção autónoma ou fogo, não se considerando para esse efeito as placas de proibição de afixação de publicidade, exceto as que se reportem ao anúncio da venda ou arrendamento de imóveis neles implantadas.
4. A instalação de uma tabuleta deve respeitar as seguintes condições:
 - a) O limite inferior da tabuleta deve ficar a uma distância do solo igual ou superior a 2,60m;
 - b) Não exceder o balanço de 1,50m em relação ao plano marginal do edifício, exceto no caso de ruas sem passeios, em que o balanço não deve exceder 0,20m;
 - c) Deixar uma distância igual ou superior a 3m entre tabuletas.
5. Tendo em conta a natureza de certas atividades comerciais, designadamente a das agências imobiliárias, poderão ser licenciados conjuntos de 5 ou mais placas ou chapas, sem localização fixa concreta, desde que as condições de afixação das mesmas obedeam

às demais condições estipuladas no presente regulamento e atendendo-se, para efeitos tributários, à área total resultante da soma das áreas das várias placas ou chapas.

Artigo 15.º

Condições de instalação de telas

1. As telas só poderão ser instaladas em edifícios e muros ou suspensas em postes ou mastros exclusivamente destinados a esse fim.
2. Quando afixadas em postes, as telas deverão permanecer oscilantes, só podendo ser afixadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado interior do poste que a suporta.
3. A distância entre a parte inferior da tela e o solo deve ser igual ou superior a 3m e, quando afixadas ao longo das vias, a distância entre telas deve ser igual ou superior a 50m.
4. Quando instaladas nas fachadas de edifício ou fracção, as dimensões planimétricas das telas não podem exceder a área da respectiva fachada.

Artigo 16.º

Condições de aplicação de letras soltas ou símbolos

1. As letras soltas e os símbolos deverão ter dimensões planimétricas adequadas que garantam a integridade estética dos próprios edifícios, não excedendo 0,50m de altura e possuindo uma espessura ou profundidade não superior a 0,15m.
2. Quando referentes a marcas registadas e atendendo a razões da sua proporcionalidade intrínseca, as letras soltas e os símbolos poderão assumir dimensões diversas das estipuladas no número anterior, devendo sempre salvaguardar a sua harmoniosa integração no edifício.

Artigo 17.º

Condições de instalação de colunas publicitárias

1. As colunas publicitárias devem assumir-se, em geral, como elementos de mobiliário urbano, caracterizando-se por uma rigorosa qualidade de materiais e forma.
2. As colunas publicitárias só poderão ser instaladas em espaços amplos, com áreas não inferiores a 100m², cuja menor dimensão não seja inferior a 6m.
3. As colunas deverão ter uma secção horizontal, cujas dimensões não ultrapassem 1,50m de diâmetro ou de lado, consoante a forma, e 9,50m de altura.

Artigo 18.º

Condições de aplicação de anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes

1. Os anúncios a que se refere o presente artigo colocados em saliências sobre fachadas estão sujeitos às seguintes limitações:
 - a) Não podem exceder o balanço total de 1,50m;
 - b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser menor do que 2,60m nem superior a 4m;
 - c) Caso o balanço não exceda 0,15m, a distância entre a parte inferior do anúncio e o solo não pode ser menor do que 2m nem superior a 4m.
2. As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados, sistemas electrónicos ou semelhantes, instalados nas coberturas ou fachadas de edifícios e em espaço público devem ficar, tanto quanto possível, encobertas e ser pintadas com a cor que lhes dê o menor destaque.

Artigo 19.º

Condições de colocação de guardas publicitárias

1. As guardas publicitárias deverão ser colocadas em passeios ou outros espaços de circulação e permanência de peões, desde que a dimensão destes o permita e de forma a não prejudicar a segurança do trânsito em geral ou de veículos de socorro bem como a circulação pedonal, em especial das pessoas com mobilidade condicionada.
2. A fim de evitar a saturação publicitária, as referidas guardas publicitárias não deverão ser colocadas em troços superiores a 10m lineares contínuos, assegurando uma distância mínima de afastamento de 10m entre suportes publicitários da mesma tipologia.
3. Não será autorizada a colocação deste tipo de suporte publicitário em ilhas para peões ou para suporte de sinalização, cruzamentos e entroncamentos marginados por passeios com largura inferior a 1,5m.

