

Município de Angra do Heroísmo

Regulamento n.º 15/2017 de 17 de maio de 2017

Alteração ao Regulamento de Ocupação do Espaço Público, Publicidade e Propaganda Política e Eleitoral do Concelho de Angra do Heroísmo

A revogação do Decreto Legislativo Regional n.º 15/2004/A, de 6 de abril, operada pelo Decreto Legislativo Regional n.º 3/2015/A, de 4 de fevereiro, eliminou as normas referentes a publicidade que estavam contidas no artigo 23.º do referido diploma, nomeadamente a proibição de utilização de anúncios luminosos contida na alínea i) do n.º 2 do referido artigo.

Tendo em conta que o artigo 4.º do «Regulamento de Ocupação do Espaço Público, Publicidade e Propaganda Política e Eleitoral do Concelho de Angra do Heroísmo», no que respeita à Zona Classificada de Angra do Heroísmo e respetiva área de proteção, se limita a remeter para as disposições do regime jurídico aplicável à proteção e valorização do património cultural da Zona Classificada da Cidade de Angra do Heroísmo, torna-se necessário introduzir naquele regulamento as normas específicas que constavam no ordenamento jurídico anterior.

Assim, a Câmara Municipal propõe, nos termos das disposições conjugadas da alínea k) do n.º 1 do artigo 33.º e da alínea g) do n.º 1 do artigo 25.º da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, à Assembleia Municipal a seguinte alteração ao «Regulamento de Ocupação do Espaço Público, Publicidade e Propaganda Política e Eleitoral do Concelho de Angra do Heroísmo»:

1. Os artigos 4.º e 49.º do «Regulamento de Ocupação do Espaço Público, Publicidade e Propaganda Política e Eleitoral do Concelho de Angra do Heroísmo» passam a ter a seguinte redação:

«Artigo 4.º

Zona Classificada de Angra do Heroísmo

1. Sem prejuízo do disposto nos números seguintes, o licenciamento da publicidade situada na Zona Classificada de Angra do Heroísmo e respetiva área de proteção encontra-se sujeito às disposições do regime jurídico aplicável à proteção e valorização do património cultural da Zona Classificada da Cidade de Angra do Heroísmo e, subsidiariamente, às previstas no presente regulamento.

2. A colocação de publicidade no interior da zona classificada e sua zona de proteção, para além do que esteja estabelecido no plano de pormenor de salvaguarda, obedece às seguintes regras:

a) Os anúncios, toldos e outros materiais publicitários fixos aos imóveis devem ser elementos de valorização da fachada, não se lhe sobrepondo nem a recobrando excessivamente;

b) Os materiais publicitários devem ser sugestivos e possuir carácter individualizado, por forma a contribuir para o enriquecimento do ambiente urbano;

c) Cada estabelecimento comercial só pode possuir um toldo reto retráctil com sanefa na frente, um anúncio paralelo e apenso à fachada ou um anúncio em bandeira, por cada fachada confinante diretamente com a via pública;

d) Exceto quando se demonstre que tal seja impossível, os elementos a que se refere o número anterior devem ser sempre colocados e fixados abaixo da cota do pavimento do 1.º andar e nunca fixos a elementos arquitetónicos significativos da composição da fachada, como sejam as varandas;

e) Os toldos devem ter como cor base o branco, uma projeção máxima de 1 m quando totalmente estendidos, não podendo exceder os 3 m medidos na sua dimensão máxima paralela à fachada;

f) Os anúncios devem ser executados em materiais duradouros, resistentes e de boa qualidade estética, tais como madeira envernizada ou pintada, aço inoxidável polido ou escovado, ferro fundido, cobre ou latão;

g) Não são permitidos anúncios construídos em caixa de material plástico ou alumínio, aceitando-se apenas a utilização de acrílico em situações excecionais devidamente justificadas e quando de elevada qualidade estética;

h) As dimensões dos anúncios devem ser ajustadas aos condicionalismos do local, por forma a não possuírem dimensões exageradas nem se sobreporem à leitura da composição da fachada do imóvel;

i) Os anúncios devem ser iluminados por um ponto de luz exterior e não possuir luz própria, em caixa ou semelhante;

j) Em situações excecionais, poderá ser autorizada a utilização de tubos ou outros elementos fluorescentes, tais como néon ou similares;

k) Os anúncios não podem possuir elementos dinâmicos de iluminação, como sejam iluminação intermitente ou de cor ou intensidade variáveis;

l) Não são permitidas as grandes manchas de informação com dimensões exageradas em toldos ou em anúncios;

m) A publicidade de produtos ou marcas em toldos ou anúncios colocados no exterior do imóvel apenas poderá ser aceite quando se trate de lojas em regime de *franchising* e exclusivamente para o produto ou marca base;

n) As farmácias, caixas bancárias automáticas e outros equipamentos ou instalações que devam ser especialmente assinalados para fácil localização podem beneficiar de formas específicas de anúncio a aprovar, para cada categoria, pela Câmara Municipal de Angra do Heroísmo.

3. O disposto no número anterior não se aplica a painéis informativos, elementos de mobiliário urbano para informação e dispositivos similares de informação ao público quando não tenham intuítos de publicidade comercial nem a painéis eletrónicos e dispositivos similares, mesmo que com intuítos de publicidade comercial, colocados no interior de montras, portas ou outros espaços privativos de estabelecimentos comerciais de qualquer natureza.»

«Artigo 49.º

Regime transitório

1. Os titulares de licença de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e os proprietários ou a qualquer título detentores de imóveis onde existam mensagens publicitárias isentas de licenciamento que não estejam em conformidade com as disposições do presente regulamento devem, até 31 de julho de 2017, retirar a publicidade dos respetivos locais ou requerer a sua legalização.

2. -----.

3. -----.

4. -----.

5. -----.

6. O disposto no n.º 2 do artigo 4.º não se aplica aos anúncios existentes a 1 de janeiro de 2017 e que àquela data estavam conformes com o regulamento então em vigor.

7. O disposto no n.º 6 do artigo 29.º não se aplica às esplanadas existentes à data de concessão da exploração do estacionamento tarifado.»

2. O «Regulamento de Ocupação do Espaço Público, Publicidade e Propaganda Política e Eleitoral do Concelho de Angra do Heroísmo» com as alterações ora introduzidas é republicado em anexo à presente deliberação.

Aprovado em Assembleia Municipal, de 28 de abril de 2017. - O Presidente da Câmara Municipal,
José Gabriel do Álamo de Meneses.

Regulamento de Ocupação do Espaço Público, Publicidade e Propaganda Política e Eleitoral do Concelho de Angra do Heroísmo

O Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, diploma legal que regula o regime denominado «Licenciamento Zero», comporta uma profunda alteração ao modelo de controlo prévio em diversas áreas de intervenção por parte das autarquias locais, visando, em primeira linha, reduzir os encargos administrativos sobre os cidadãos e empresas e também desmaterializar procedimentos administrativos e modernizar a forma de relacionamento entre a administração e os diversos promotores, centralizando os procedimentos administrativos num balcão único eletrónico. Com os mesmos objetivos, os órgãos de governo próprio dos Açores produziram o Decreto Legislativo Regional n.º 38/2012/A, de 18 de setembro, que estabelece o regime de livre acesso e exercício de atividades económicas na Região Autónoma dos Açores.

Os diplomas supra aludidos contemplam um conjunto de disposições legais sobre o licenciamento de atividades económicas, sobre publicidade e sobre a ocupação do domínio público, dispondo o n.º 1 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, que compete aos municípios a definição dos critérios a que deve estar sujeita a ocupação do espaço público para salvaguarda da segurança, do ambiente e do equilíbrio urbano.

Nestes termos, torna-se necessário regulamentar a utilização e a ocupação do domínio público municipal no que se refere à publicidade, à propaganda política e eleitoral e à instalação de esplanadas e estruturas similares, definindo, designadamente, os critérios a que deverá obedecer tal ocupação, devendo a regulamentação atender, não só às disposições legais constantes no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, mas também à própria realidade do Concelho Angra do Heroísmo, por forma a garantir que a iniciativa do «licenciamento zero» tenha uma plena e eficaz aplicação no plano municipal. Atendendo a que, com o Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, a utilização privativa do espaço público é regulada por critérios fixados pelo Município que visam assegurar a conveniente utilização do espaço pelos cidadãos, no âmbito do exercício da sua atividade, decidiu-se elaborar e integrar num único regulamento as normas que disciplinam a utilização e ocupação do domínio público, nomeadamente no que concerne a publicidade e a ocupação do espaço público nas vertentes de mobiliário urbano, esplanadas e suportes publicitários.

Assim, ao abrigo das disposições previstas no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, no artigo 11.º, do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, na alínea g), do n.º 1 do artigo 25.º, e na alínea k), do n.º 1 do artigo 33.º, todos da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, a Assembleia Municipal de Angra do Heroísmo, em reunião de 9 de fevereiro de 2015, sob proposta da Câmara Municipal, deliberou aprovar o presente regulamento:

Capítulo I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Objeto

1. O presente regulamento define o regime a que fica sujeita a afixação e inscrição de mensagens publicitárias e a utilização de suportes publicitários e outros meios de publicidade, e as normas a seguir em matéria de afixação e divulgação de propaganda política e eleitoral.
2. O presente regulamento dispõe ainda sobre as condições e critérios a que está sujeita a ocupação e utilização privativa de espaços públicos ou afetos ao domínio público municipal, incluindo a utilização do domínio público como veículo para difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial.

Artigo 2.º

Âmbito

1. Para efeitos do presente regulamento, a ocupação do espaço público sob jurisdição municipal compreende a ocupação do respetivo espaço aéreo, a instalação de esplanadas ou estrados e as construções provisórias de instalações especiais no solo ou subsolo.
2. O presente regulamento aplica-se a todas as formas de utilização do domínio público municipal para difusão de mensagens de natureza comercial, bem como à afixação ou inscrição de mensagens de propaganda política e eleitoral, qualquer que seja o suporte ou a forma.

Artigo 3.º

Definições

1. Atento o disposto no n.º 4 do artigo 2.º, no n.º 5 do artigo 10.º e no anexo II do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, para efeitos do presente regulamento entende-se por:
 - a) «Atividade de comércio a retalho», a atividade de revenda ao consumidor final, incluindo profissionais e institucionais, de bens novos ou usados, tal como são adquiridos, ou após a realização de algumas operações associadas ao comércio a retalho, como a escolha, a classificação e o acondicionamento, desenvolvida em estabelecimentos e fora dos estabelecimentos, em feiras, mercados municipais, de modo ambulante, à distância, ao domicílio e através de máquinas automáticas;
 - b) «Atividade de comércio por grosso», a atividade de venda ou revenda em quantidade a outros comerciantes, retalhistas ou grossistas, a industriais, a utilizadores institucionais e profissionais ou a intermediários de bens novos ou usados, sem transformação, tal como foram adquiridos, ou após a realização de algumas operações associadas ao comércio por grosso, como sejam a escolha, a classificação em lotes, o acondicionamento e o engarrafamento;
 - c) «Atividade publicitária», o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que exerçam a atividade publicitária;

- d) «Agência de publicidade», a entidade que tenha por objeto exclusivo o exercício de atividade publicitária;
- e) «Alpendre» ou «pala», os elementos rígidos de proteção contra agentes climatéricos com, pelo menos, uma água, fixos aos paramentos das fachadas e aplicáveis a vãos de portas, janelas, montras de edifícios ou estabelecimentos comerciais;
- f) «Anúncio eletrónico», o sistema informático de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de televisão, vídeo e similares;
- g) «Anúncio iluminado», o suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- h) «Anúncio luminoso», o suporte publicitário que emita luz própria;
- i) «Aparelho de ar condicionado» ou «sistema de climatização», os equipamentos combinados de forma coerente com vista a satisfazer um ou mais dos objetivos da climatização, designadamente, arrefecimento, ventilação, aquecimento, humedificação, desumidificação e purificação do ar;
- j) «Área contígua ou junto à fachada», a área imediatamente contígua ou junto à fachada do estabelecimento ou da esplanada, não excedendo a largura da fachada do estabelecimento, até aos limites impostos no presente regulamento não podendo em caso algum a área de passeio deixada desimpedida ser inferior a 1,5 m;
- k) «Bandeirola», o suporte rígido que permaneça oscilante, afixado em poste, parede ou estrutura idêntica;
- l) «Campanha publicitária de rua», todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémero, que consistam em ações de rua e no contacto direto com o público;
- m) «Chapa», o suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não excede 0,60 m e a máxima saliência não excede 0,05 m;
- n) «Comunicação prévia com prazo», a declaração que permite ao interessado exercer a atividade, após a decisão de deferimento emitida pela entidade competente ou quando esta não se pronuncie, no prazo de 20 dias, contados a partir do momento do pagamento das taxas devidas;
- o) «Comunicação», a declaração da informação necessária à organização e atualização de dados associados ao estabelecimento ou à atividade, determinado pelo interessado num determinado prazo, após a respetiva ocorrência;
- p) «Equipamento urbano», o conjunto de elementos instalados no espaço público com função específica de assegurar a gestão das estruturas e sistemas urbanos, nomeadamente, sinalização viária, semafórica, vertical, horizontal e informativa (direcional e de pré-aviso), luminárias, armários técnicos, guardas de proteção e dissuasores;
- q) «Espaço público», a área de acesso livre e de uso coletivo afeta ao domínio público municipal ou regional;
- r) «Esplanada aberta», a instalação no espaço público de mesas, cadeiras, guarda-ventos, guarda-sóis, estrados, floreiras, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano, sem qualquer tipo de

proteção fixa ao solo, destinada a apoiar estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares ou empreendimentos turísticos, podendo a esplanada ser coberta ou descoberta, consoante disponha ou não de uma estrutura de abrigo sendo esta sempre amovível, designadamente, a formada pela colocação de guarda-ventos e toldos de cobertura;

s) «Estabelecimento comercial», a instalação, de carácter fixo e permanente, onde é exercida, exclusiva ou principalmente, de modo habitual e profissional, uma ou mais atividades de comércio, por grosso ou a retalho, incluídas na secção G da Classificação Portuguesa das Atividades Económicas (CAE);

t) «Estabelecimento», a instalação, de carácter fixo e permanente, onde é exercida, exclusiva ou principalmente, de modo habitual e profissional, uma ou mais atividades económicas;

u) «Estabelecimentos de bebidas», os estabelecimentos destinados a prestar, mediante remuneração, serviços de bebidas e cafetaria no próprio estabelecimento ou fora dele;

v) «Estabelecimentos de restauração», os estabelecimentos destinados a prestar, mediante remuneração, serviços de alimentação e de bebidas no próprio estabelecimento ou fora dele, incluindo outros locais de prestação daqueles serviços através da atividade de *catering* e a oferta de serviços de banquetes ou outras, desde que habitualmente efetuados, entendendo -se como tal a execução de pelo menos 10 eventos anuais;

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

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

y) «Grossista», a pessoa singular ou coletiva que exerce, de modo habitual e profissional, a atividade de comércio por grosso;

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

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

ab) «Mera comunicação prévia» – consiste numa declaração de cumprimento dos requisitos legais, dirigida pelo interessado ao presidente da câmara municipal, permitindo-lhe após o pagamento das taxas devidas dar início ao exercício da respetiva atividade;

ac) «Mobiliário urbano», as coisas instaladas, projetadas ou apoiadas no espaço público, destinadas a uso público, que prestam um serviço coletivo ou que complementam uma atividade, ainda que de modo sazonal ou precário;

ad) «Ocupação periódica» - aquela que se efetua no espaço público, por períodos ocasionais;