Artigo 20.º

Condições de instalação e divulgação de publicidade através de unidades móveis

1. As unidades móveis publicitárias não poderão fazer uso de material sonoro violando o disposto no artigo 13.º do presente regulamento.
2. O suporte publicitário não poderá exceder as dimensões do veículo ou reboque.
3. Às unidades móveis temporariamente estacionadas em locais previamente autorizados pela Câmara Municipal para o exercício de atividade publicitária e para a venda de bens ou serviços aplicam-se as normas constantes do regulamento sobre ocupação de espaço público, sem prejuízo da tributação, em sede de taxas municipais, das mensagens publicitárias nelas afixadas ou inscritas, nos termos legais e regulamentares aplicáveis.

Artigo 21.º

Publicidade em veículos automóveis

A inscrição ou afixação de mensagens publicitárias em veículos automóveis e outros meios de locomoção que circulem na área do Município do Montijo carece de licenciamento prévio a conceder nos termos do presente regulamento, sempre que o proprietário ou possuidor do veículo ali tenha residência, no caso de pessoas singulares, ou a respetiva sede social, no caso de pessoas coletivas.

Artigo 22.º

Condições e restrições das campanhas publicitárias de rua

O exercício deste tipo de atividade publicitária está condicionado ao cumprimento das seguintes restrições:

- a) As campanhas publicitárias de rua, nomeadamente as que ocorram através da distribuição de panfletos ou de produtos só são autorizadas 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 efetuada 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 100m em redor dos locais de distribuição.

Artigo 23.º

Condições de colocação de painéis publicitários

1. Quando em conjunto, os painéis deverão ser instalados sempre nivelados entre si, exceto quando se localizem em zona com declive acentuado.
2. A afixação destes suportes publicitários deverá obedecer a uma distância mínima de 4m, relativamente a equipamentos urbanos ou elementos de infra-estruturas existentes no local.
3. Os painéis de grandes dimensões, vulgarmente designados por "outdoors", com as dimensões de 8mx3m ou superior, só podem ser instalados na periferia da cidade, ficando a respetiva instalação condicionada à não afetação da paisagem urbana e à salvaguarda do equilíbrio estético do local.
4. As estruturas de suporte não podem em caso algum manter-se no local sem mensagens publicitárias.
5. Quando o painel tenha apenas uma face útil, o respetivo tardo de deverá ser tratado de modo a que a estrutura de sustentação não fique visível.

6. Quando afixados em tapumes, vedações ou elementos congéneres, os painéis deverão ser sempre nivelados, exceto quando o tapume, vedação ou elemento congénere se localize em arruamento inclinado, caso em que se admite a sua disposição em socalcos, acompanhando de forma harmoniosa a inclinação do terreno.
7. A distância entre a moldura dos painéis e o solo não pode ser inferior a 2m.

Artigo 24.º

Restrições na afixação de mensagens publicitárias em meios ou suportes aéreos

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, exceto se o pedido for prévia e expressamente autorizado pela entidade com jurisdição sobre esses espaços.

CAPÍTULO V

Processo de Licenciamento

Artigo 25.º

Aplicabilidade

Aplica-se o regime geral de licenciamento a todas as situações não abrangidas pelas disposições do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, que consagra e disciplina a iniciativa designada por Licenciamento Zero, não podendo as respetivas pretensões ser submetidas através do «Balcão do Empreendedor».

Artigo 26.º

Requerimento inicial

1. O pedido de licenciamento para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias deverá ser solicitado no Serviço de Taxas e Licenças, mediante requerimento dirigido ao Presidente da Câmara Municipal, com a antecedência mínima de 10 dias antes do início do prazo pretendido para a colocação de publicidade.

2. O licenciamento para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias através de meios ou suportes que exijam o licenciamento ou autorização para a realização de obras de construção deve ser requerido cumulativamente, nos termos do disposto no Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de Dezembro, na redacção que lhe foi conferida pelo Decreto-Lei n.º 26/2010, de 30 de Março.

Artigo 27.º

Elementos obrigatórios

1. O requerimento deverá conter obrigatoriamente as seguintes menções:
 - a) A identificação do requerente com o nome, número de identificação fiscal, domicílio, número do bilhete de identidade ou cartão de cidadão, no caso de pessoas singulares e o número de pessoa coletiva e sede social, no caso de se tratar de pessoa coletiva;
 - b) A indicação exata do local e do meio ou suporte publicitário a utilizar;
 - c) O período de licenciamento pretendido.
2. O requerimento deverá ser acompanhado dos seguintes elementos documentais:
 - a) Memória descritiva indicativa dos materiais, cores, configuração e legendas a utilizar no dispositivo publicitário, bem como de quaisquer outras informações que se repute necessárias à instrução do processo de licenciamento;
 - b) Descrição gráfica do suporte através de plantas, cortes e alçados não inferior à escala de 1/100 ou 1/50, com indicação do elemento a licenciar, bem como da forma e balanço da afixação, largura do passeio e distância entre o bordo exterior livre do lancil do passeio e o suporte publicitário, ou o limite exterior da faixa de rodagem, consoante o caso;
 - c) Desenho do alçado e corte cotado, não inferior à escala de 1/100 ou 1/50, esclarecedor da proposta de integração do suporte publicitário e com a indicação dos materiais, cores e textura a utilizar, no caso de suportes publicitários a colocar em fachadas de edifícios;
 - d) Fotografia a cores, indicando o local previsto para a afixação, apresentada em suporte de papel formato A4;
 - e) Fotomontagem sobre fotografia a cores, esclarecedora da instalação do suporte publicitário no local pretendido, apresentada em suporte de papel formato A4;
 - f) Planta de localização à escala 1:2000, fornecida pelos serviços camarários, com a identificação do local previsto para a instalação do suporte publicitário;
 - g) No caso de se tratar da colocação de painéis publicitários em terrenos particulares, extrato das plantas de ordenamento e de condicionantes do Plano Director Municipal do Montijo, com indicação do local previsto para a implantação do suporte publicitário;

- h) Documento autêntico ou autenticado, comprovativo de que o requerente é proprietário, superficiário, usufrutuário, titular do direito real de uso e habitação, locatário, concessionário ou titular de outros direitos sobre os bens afetos à propriedade privada onde se pretende afixar ou inscrever a mensagem;
- i) Para os casos não previstos na alínea anterior, o requerente deve juntar autorização escrita do proprietário, designadamente da Assembleia dos Condóminos quando se trate da colocação de publicidade nas partes comuns de edifício em regime de propriedade horizontal;
- j) Sempre que o suporte publicitário no seu conjunto ultrapasse 4m acima do solo, deve ser obrigatoriamente junto ao requerimento inicial a que se refere o artigo 26º um termo de responsabilidade assinado por técnico legalmente habilitado para o efeito e que se encontre inscrito em Associação Pública de natureza profissional, acompanhado de documento comprovativo da validade da respetiva inscrição, responsabilizando-se pela colocação do suporte publicitário e, em casos devidamente justificados e fundamentados, deve ser igualmente junto ao mencionado requerimento inicial contrato de seguro de responsabilidade civil bem como a respetiva apólice;
- k) Sempre que a instalação tenha lugar na cobertura do edifício deverá ser junto ao requerimento um estudo de estabilidade do suporte publicitário.

Artigo 28.º

Locais sujeitos a jurisdição de outras entidades

Quando o local onde o requerente pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária estiver igualmente sujeito a jurisdição de outras entidades, deverá a Câmara Municipal solicitar os devidos pareceres sobre o pedido de licenciamento, conferindo informação da diligência ao requerente.

Artigo 29.º

Prazo da licença

O prazo de duração da licença está sujeito ao disposto, para cada suporte, no Regulamento e Tabela de Taxas.

Artigo 30.º

Notificação da decisão

A decisão sobre o pedido de licenciamento é notificada ao requerente no prazo de 8 dias, contados da data do despacho proferido para o efeito.