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

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

- ag*) «Placa», o suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não excede 1,50 m;
- ah*) «Prestação de serviços de restauração ou de bebidas com carácter não sedentário», a prestação, mediante remuneração, de serviços de alimentação ou de bebidas em unidades móveis ou amovíveis, tais como tendas de mercado e veículos para venda ambulante, ou em instalações fixas onde se realizem menos de 10 eventos anuais;
- ai*) «Propaganda eleitoral» – toda a atividade que vise diretamente promover candidaturas, seja atividade 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 atividade;
- aj*) «Propaganda política» - atividade de natureza ideológica ou partidária de cariz não eleitoral que visa diretamente promover os objetivos desenvolvidos pelos seus subscritores;
- ak*) «Publicidade sonora», a atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária;
- al*) «Publicidade» - qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, desde que produzida com fins lucrativos e desde que tenha como objetivo promover o fornecimento, consumo ou aquisição de bens e serviços, incluindo direitos e obrigações;
- am*) «Quiosque» - elemento de mobiliário urbano de construção aligeirada, composto, de um modo geral, por uma base, um balcão, o corpo e a proteção;
- an*) «Retalhista», a pessoa singular ou coletiva que exerce, de modo habitual e profissional, a atividade de comércio a retalho;
- ao*) «Sanefa», o elemento vertical de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;
- ap*) «Suporte publicitário», o meio utilizado para a transmissão de uma mensagem publicitária;
- aq*) «Tabuleta», o suporte não luminoso, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, que permite a afixação de mensagens publicitárias em ambas as faces;
- ar*) «Toldo», o elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas ou portas de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;
- as*) «Unidade móvel publicitária» - veículos utilizados como suportes de mensagens publicitárias;
- at*) «Venda à distância», o método de venda a retalho sem a presença física simultânea do fornecedor e do consumidor, em que a oferta ao consumidor e a celebração do contrato são efetuadas através de uma ou mais técnicas de comunicação à distância, nomeadamente Internet, telefone, correio;
- au*) «Venda ao domicílio», o método de venda a retalho, em que o contrato é proposto, pelo vendedor ou seus representantes, e concluído no domicílio do consumidor ou: *i*) No seu local de trabalho; *ii*) Em

reuniões em que a oferta de bens é promovida através de demonstração realizada perante um grupo de pessoas reunidas no domicílio de uma delas, a pedido do fornecedor ou seu representante, sem que tenha havido prévio pedido expresso por parte do consumidor; *iii*) Durante deslocações organizadas pelo fornecedor ou seu representante; *iv*) No local indicado pelo fornecedor, ao qual o consumidor se desloque, por sua conta e risco, na sequência de uma comunicação comercial feita pelo fornecedor ou pelos seus representantes;

av) «Venda automática», o método de venda a retalho sem a presença física simultânea do fornecedor e do consumidor, que consiste na colocação de um bem à disposição do consumidor para que este o adquira mediante a utilização de qualquer tipo de mecanismo e pagamento antecipado do seu custo;

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

Artigo 4.º

Zona Classificada de Angra do Heroísmo

1. Sem prejuízo do disposto nos números seguintes, o licenciamento da publicidade situada na Zona Classificada de Angra do Heroísmo e respetiva área de proteção encontra-se sujeito às disposições do regime jurídico aplicável à proteção e valorização do património cultural da Zona Classificada da Cidade de Angra do Heroísmo e, subsidiariamente, às previstas no presente regulamento.

2. A colocação de publicidade no interior da zona classificada e sua zona de proteção, para além do que esteja estabelecido no plano de pormenor de salvaguarda, obedece às seguintes regras:

a) Os anúncios, toldos e outros materiais publicitários fixos aos imóveis devem ser elementos de valorização da fachada, não se lhe sobrepondo nem a recobrando excessivamente;

b) Os materiais publicitários devem ser sugestivos e possuir carácter individualizado, por forma a contribuir para o enriquecimento do ambiente urbano;

c) Cada estabelecimento comercial só pode possuir um toldo reto retráctil com sanefa na frente, um anúncio paralelo e apenso à fachada ou um anúncio em bandeira, por cada fachada confinante diretamente com a via pública;

d) Exceto quando se demonstre que tal seja impossível, os elementos a que se refere o número anterior devem ser sempre colocados e fixados abaixo da cota do pavimento do 1.º andar e nunca fixos a elementos arquitetónicos significativos da composição da fachada, como sejam as varandas;

e) Os toldos devem ter como cor base o branco, uma projeção máxima de 1 m quando totalmente estendidos, não podendo exceder os 3 m medidos na sua dimensão máxima paralela à fachada;

f) Os anúncios devem ser executados em materiais duradouros, resistentes e de boa qualidade estética, tais como madeira envernizada ou pintada, aço inoxidável polido ou escovado, ferro fundido, cobre ou latão;

g) Não são permitidos anúncios construídos em caixa de material plástico ou alumínio, aceitando-se apenas a utilização de acrílico em situações excecionais devidamente justificadas e quando de elevada qualidade estética;

- h) As dimensões dos anúncios devem ser ajustadas aos condicionalismos do local, por forma a não possuírem dimensões exageradas nem se sobreporem à leitura da composição da fachada do imóvel;
- i) Os anúncios devem ser iluminados por um ponto de luz exterior e não possuir luz própria, em caixa ou semelhante;
- j) Em situações excepcionais, poderá ser autorizada a utilização de tubos ou outros elementos fluorescentes, tais como néon ou similares;
- k) Os anúncios não podem possuir elementos dinâmicos de iluminação, como sejam iluminação intermitente ou de cor ou intensidade variáveis;
- l) Não são permitidas as grandes manchas de informação com dimensões exageradas em toldos ou em anúncios;
- m) A publicidade de produtos ou marcas em toldos ou anúncios colocados no exterior do imóvel apenas poderá ser aceite quando se trate de lojas em regime de *franchising* e exclusivamente para o produto ou marca base;
- n) As farmácias, caixas bancárias automáticas e outros equipamentos ou instalações que devam ser especialmente assinalados para fácil localização podem beneficiar de formas específicas de anúncio a aprovar, para cada categoria, pela Câmara Municipal de Angra do Heroísmo.

3. O disposto no número anterior não se aplica a painéis informativos, elementos de mobiliário urbano para informação e dispositivos similares de informação ao público quando não tenham intuítos de publicidade comercial nem a painéis eletrónicos e dispositivos similares, mesmo que com intuítos de publicidade comercial, colocados no interior de montras, portas ou outros espaços privativos de estabelecimentos comerciais de qualquer natureza.

Artigo 5.º

Condicionamentos à publicidade e propaganda

1. É proibida a ocupação do domínio público e a afixação, inscrição ou distribuição de mensagens publicitárias ou de propaganda que, por si ou através dos meios ou suporte que utilizam, sejam suscetíveis de:
- a) Violar qualquer norma legal ou regulamentar aplicável em razão da matéria, do lugar ou do tempo, nomeadamente as respeitantes à segurança de pessoas e bens, à proteção contra o ruído excessivo e à boa gestão dos resíduos;
 - b) Afetar a estética ou o ambiente dos lugares e da paisagem ou provocar a obstrução de perspetivas panorâmicas;
 - c) Prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, regionais e municipais de edifícios de interesse público ou outros passíveis de classificação pelas entidades públicas;
 - d) Afetar a saúde e bem-estar das pessoas, designadamente por produzir níveis de ruído acima dos legalmente admissíveis;
 - e) Prejudicar a qualidade das áreas verdes no que respeita à sua conservação;

- f) Não assegurar o correto enquadramento dos elementos de publicidade ou propaganda no edifício, nomeadamente quanto a cores, forma, dimensões, proporções, escala e materiais;
 - g) Causar prejuízos a terceiros;
 - h) Prejudicar ou dificultar a circulação de veículos de socorro e emergência.
 - i) Apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os da sinalização de trânsito e placas toponímicas ou prejudicar a sua visibilidade;
 - j) Prejudicar a circulação rodoviária e pedonal, designadamente de pessoas com mobilidade reduzida;
 - k) Prejudicar o acesso a edifícios, jardins e praças;
 - l) Dificultar o acesso e ação das entidades competentes às redes de infraestruturas, para efeitos de manutenção ou conservação.
2. É proibida a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias ou de propaganda em qualquer bem sem o consentimento dos seus proprietários, possuidores ou detentores.
3. É proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ou de propaganda, seja qual for o suporte que utilizem, em bens ou espaços afetos ao domínio público, designadamente edifícios públicos, edifícios onde funcionem serviços públicos, templos, cemitérios, espaços verdes, sinais de trânsito e elementos de mobiliário urbano.
4. É proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ou de propaganda em locais, edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico.
5. Não é permitida a publicidade ou propaganda que utilize panfletos ou meios semelhantes projetados ou lançados por meios de transporte terrestres ou aéreos.