Artigo 31.º

Deferimento

1. Em caso de deferimento deve incluir-se na notificação referida no artigo anterior a indicação do prazo de 30 dias para levantamento da licença e pagamento da taxa respetiva.
2. A licença deve especificar as obrigações e condições a cumprir pelo titular, nomeadamente:
 - a) Prazo de duração;
 - b) Prazo para comunicar a não renovação;
 - c) Número de ordem atribuído à licença, o qual deverá ser afixado no meio ou suporte publicitário;
 - d) Obrigação de manter o meio ou suporte em boas condições de conservação, funcionamento e segurança.
3. O titular da licença só pode exercer os direitos que lhe são conferidos pelo licenciamento depois do pagamento da taxa referida no artigo 48.º do presente regulamento.

Artigo 32.º

Contrapartidas para o Município

O licenciamento de suportes publicitários pode determinar a reserva de espaços de publicidade, até ao máximo de 20% da área útil do suporte publicitário, para difusão de mensagens relativas às atividades do Município e outras apoiadas por este.

Artigo 33.º

Renovação

1. A licença cujo prazo seja igual ou superior a 30 dias renova-se automaticamente e sucessivamente, por períodos iguais ao período inicialmente deferido, salvo se:
 - a) A Câmara Municipal notificar o titular da decisão em sentido contrário por escrito e com a antecedência mínima de 20 dias em relação ao termo do prazo de vigência que estiver em curso;
 - b) O titular comunicar à Câmara Municipal intenção contrária por escrito e com a antecedência mínima de 10 dias em relação ao termo do prazo de vigência que estiver em curso.
2. No caso das licenças renováveis o não pagamento das taxas devidas nos prazos aplicáveis determina o cancelamento e extinção da licença concedida e a execução da dívida tributária nos termos da Lei, independentemente da responsabilidade contraordenacional a que houver lugar.

Artigo 34.º

Revogação da licença

A licença para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias será revogada sempre que se verifique alguma das seguintes situações:

- a) Nos termos legalmente aplicáveis;
- b) O seu titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que o licenciamento está sujeito ou qualquer obrigação a que se tenha vinculado no âmbito do licenciamento.

Artigo 35.º

Utilização da licença

A utilização da licença para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias é pessoal e não pode ser cedida a qualquer título, com exceção do previsto no artigo 36º do presente regulamento.

Artigo 36.º

Mudança de titularidade

O pedido de mudança de titularidade da licença só será deferido quando se verificarem cumulativamente os seguintes pressupostos:

- a) Encontrarem-se liquidadas e pagas as taxas devidas;
- b) Não sejam pretendidas alterações ao objecto de licenciamento;
- c) O requerente apresentar prova de legitimidade do seu interesse e pedido.

Artigo 37.º

Obrigações gerais do titular

O titular da licença fica vinculado às seguintes obrigações:

- a) Não poderá proceder à adulteração dos elementos tal como foram aprovados ou a alterações da localização do suporte publicitário;
- b) Não poderá proceder à transmissão da licença a outrem, salvo mudança de titularidade devidamente autorizada;
- c) Deverá colocar na estrutura publicitária e em lugar visível o autocolante fornecido pelos serviços camarários, contendo o número do processo de licenciamento e o número atribuído à licença;
- d) Deverá repor a situação existente no local tal como se encontrava à data do deferimento, findo o prazo da licença;
- e) Deverá manter o suporte publicitário, bem como a sua mensagem, em boas condições de conservação e segurança;
- f) Deverá eliminar quaisquer danos em bens públicos resultantes da afixação ou inscrição da mensagem publicitária.

Artigo 38.º

Indeferimento

O pedido de licenciamento é indeferido com qualquer dos seguintes fundamentos:

- a) Não respeitar o disposto nos artigos 6.º a 9.º do presente regulamento ou as condições estabelecidas no capítulo IV deste regulamento;
- b) O requerente não apresentar a documentação necessária à instrução do pedido de licenciamento e especificada no presente regulamento;
- c) Não respeitar as demais normas legais e regulamentares aplicáveis.

CAPÍTULO VI

Fiscalização, Penalidades e Regime Sancionatório

Artigo 39.º

Fiscalização

1. Sem prejuízo da competência atribuída por Lei a outras entidades, compete à fiscalização municipal a fiscalização do disposto no presente regulamento, bem como a investigação, a participação ou notícia de qualquer ato ou circunstância susceptível de implicar responsabilidade por eventual prática de contraordenação decorrente da sua violação.
2. No âmbito dos procedimentos contraordenacionais a fiscalização municipal poderá acionar as medidas cautelares que se mostrem necessárias e adequadas à salvaguarda e proteção das provas recolhidas, nos termos legalmente aplicáveis.