Artigo 6.º

Proibição da utilização de materiais impressos não biodegradáveis

1. Atento o disposto no n.º 2 do artigo 4.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, com a redação que lhe foi dada pela Lei n.º 23/2000, de 23 de agosto, é proibida a utilização, em qualquer caso, de materiais não biodegradáveis na afixação e inscrição de mensagens de publicidade ou propaganda.
2. No que respeita à publicidade comercial, o disposto no número anterior não prejudica a utilização de sacos e materiais similares, desde que cumpridos os requisitos legais e regulamentares que lhes sejam especificamente aplicáveis, e a utilização de materiais sintéticos e metálicos em suportes e mensagens publicitárias de carácter permanente e em faixas, letras soltas ou símbolos, sanefas, bandeiras, pendões, pilaretes, tabuletas, toldos e dispositivos semelhantes.

Capítulo II

Publicidade comercial e ocupação do espaço público

Artigo 7.º

Licenciamento prévio

1. Sem prejuízo do disposto no presente artigo, o exercício de atividade publicitária, em qualquer das suas modalidades, e o funcionamento de agências de publicidade é livre e não sujeito qualquer forma de licença ou registo municipal.

2. A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial e a utilização do domínio público no concelho de Angra do Heroísmo depende do prévio licenciamento da Câmara Municipal, sem prejuízo do disposto nos números seguintes.

3. Sem prejuízo do disposto nos artigos 5.º e 6.º, não estão sujeitas a licenciamento, a autorização, a autenticação, a validação, a certificação, a atos emitidos na sequência de comunicações prévias com prazo, a registo ou a qualquer ato permissivo, incluindo a mera comunicação prévia, as mensagens publicitárias que se insiram numa das seguintes categorias:

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

b) A distribuição manual de folhetos, prospectos, jornais, brochuras e outras formas similares de publicidade ou propaganda impressa, quando não ocupe espaço do domínio público;

c) A realização de campanhas publicitárias de rua quando não envolvam meios de amplificação sonora;

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

e) As mensagens publicitárias de natureza comercial que ocupam o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento.

4. Consideram-se enquadrados na alínea c) do n.º 3 do presente artigo, e como tal isentos de licenciamento, as seguintes situações:

a) As mensagens publicitárias inscritas ou afixadas no próprio bem quando anunciem a intenção de venda, aluguer ou arrendamento, mesmo que essa mensagem contenha inscrição identificando a entidade responsável pela venda, aluguer ou arrendamento;

b) As mensagens publicitárias colocadas em veículos de que a entidade anunciante seja proprietária ou legítima possuidora ou detentora, quando a mensagem publicite os sinais distintivos do comércio do respetivo estabelecimento ou do titular da exploração, incluindo endereços, endereços eletrónicos e

números de telefone, ou esteja relacionada com bens ou serviços comercializados pela entidade proprietária do veículo;

c) As mensagens publicitárias e de informação pública associadas à realização de obras de construção civil, públicas ou privadas, incluindo as referentes aos projetistas e outros prestadores de serviços à obra em causa, quando inscritas ou afixadas no imóvel objeto da obra ou nos andaimes, tapumes, gruas ou outras estruturas ou equipamentos diretamente relacionados com a obra.

5. O disposto nos números anteriores não prejudica a obrigação do cumprimento dos critérios sobre a utilização do domínio público e das normas de proteção ao património classificado a que se refere o artigo 4.º e a proibição constante do artigo 6.º, ambos do presente regulamento.

Artigo 8.º

Dispensa de licenciamento

1. Sem prejuízo do estabelecido no artigo anterior, não carecem de licenciamento municipal:

a) Os dizeres que resultem de imposição legal, nomeadamente, as placas colocadas em execução do regime jurídico da urbanização e da edificação;

b) As mensagens de informação pública, qualquer que seja a sua natureza ou suporte, da responsabilidade direta da administração central, regional, autónoma e do Município, Juntas de Freguesia do concelho de Angra do Heroísmo;

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

d) A ocupação do domínio público com floreiras e tapetes na área contígua à fachada do estabelecimento, desde que cumpridas as regras de segurança;

e) Os anúncios relativos a serviços de transportes públicos de passageiros, incluindo as mensagens informativas relativas a frequência, horários e normas de utilização;

f) Os anúncios destinados à identificação e localização de farmácias e para-farmácias, de consultórios médicos e de prestadores de serviços paramédicos, de fisioterapia ou outros serviços de saúde, desde que especifiquem apenas os titulares, horário de funcionamento e, quando for caso disso, especializações;

g) Chapas identificativas de escritórios de advogados, desde que com a simples menção do nome e horas de expediente;

h) Chapas identificativas de serviços públicos de qualquer natureza;

i) Chapas identificativas de instituições particulares de solidariedade social e de organismos religiosos

j) As indicações de marca, preço ou qualidade, quando colocados em artigos à venda, incluindo quando afixadas a viaturas para venda ou troca.

2. Não carecem igualmente de licenciamento municipal as instalações de publicidade em suporte publicitário concessionado pelo Município.

Artigo 9.º

Procedimentos dos regimes de comunicação prévia

1. A «mera comunicação prévia» e a «comunicação prévia com prazo» são submetidas pelas vias estabelecidas pelo Decreto Legislativo Regional n.º 38/2012/A, de 18 de setembro, que regula o livre acesso e exercício de atividades económicas na Região Autónoma dos Açores, e seus regulamentos.
2. O regime de comunicação prévia com prazo obedece aos seguintes procedimentos:
 - a) O início do exercício da atividade depende de despacho de deferimento do presidente da Câmara Municipal e do pagamento das taxas devidas;
 - b) Há lugar a deferimento tácito sempre que o presidente da Câmara Municipal não se pronuncie no prazo de 10 dias úteis, contado a partir da subscrição da comunicação;
 - c) Verificado o deferimento tácito e pagas as taxas devidas, o interessado pode dar início à atividade.

Artigo 10.º

Instrução do pedido de licenciamento

1. O pedido de licenciamento, a que se refere o n.º 2 do artigo 7.º, deve ser solicitado mediante requerimento dirigido ao presidente da Câmara Municipal, com a antecedência mínima de 10 dias úteis em relação à data pretendida para o início da atividade.
2. O requerimento, a submeter mediante o preenchimento de formulário adequado a disponibilizar no portal do Município na Internet ou no balcão de atendimento do Município, deve conter as seguintes informações:
 - a) O nome ou designação, número de identificação fiscal, residência ou sede do requerente, contacto telefónico, endereço eletrónico e a indicação da qualidade em que requer a licença;
 - b) A indicação do tipo de publicidade ou ocupação pretendida;
 - c) A indicação exata do local de ocupação e do meio ou suporte a utilizar, bem como a identificação da mensagem publicitária;
 - d) O período pretendido para a licença.
3. Ao requerimento deve ser junto:
 - a) Memória descritiva, com indicação dos materiais, formas e cores utilizados;
 - b) Indicação das dimensões da ocupação ou utilização do espaço público, quando aplicável;
 - c) Fotomontagem indicando o local previsto para a afixação ou ocupação;
 - d) Plantas de localização, com indicação do local previsto;
 - e) Outros documentos que se considerem relevantes para esclarecer a pretensão.
4. O requerente deve ainda apresentar documento comprovativo da legitimidade para a prática do ato ou autorização do proprietário do bem ou bens, ou da assembleia de condóminos quando aplicável.
5. Na falta de apresentação de qualquer dos elementos instrutórios referidos nos números anteriores, os mesmos são solicitados ao requerente para que os junte ao processo, no prazo de 15 dias, sob pena de rejeição liminar do requerimento.

Artigo 11.º

Licenciamento cumulativo

Nos casos em que a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ou a ocupação de domínio público exija a execução de obras de construção civil sujeitas a licença, deve esta ser requerida cumulativamente, nos termos legais e regulamentares aplicáveis.