Artigo 40.º

Penalidades

1. A violação do disposto no presente Regulamento constitui contra-ordenação punível com coima.
2. O processamento das contra-ordenações obedecerá ao disposto no Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 356/89, de 17 de Outubro, pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 Setembro e pela Lei n.º 109/2001 bem como pela respetiva legislação complementar.
3. Em todos os casos a negligência é punível.

Artigo 41.º

Regime Sancionatório

Constituem contraordenações puníveis nos termos do disposto no artigo 17º, n.ºs 1 e 2 do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 356/89, de 17 de Outubro e pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 Setembro bem como pela Lei n.º 109/2001, de 24 de Dezembro, e bem assim nos termos do preceituado no artigo 55.º da Lei n.º 2/2007, de 15 de Janeiro, com as alterações subsequentes, com coimas de € 3,74 a € 4850,00, tratando-se de pessoa singular, ou de € 3,74 a € 44891,81, tratando-se de pessoa colectiva:

- a) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias quando não tenham sido precedidas de licenciamento municipal nos termos do disposto no artigo 25.º;
- b) A alteração da localização do suporte publicitário, ou dos demais elementos, tal como foram aprovados e constam do processo de licenciamento;
- c) A transmissão da licença a outrem não autorizado;
- d) A não reposição da situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte publicitário, findo o prazo da respetiva licença;
- e) O incumprimento das condicionantes previstas nas licenças;
- f) A falta de colocação na estrutura publicitária do autocolante fornecido pelos serviços municipais a que se refere o artigo 37.º, alínea c), do presente regulamento;
- g) O não pagamento nos prazos fixados para o efeito das taxas municipais referentes às renovações das licenças de publicidade, independentemente da instauração de processo de execução fiscal nos termos do Código de Procedimento e de Processo Tributário;
- h) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não observem o disposto nos artigos 6º a 9º do presente regulamento;
- i) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não respeitem o disposto no capítulo IV do presente regulamento;
- j) A não manutenção do suporte publicitário, bem como da respetiva mensagem, em boas condições de conservação e segurança;
- k) A não eliminação de quaisquer danos em bens públicos resultantes da afixação ou inscrição de mensagens publicitárias;
- l) A não remoção de qualquer tipo de suporte publicitário dentro do prazo concedido para o efeito em notificação efetuada pela Câmara para esse fim.

Artigo 42.º

Sanções acessórias

1. Em função da gravidade da infração e da culpa do agente, simultaneamente com a coima, podem ser aplicadas as sanções acessórias de encerramento do estabelecimento e de interdição do exercício da atividade, com os seguintes pressupostos de aplicação:
 - a) A interdição do exercício da atividade apenas pode ser decretada se o agente praticar a contraordenação com flagrante e grave abuso da função que exerce ou com manifesta e grave violação dos deveres que lhe são inerentes;
 - b) O encerramento do estabelecimento apenas pode ser decretado quando a contraordenação tenha sido praticada por causa do funcionamento do estabelecimento.
2. A duração da interdição do exercício da atividade e do encerramento do estabelecimento não pode exceder o período de dois anos.

Artigo 43.º

Competência para a instrução e aplicação de sanções contraordenacionais

O processamento das contra-ordenações e aplicação das coimas e das sanções acessórias compete ao Presidente da Câmara Municipal, com possibilidade de delegação nos Vereadores nos termos gerais e podendo designar o respetivo Instrutor.

Artigo 44.º

Remoção coerciva

1. Quando os titulares dos suportes publicitários não procedam à sua remoção voluntária no prazo indicado na notificação camarária para o efeito, em virtude da respetiva colocação, instalação ou utilização em desconformidade com as normas legais e regulamentares aplicáveis, compete à Câmara Municipal proceder à sua remoção coerciva, imputando os custos e encargos às entidades responsáveis e aos infratores.
2. As operações de remoção coerciva são executadas através dos serviços competentes do Departamento de Obras e Meio Ambiente, mediante solicitação escrita pelo serviço emissor das licenças.
3. A Câmara Municipal não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam advir dessa remoção.
4. O procedimento de remoção coerciva a que se refere o presente artigo será sempre precedido de notificação para remoção voluntária e bem assim de audiência prévia das entidades responsáveis e dos infratores, nos termos do disposto nos artigos 100º e seguintes do Código do Procedimento Administrativo.