Artigo 12.º

Título da licença

1. A licença é sempre concedida a título precário, pelo prazo constante no respetivo título, não podendo o período de validade ser superior a dois anos.
2. Quando sujeita a licença, a ocupação do espaço público ou a difusão da mensagem só pode ser efetuada após a emissão do respetivo título, o qual apenas é emitido depois de pagas as taxas devidas.
3. A entrada de requerimento ou comunicação prévia com prazo, não garante qualquer direito ao requerente ou comunicante no que respeita ao início da ocupação ou utilização do domínio público municipal.
4. O comprovativo eletrónico de entrega das meras comunicações prévias, das comunicações prévias com prazo e das demais comunicações previstas no presente regulamento, acompanhado do comprovativo do pagamento das quantias eventualmente devidas, são, para todos os efeitos, prova suficiente do cumprimento dessas obrigações.

Artigo 13.º

Condições de indeferimento

1. Constituem motivos de indeferimento do pedido de licenciamento ou de renovação da licença:
 - a) Não se enquadrar nas disposições legais em vigor e nos critérios estabelecidos no presente regulamento;
 - b) A decisão, proferida há menos de dois anos, que aplique ao requerente ou comunicante coima por infração ao disposto no presente regulamento;
 - c) A reincidência, durante o prazo de dois anos, na não remoção dos suportes publicitários, quando a mesma tenha sido exigida nos termos do presente regulamento.
2. A deliberação de indeferimento do pedido de licenciamento ou de renovação da licença deve ser fundamentada de facto e de direito e notificada ao requerente ou comunicante.

Artigo 14.º

Renovação da licença

1. As licenças consideradas renováveis podem ser automática e sucessivamente renovadas, mediante o pagamento da respetiva taxa, salvo se:
 - a) A Câmara Municipal notificar, por escrito, o titular, de decisão diferente, com a antecedência mínima de 30 dias antes do termo do prazo respetivo;

b) O titular comunicar por escrito à Câmara Municipal e no prazo de 30 dias, a intenção de não renovar a licença.

2. Para efeitos da alínea b) do número anterior será também considerado o regime de comunicação através dos serviços competente em matéria dos regimes de comunicação prévia a que se refere o artigo 9.º do presente regulamento.

3. Os licenciamentos renovam-se nas mesmas condições e termos em que foram emitidos, sem prejuízo da atualização do valor da taxa a que haja lugar.

4. A não comunicação no prazo de 30 dias, prevista na alínea b) do n.º 1, não desonera o titular do pagamento da taxa de renovação.

Artigo 15.º

Caducidade

O direito de utilização ou ocupação do espaço público, adquirido nos termos dos regimes contemplados no presente regulamento, caduca nas seguintes situações:

- a) Por morte, declaração de insolvência, falência ou outra forma de extinção do titular;
- b) Por perda pelo titular do direito ao exercício da atividade a que se reporta a licença;
- c) Se o titular comunicar à Câmara Municipal, que não pretende a sua renovação;
- d) Se a Câmara Municipal, proferir decisão no sentido da não renovação;
- e) Se o titular não proceder ao pagamento das taxas, dentro do prazo fixado para o efeito;
- f) Por término do prazo solicitado.

Artigo 16.º

Mudança de titularidade

1. O pedido de mudança da titularidade da licença de ocupação do espaço público apenas pode ser deferido se se verificarem, cumulativamente, as seguintes condições:

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

2. Pela mudança de titularidade, o novo titular fica autorizado, após o pagamento da correspondente taxa, à ocupação ou utilização do espaço público até ao fim do prazo de duração da licença a que estava autorizado o anterior titular.

Artigo 17.º

Revogação da licença

1. A licença de ocupação do espaço público é revogada sempre que se verifique alguma das seguintes situações:

- a) O titular não proceda à ocupação no prazo e nas condições estabelecidas;

b) O titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito, ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado pelo licenciamento;

c) Sempre que imperativos de ordem legal ou de interesse público assim o imponham.

2. No caso de revogação de licença, nos termos das alíneas a) e b) do número anterior, o Município fica desonerado do dever de restituição das taxas pagas.

Artigo 18.º

Obrigações gerais do titular

1. O titular da licença fica vinculado às seguintes obrigações:

a) Manter o local em boas condições de conservação, higiene e segurança;

b) Respeitar as condições de ocupação autorizadas, mantendo os elementos e a demarcação do espaço tal como foram aprovados;

c) Afixar no suporte publicitário o número de registo atribuído ao meio ou suporte, juntamente com a identificação do titular da licença;

d) Não proceder à transmissão da licença a outrem, salvo mudança de titularidade devidamente autorizada nos termos do artigo 16.º;

e) Não ceder ocasionalmente a licença a outrem;

f) Ter sempre disponível o título de licença para apresentação às autoridades fiscalizadoras;

g) Repor a situação existente no local tal como se encontrava à data do deferimento, findo o prazo da respetiva licença;

h) Reparar de imediato quaisquer danos públicos ou privados resultantes da ocupação do espaço público.

Artigo 19.º

Ocupação ou utilização indevida do espaço público

1. No caso de caducidade ou de revogação do direito de ocupação ou utilização do espaço público, deve o respetivo titular proceder à remoção dos objetos utilizados, no prazo de 10 dias, contados, respetivamente, do termo do prazo deferido ou da notificação do ato de revogação.

2. Caso o responsável ou o infrator não tenha procedido à remoção, dentro do prazo fixado, pode a Câmara Municipal proceder à respetiva execução, sendo este obrigado ao pagamento das despesas em que a autarquia tenha incorrido com a remoção.

3. Sem prejuízo do disposto nos números anteriores, a Câmara Municipal pode ordenar a remoção dos objetos de ocupação sempre que se verifique qualquer das seguintes circunstâncias:

a) Ocupação ou utilização do espaço público sem título de licença ou em desacordo com os critérios definidos no anexo constante do presente regulamento;

b) Desrespeito das condições impostas para a ocupação ou utilização do espaço público.

Artigo 20.º

Exploração exclusiva de publicidade

1. A Câmara Municipal, por deliberação, pode conceder a exploração exclusiva da publicidade em determinado mobiliário urbano, após realização de procedimento de concessão adequado nos termos legais aplicáveis.
2. Na concessão do exclusivo de exploração publicitária são ponderados, designadamente, a adequação estética do suporte publicitário e do mobiliário urbano à envolvente, bem como as contrapartidas para o Município.

Artigo 21.º

Taxas

1. As taxas devidas são as estabelecidas no «Regulamento Municipal de Taxas de Angra do Heroísmo», as quais são divulgadas no portal do Município na Internet e nos serviços competentes para a receção de instrumentos de mera comunicação prévia e de comunicação prévia com prazo.
2. No caso da mera comunicação prévia e da comunicação prévia com prazo, a liquidação do valor das taxas é efetuada nos termos legalmente fixados, sendo o respetivo pagamento efetuado por meios eletrónicos.

Capítulo III

Afixação de propaganda política e eleitoral

Artigo 22.º

Princípios gerais

1. Sem prejuízo do disposto nos artigos 5.º e 6.º no n.º 2 do artigo seguinte, a localização e afixação de propaganda política e eleitoral deve respeitar a envolvente urbana, numa perspetiva de qualificação do espaço público e de respeito pelas normas em vigor sobre a proteção do património arquitetónico, do meio urbanístico, ambiental e paisagístico.
2. Para além dos locais para o efeito disponibilizados, nos termos do n.º 1 do artigo seguinte, é livre a afixação de propaganda política e eleitoral em qualquer outro local desde que cumpridos os requisitos estabelecidos na lei e no presente regulamento.
3. O disposto no número anterior não se aplica no interior da Zona Classificada de Angra do Heroísmo e nas zonas de proteção aos edifícios classificados existentes fora do seu perímetro, sendo aí proibida a afixação de propaganda política e eleitoral fora dos espaços especificamente para tal destinados.

Artigo 23.º

Locais de afixação

1. Sem prejuízo do disposto no número seguinte, a afixação de propaganda política é garantida nos locais para o efeito disponibilizados pela Câmara Municipal e devidamente identificados por via de edital.
2. A afixação de propaganda não é permitida sempre que:
 - a) Afete a segurança das pessoas ou bens, nomeadamente, na circulação rodoviária;

- b) Prejudique a circulação dos peões, designadamente das pessoas com mobilidade reduzida;
- c) Cause prejuízos a terceiros;
- d) Provoque obstrução de perspetivas panorâmicas ou afete a estética ou o ambiente dos lugares ou paisagem;
- e) Prejudique a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de ser classificados pelas entidades públicas;
- f) Apresente disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os de sinalização de tráfego.