CAPÍTULO VII

Disposições finais

Artigo 45.º

Licenças em vigor

As licenças de publicidade em vigor mantêm-se, aqui se incluindo as respetivas renovações, sujeitas, apenas, ao pagamento das respetivas taxas que forem devidas e aplicáveis.

Artigo 46.º

Casos omissos

Os casos omissos serão resolvidos mediante deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 47.º

Comissão de Publicidade

1. Para apreciação das comunicações prévias e dos pedidos de licenciamento publicitário é constituída uma Comissão que deverá reunir semanalmente, com a seguinte composição:
 - a) Um representante do Departamento da Presidência e da Administração Geral (DPAG);
 - b) Um representante do Departamento de Ordenamento do Território e Urbanismo (DOTU);
 - c) Um representante do Departamento de Obras e Meio Ambiente (DOMA);
 - d) Um Fiscal Municipal do Departamento da Presidência e da Administração Geral (DPAG);
2. Só carecem de parecer prévio do Departamento de Ordenamento do Território e Urbanismo os pedidos de licenciamento de suportes publicitários que exijam licenciamento ou autorização para obras de construção civil, nos termos do disposto no artigo 26.º, n.º 2, do presente regulamento.

Artigo 48.º

Valor, liquidação e pagamento das taxas

1. São aplicáveis ao licenciamento e renovação previstos neste regulamento as taxas estabelecidas no Regulamento e Tabela de Taxas.
2. Salvo disposição legal em contrário, as entidades legalmente isentas do pagamento de taxas às autarquias locais não estão isentas do licenciamento a que se refere o presente regulamento.

3. O pagamento das taxas no regime de licenciamento é efetuado aquando do levantamento da licença ou, no caso de renovação, no prazo fixado para o efeito, sob pena de caducidade do respetivo direito e de extinção do processo de licenciamento.
4. Nos procedimentos de mera comunicação prévia e de comunicação prévia com prazo previstos no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, a liquidação do valor das taxas é efetuada automaticamente no Balcão do Empreendedor.

Artigo 49.º

Legislação subsidiária

Em tudo o que não estiver expressamente previsto neste regulamento regem as disposições legais aplicáveis.

Artigo 50.º

Norma revogatória

Com a entrada em vigor do presente regulamento é revogado o Regulamento Municipal de Publicidade, aprovado pela Assembleia Municipal na sua 3.ª sessão ordinária, realizada em 27 de Junho de 1996 e publicado através do Edital n.º 50/96, de 15/07/1996.

Artigo 51.º

Aplicação no tempo

1. O presente regulamento só dispõe e vale para o futuro, ficando salvaguardadas e mantendo-se as situações anteriores ao início da respetiva vigência.
2. Os processos administrativos de publicidade em vigor e em curso que digam respeito a suportes publicitários que, sendo dispensado o licenciamento da afixação ou da inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial nos termos legalmente aplicáveis, não ocupem ou utilizem o espaço público são cancelados e extinguem-se.
3. Os processos administrativos de publicidade em vigor e em curso que digam respeito a suportes publicitários que, sendo dispensado o licenciamento da afixação ou da inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial nos termos legalmente aplicáveis, ocupem ou utilizem o espaço público são convertidos oficiosamente e automaticamente em processos administrativos de ocupação do espaço público, sem dependência de qualquer ato, formalidade, diligência ou procedimento a adotar ou empreender pelos seus titulares, ficando, sujeitos, apenas, ao pagamento das taxas devidas e aplicáveis.
4. No caso previsto no número anterior, os processos de ocupação do espaço público, que anteriormente constituíam processos de publicidade, estão sujeitos a renovação automática e sucessiva nos mesmos e precisos termos em que esta vinha ocorrendo até à entrada em vigor do presente regulamento.

Artigo 52.º

Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor 15 dias após a sua publicação nos termos legais.