Artigo 24.º

Regras de afixação

1. Os locais disponibilizados pela Câmara Municipal, nos termos do n.º 1 do artigo anterior, podem ser livremente utilizados para o fim a que se destinam.
2. Para efeito do disposto no número anterior, devem ser observadas pelos utentes, de modo a que possa garantir-se uma equitativa utilização dos locais, as seguintes regras:
 - a) O período de duração da afixação das mensagens não pode ultrapassar 30 dias, no caso de serem afixadas nos locais disponibilizados pela Câmara Municipal, devendo as mesmas ser removidas no termo desse prazo, salvo em situações de campanha ou pré-campanha eleitoral;
 - b) Quando afixadas nos locais referidos no n.º 1, não podem ser ocupados, simultaneamente, mais de 50% dos locais ou espaços com propaganda proveniente da mesma entidade.
3. Com vista a garantir o cumprimento das regras definidas no presente regulamento, os partidos ou similares devem informar a Câmara Municipal sobre a data duração e local de afixação.

Artigo 25.º

Remoção da propaganda

1. Os partidos ou forças políticas concorrentes devem remover a propaganda eleitoral afixada nos locais que lhes foram atribuídos até ao quinto dia útil subsequente ao ato eleitoral.
2. A propaganda política não contemplada no número anterior deve ser removida após o termo dos prazos referidos na alínea a) do n.º 2 do artigo 24.º ou no terceiro dia útil após a realização do evento a que se refere.
3. Quando não procedam à remoção voluntária nos prazos referidos nos números anteriores, a Câmara Municipal pode proceder à remoção coerciva, imputando os custos às respetivas entidades.
4. A Câmara Municipal não se responsabiliza por eventuais danos que possam advir dessa remoção para os titulares dos meios ou suportes.

Capítulo IV

Ocupação do domínio público

Artigo 26.º

Princípios gerais de ocupação do espaço público

Sem prejuízo das regras específicas aplicáveis à Zona Classificada de Angra do Heroísmo e à sua zona de proteção e à zona de proteção dos imóveis classificados, a ocupação do espaço público não pode prejudicar:

- a) A saúde, a segurança e o bem-estar de pessoas, designadamente por ultrapassar níveis de ruído acima dos admissíveis por lei;
- b) O acesso a edifícios, jardins e praças;
- c) A segurança e comodidade da circulação rodoviária e pedonal, designadamente de pessoas com mobilidade reduzida;
- d) A qualidade das áreas verdes e dos restantes espaços públicos, designadamente por contribuir para a sua degradação ou por dificultar a sua conservação;
- e) A eficácia da iluminação pública;
- f) A eficácia da sinalização de trânsito;
- g) A utilização de outro mobiliário urbano;
- h) A ação dos concessionários que operam à superfície ou no subsolo;
- i) O acesso ou a visibilidade de imóveis classificados ou em vias de classificação ou onde funcionem estabelecimentos de saúde, de ensino ou outros serviços públicos, locais de culto, impérios, cemitérios, elementos de estatuária e arte pública, fontes, fontanários e chafarizes;
- j) Os direitos legal ou contratualmente consignados de terceiros.

Artigo 27.º

Princípios gerais de inscrição e afixação de publicidade

1. Com exceção dos imóveis integrados na Zona Classificada de Angra do Heroísmo e sua zona de proteção, na qual é aplicável o disposto no artigo 4.º, em edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, designadamente nos imóveis classificados e em vias de classificação, é proibida a afixação de publicidade, propaganda ou outro qualquer tipo de mensagem, independentemente do suporte, salvo se a mensagem se circunscrever à identificação da atividade exercida no imóvel ou daquele que a exerce.

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, colagem ou afixação de cartazes nas fachadas dos edifícios ou em qualquer outro mobiliário urbano;

c) Suportes que excedam a frente do estabelecimento.

3. A publicidade sonora deve respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas, nomeadamente pelo Decreto Legislativo Regional n.º 23/2010/A, de 30 de junho.

4. A afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias não pode prejudicar a segurança de pessoas e bens, designadamente:

a) Afetar a iluminação pública, nomeadamente pelo encobrimento ou criação de zonas de sombra;

b) Prejudicar a visibilidade de placas toponímicas, semáforos e sinais de trânsito;

c) Afetar a circulação de peões, especialmente das pessoas com mobilidade reduzida.

Artigo 28.º

Deveres dos titulares dos suportes publicitários

Constituem deveres do titular dos suportes publicitários instalados em espaço público:

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

b) Conservar o suporte, bem como a mensagem, em boas condições de conservação e segurança;

c) Manter as mensagens publicitárias em boas condições de conservação ou o painel em branco ou outra cor uniforme quando o espaço não esteja ocupado;

d) Eliminar quaisquer danos em bens públicos resultantes da afixação ou inscrição da mensagem publicitária.

Artigo 29.º

Esplanadas

1. Sem prejuízo do disposto no número seguinte, a instalação de esplanadas apenas é permitida quando se verifique uma das seguintes condições:

a) O local onde a instalação seja uma via fechada ao trânsito automóvel ou uma praça ou outro recesso exclusivamente pedonal;

b) O local seja uma área com passeio com largura superior a 5 m;

c) A esplanada esteja instalada numa área reservada ao estacionamento automóvel especificamente desafetada desse uso.

2. Na instalação de uma esplanada aberta devem ser respeitadas, cumulativamente, as seguintes condições:

a) Ser contígua à fachada do respetivo estabelecimento;

b) A ocupação transversal não pode exceder em 25% a largura da fachada do respetivo estabelecimento;

- c) Deixar um espaço igual ou superior a 0,90 m em toda a largura do vão de porta, para garantir o acesso livre e direto à entrada do estabelecimento;
 - d) Não alterar a superfície do passeio onde é instalada, sem prejuízo do disposto no artigo seguinte;
 - e) Não ocupar mais de 50 % da largura do passeio onde seja instalada;
 - f) Garantir um corredor para peões de largura igual ou superior a 1,5 m contados:
 - i) A partir do limite externo do passeio, em passeio sem caldeiras;
 - ii) A partir do limite interior ou balanço do respetivo elemento mais próximo da fachada do estabelecimento, em passeios com caldeiras ou outros elementos ou tipos de equipamento urbano.
3. Os proprietários, os concessionários ou os exploradores de estabelecimentos são responsáveis pelo estado de limpeza dos passeios e das esplanadas abertas na parte ocupada e na faixa contígua de 3 m.
4. O mobiliário urbano utilizado como componente de uma esplanada aberta deve cumprir os seguintes requisitos:
- a) Ser instalado exclusivamente na área comunicada de ocupação da esplanada;
 - b) Ser próprio para uso no exterior e de uma cor adequada ao ambiente urbano em que a esplanada está inserida;
 - c) Os guarda-sóis serem instalados exclusivamente durante o período de funcionamento da esplanada e suportados por uma base que garanta a segurança dos utentes;
 - d) Quando sejam instalados, os aquecedores verticais serem próprios para uso no exterior e respeitarem as condições de segurança.
5. Nos passeios com paragens de veículos de transportes coletivos de passageiros não é permitida a instalação de esplanada aberta numa zona de 5 m para cada lado da paragem, exceto se o corredor para peões tiver largura igual ou superior a 3,5 m, contados nos termos da alínea f) do n.º 2.
6. Quando haja ocupação de espaço público previamente concessionado para estacionamento, apenas poderá ser autorizada a instalação quando obtida a anuência do concessionário e mediante o pagamento da quantia que contratualmente seja fixada.

Artigo 30.º

Condições de instalação de estrados

1. É permitida a instalação de estrados como apoio a uma esplanada ou outra estrutura instalada em espaço público, quando o desnível do pavimento ocupado pela esplanada ou estrutura for superior a 5 % de inclinação.
2. Os estrados devem ser amovíveis e construídos, preferencialmente, em módulos de madeira.
3. Os estrados devem garantir a acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida, nos termos legais aplicados.
4. Os estrados não podem exceder a cota máxima da soleira da porta do estabelecimento respetivo ou 0,25 m de altura face ao pavimento.

5. Sem prejuízo da observância das regras estipuladas no artigo 27.º, na instalação de estrados dever ser salvaguardadas as condições de segurança da circulação pedonal, sobretudo a acessibilidade das pessoas com mobilidade reduzida, nos termos da legislação em vigor.

Artigo 31.º

Guarda-ventos e outros dispositivos de abrigo

1. Os guarda-ventos e dispositivos de abrigo semelhantes, mesmo quando recobertos para evitar a chuva, devem ser amovíveis.

2. A instalação de guarda-ventos e dispositivos de abrigo similares deve ser feita nas seguintes condições:

- a) Junto de esplanadas, perpendicularmente ao plano marginal da fachada;
- b) Não ocultar referências de interesse público, nem prejudicar a segurança, salubridade e boa visibilidade local ou as árvores porventura existentes;
- c) Não prejudicar a iluminação pública;
- d) Não ter elementos verticais que excedam 2,5 m de altura contados a partir do solo;
- e) Não exceder 5 m de avanço, nunca podendo exceder o avanço total da esplanada na qual está instalado;
- f) Garantir no mínimo 0,05 m de distância do seu plano inferior ao pavimento, desde que não tenha ressaltos superiores a 0,02 m;
- g) Utilizar vidros inquebráveis ou materiais sintéticos similares, lisos e transparentes, que não excedam uma altura de 1,5 m e e uma largura de 3 m;
- h) A parte opaca inferior do guarda-vento ou abrigo, quando exista, não pode exceder 0,60 m contados a partir do solo.

3. Na instalação de um guarda-vento ou abrigo similar deve ainda respeitar-se uma distância igual ou superior a:

- a) 0,80 m entre o guarda-vento ou abrigo e outros estabelecimentos, montras e acessos;
- b) 2 m entre o guarda-vento ou abrigo e outro mobiliário urbano.

Artigo 32.º

Condições de instalação de expositores

1. Por cada estabelecimento é permitido apenas um expositor, instalado exclusivamente durante o seu horário de funcionamento.

2. O expositor apenas pode ser instalado em passeios com largura igual ou superior a 2 m, devendo respeitar as seguintes condições de instalação:

- a) Ser contíguo ao respetivo estabelecimento;
- b) Reservar um corredor de circulação de peões igual ou superior a 1,50 m entre o limite exterior do passeio e o prédio;
- c) Não prejudicar o acesso aos edifícios contíguos;

- d) Não exceder 1,50 m de altura a partir do solo;
- e) Reservar uma altura mínima de 0,20 m contados a partir do plano inferior do expositor ao solo ou 0,40 m quando se trate de um expositor de produtos alimentares;
- f) Não exceder 0,20 m de avanço, contado a partir do plano da fachada do edifício.

Artigo 33.º

Condições de instalação de vitrinas

Na instalação de vitrinas devem ser respeitadas as seguintes condições:

- a) Não se sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas ou a outros elementos com interesse arquitetónico e decorativo;
- b) A altura da vitrina em relação ao solo deve ser igual ou superior a 1,40 m;
- c) Não exceder 0,15 m de balanço em relação ao plano da fachada do edifício.

Artigo 34.º

Condições de instalação de arcas ou máquinas de gelados e brinquedos mecânicos

1. Na instalação de arcas ou máquinas de gelados e equipamentos similares e de brinquedos mecânicos devem ser respeitadas as seguintes condições:

- a) A instalação ser contígua à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
- b) Não exceder 1 m de avanço, contado a partir do plano da fachada do edifício;
- c) Deixar livre um corredor no passeio com uma largura não inferior a 1,50 m.

2. Por cada estabelecimento é permitido apenas um brinquedo mecânico ou equipamento similar, servindo exclusivamente como apoio ao estabelecimento.

3. Devem ser tomadas as medidas necessárias para que os equipamentos sejam facilmente detetados por pessoas com dificuldades na visão.

Artigo 35.º

Condições de instalação e manutenção de floreiras

- 1. A floreira deve ser instalada junto à fachada do respetivo estabelecimento.
- 2. As plantas utilizadas nas floreiras não podem ter espinhos ou bagas venenosas.
- 3. O titular do estabelecimento a que a floreira pertença deve proceder à sua limpeza, rega e substituição das plantas, sempre que necessário.
- 4. É proibida a manutenção de floreiras sem plantas, ficando o proprietário a remover a floreira do espaço público sempre que ela não esteja ocupada por plantas ornamentais em bom estado vegetativo.
- 5. Devem ser tomadas as medidas necessárias para que as floreiras sejam facilmente detetadas por pessoas com dificuldades na visão.

Artigo 36.º

Condições de instalação e manutenção de contentores para resíduos

1. O contentor para resíduos deve ser instalado contiguamente ao respetivo estabelecimento, servindo exclusivamente para seu apoio.
2. Sempre que o contentor para resíduos se encontre cheio deve ser imediatamente limpo ou substituído.
3. A instalação de um contentor para resíduos no espaço público não pode causar qualquer perigo para a higiene e limpeza do espaço.
4. O contentor para resíduos deve estar sempre em bom estado de conservação, nomeadamente no que respeita a pintura, higiene e limpeza.

Artigo 37.º

Condições de instalação de suportes publicitários

1. A instalação de um suporte publicitário deve respeitar as seguintes condições:
 - a) A dimensão do suporte publicitário não poderá exceder 0,60 m de largura, 0,60 m de implantação e 1,20 m de altura;
 - b) Deverá deixar livre um espaço de circulação com pelo menos 2 m de largura.
2. Em passeios com largura igual ou inferior a 2 m não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que se projetem sobre o espaço público, com exceção de bandeirolas e tabuletas cujo bordo inferior se localize a mais de 2,6 m acima do pavimento.
3. A instalação de *outdoors* e estruturas similares está sujeita às seguintes condições:
 - a) Em cada estrutura a área reservada à afixação de publicidade não pode exceder 8 m de largura por 3 m de altura;
 - b) Não podem constituir obstáculo à boa visibilidade de automobilistas e peões ou ocultar semáforos, sinais de trânsito ou placas de informação toponímica ou rodoviária;
 - c) Não podem ser instaladas mais do que cinco estruturas num raio de 100 m centrado em cada interseção rodoviária;
 - d) Não podem ser instaladas estruturas que ocultem vistas panorâmicas, monumentos, impérios, igrejas e outros imóveis de particular interesse;
 - e) Não podem reduzir a visibilidade a partir de janelas e outros vãos dos imóveis confinantes, incluindo as montras e estruturas similares.
4. É proibida a instalação de *outdoors* no interior da Zona Classificada de Angra do Heroísmo e na sua zona de proteção, com exceção das bermas das vias que servem de limite externo à zona de proteção.

Artigo 38.º

Afixação ou inscrição de publicidade em mobiliário urbano

1. É permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano cuja propriedade seja privada, devendo esta limitar-se ao nome comercial do estabelecimento,

a mensagem comercial relacionada com bens ou serviços comercializados no estabelecimento ou ao logótipo da marca comercial, não podendo exceder as dimensões de 0,40 m x 0,20 m por cada nome ou logótipo.

2. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial numa esplanada deve limitar-se ao nome comercial do estabelecimento, a mensagem comercial relacionada com bens ou serviços comercializados no estabelecimento ou ao logótipo da marca comercial, desde que afixados ou inscritos nas costas das cadeiras e nas abas pendentes dos guarda-sóis, com as dimensões máximas de 0,20 m x 0,10 m por cada nome ou logótipo.

Artigo 39.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 dentro dos respetivos estabelecimentos ou na via pública, cujo objetivo imediato seja atrair ou reter a atenção do público.
2. A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial apenas pode ocorrer:
 - a) No período compreendido entre as 09 h 00 m e as 20 h 00 m;
 - b) A uma distância mínima de 300 m de edifícios escolares, durante o seu horário de funcionamento, e de hospitais, cemitérios e locais de culto.
3. As restrições constantes do número anterior não são aplicáveis durante a realização de arraiais ou outras festividades para as quais tenha sido emitida licença especial de ruído, durante o período e no local definidos para o evento naquela licença.

Artigo 40.º

Condições e restrições de aplicação de chapas, placas e tabuletas

1. Em cada edifício, as chapas, placas ou tabuletas devem apresentar dimensão, cores, forma, volume, materiais e alinhamentos adequados à estética e composição da fachada do edifício.
2. A instalação das chapas deve fazer-se a uma distância do solo igual ou superior ao nível do piso do 1.º andar dos edifícios.
3. A instalação de uma placa deve respeitar as seguintes condições:
 - a) Não se sobrepor a gradeamentos ou zonas vazadas em varandas;
 - b) Não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas;
 - c) As dimensões máximas para as placas são de 1,50 m para o comprimento, 0,60 m para altura e 0,02 m para a espessura.
4. As placas só podem ser instaladas ao nível do rés-do-chão dos edifícios.
5. Não é permitida a instalação de mais de uma placa por cada fração autónoma ou fogo, não se considerando para o efeito as placas de proibição de afixação de publicidade.
6. 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 2,6 m;
- b) Não exceder o balanço de 1,0 m em relação ao plano marginal do edifício, exceto no caso de vias sem passeio, em que o balanço não excede 0,20 m;
- c) Deixar livre uma faixa de passeio com a dimensão mínima de 1,0 m;
- d) As dimensões máximas para as tabuletas são 0,80 m para o comprimento, 1,20 m para a altura e 0,02 m para a espessura;
- e) Deixar uma distância igual ou superior a 3 m entre tabuletas.

Artigo 41.º

Condições de instalação de bandeiras

- 1. As bandeiras devem permanecer oscilantes, só podendo ser colocadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado interior do poste.
- 2. A dimensão máxima das bandeiras deve ser de 0,60 m de comprimento e 1,00 m de altura.
- 3. A distância entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente da bandeira deve ser igual ou superior a 2 m.
- 4. A distância entre a parte inferior da bandeira e o solo deve ser igual ou superior a 3 m.
- 5. A distância entre bandeiras afixadas ao longo das vias deve ser igual ou superior a 25 m.

Artigo 42.º

Condições de aplicação de letras soltas ou símbolos

A aplicação de letras soltas ou símbolos devem apresentar dimensão, cores, forma, volume, materiais e alinhamentos adequados à estética e composição da fachada do edifício e respeitar as seguintes condições:

- a) Não exceder na sua maior dimensão 0,50 m e 0,15 m saliência;
- b) Não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas, sendo aplicados diretamente sobre o paramento das paredes;
- c) Ter em atenção a forma e a escala, de modo a respeitar a integridade estética dos edifícios.

Artigo 43.º

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

- 1. Os anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes devem apresentar dimensão, cores, forma, volume, materiais e alinhamentos adequados à estética e composição da fachada do edifício e ser colocados sobre as saliências das fachadas respeitando as seguintes condições:
 - a) O balanço total não pode exceder 1 m, deixando livre uma faixa de passeio com a dimensão mínima de 0,80 m;
 - b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser menor do que 2,60 m nem superior a 3,50 m.

2. As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados, sistemas eletrónicos ou semelhantes instalados nas fachadas de edifícios e em espaço público devem ficar, tanto quanto possível, encobertas e ser pintadas na cor de cinza escuro.

3. As dimensões máximas para os anúncios eletrónicos e semelhantes são de 0,80 m para o comprimento e a altura e de 0,20 m para a espessura.

Capítulo V

Fiscalização e regime sancionatório

Artigo 44.º

Fiscalização

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, incumbe a fiscalização do disposto no presente regulamento aos serviços municipais.

Artigo 45.º

Regime sancionatório

1. Sem prejuízo da punição pela prática de crime de falsas declarações e do disposto noutras disposições legais, constituem contraordenação:

a) A emissão de uma declaração a atestar o cumprimento das obrigações legais e regulamentares, ao abrigo do disposto na alínea d), do n.º 3 do artigo 12.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, que não corresponda à verdade, sendo punível com coima de € 500,00 a € 3500,00, tratando-se de pessoa singular, ou de € 1500,00 a € 25000,00 no caso de se tratar de pessoa coletiva;

b) A não realização das comunicações prévias previstas no n.º 1 do artigo 10.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, e a não sujeição a licenciamento das mensagens publicitárias de natureza comercial ou outras ocupações do espaço público cuja isenção não se encontre expressamente prevista, são puníveis com coima de € 350,00 a € 2500,00 tratando-se de pessoa singular, ou de € 1000,00 a € 7500,00 no caso de se tratar de pessoa coletiva;

c) A falta de algum elemento essencial da mera comunicação prévia prevista no n.º 1 do artigo 10.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, é punível com coima de € 200,00 a € 1000,00 tratando-se de pessoa singular, ou de € 500,00 a € 2500,00 no caso de se tratar de pessoa coletiva.

2. A ocupação ou utilização do domínio público sem o licenciamento previsto no presente regulamento ou em desrespeito pelas condições aí fixadas, é punível com coima graduada de € 250,00 até ao máximo de € 3000,00 no caso de pessoa singular, ou de € 500,00 a € 20.000,00 no caso de pessoa coletiva.

3. A ocupação do domínio público ou a afixação de publicidade em violação das normas previstas no Capítulo IV é punível com coima graduada de € 250,00 até ao máximo de € 3000,00 no caso de pessoa singular, ou de € 500,00 a € 20.000,00 no caso de pessoa coletiva.

4. A negligência é sempre punível nos termos gerais de direito.

Artigo 46.º

Sanções acessórias

Em caso de reincidência podem ser aplicadas as sanções acessórias legalmente previstas.

Artigo 47.º

Competência para instrução e aplicação de sanções

A instrução dos processos de contraordenação e aplicação de coimas e sanções acessórias, por violação das normas do presente Regulamento, é da competência do presidente da Câmara Municipal, podendo delegar a competência em qualquer dos vereadores.

Capítulo VI

Disposições finais

Artigo 48.º

Casos omissos

Fora dos casos previstos no presente regulamento aplica-se subsidiariamente a legislação vigente sobre a matéria, ou na sua falta o Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 49.º

Regime transitório

1. Os titulares de licença de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e os proprietários ou a qualquer título detentores de imóveis onde existam mensagens publicitárias isentas de licenciamento que não estejam em conformidade com as disposições do presente regulamento devem, até 31 de julho de 2017, retirar a publicidade dos respetivos locais ou requerer a sua legalização.
2. Não podem ser renovadas licenças que, à data da entrada em vigor do presente regulamento, não sejam conformes às normas e princípios nele contidos.
3. As licenças anuais cujo alvará já foi emitido e cujas taxas já pagas anteriormente à entrada do presente regulamento duram pelo período constante no mesmo alvará e só obrigam a novo licenciamento após o respetivo término.
4. Para efeitos de renovação das licenças de publicidade e ocupação do espaço público, a Câmara Municipal deverá notificar os respetivos titulares, para no prazo de 90 dias, a contar da data de notificação, identificarem os registos que irão ser objeto de renovação nos termos do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, devendo ser observados os requisitos previstos na alínea c) do artigo 17.º, sob pena de caducidade da licença.
5. As esplanadas e restantes estruturas que ocupem espaço público que se encontrem licenciadas à data de aprovação do presente regulamento, mesmo quando não respeitem as regras nele estabelecidas, podem manter-se em funcionamento nos moldes existentes a essa data.
6. O disposto no n.º 2 do artigo 4.º não se aplica aos anúncios existentes a 1 de janeiro de 2017 e que àquela data estavam conformes com o regulamento então em vigor.

7. O disposto no n.º 6 do artigo 29.º não se aplica às esplanadas existentes à data de concessão da exploração do estacionamento tarifado.»

Artigo 50.º

Norma revogatória

São revogados:

- a) O «Regulamento Municipal de Publicidade, Propaganda Política e Eleitoral e Outras Utilizações do Espaço Público», aprovado na sessão ordinária da Assembleia Municipal de 25 de fevereiro de 2010;
- b) O artigo 9.º do Código de Posturas;
- c) As alíneas a) e b) do n.º 3 do artigo 14.º do Código de Posturas, na parte referente ao artigo 9.º do referido Código.

Artigo 51.º

Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor quinze dias após a sua publicação.