

PREÂMBULO

O presente Regulamento de Publicidade e Propaganda resultou da necessidade de adaptar os normativos municipais em vigor à legislação recentemente aprovada na sequência da transposição da Diretiva Comunitária Nº 2006/123/CE relativa aos serviços no mercado interno, pelo Decreto-Lei nº 92/2010, de 26 de julho, e subsequente introdução do programa “Licenciamento Zero”, pelo Decreto-Lei nº 48/2011, de 1 de abril, o qual introduziu alterações no regime de licenciamento da publicidade constante da Lei nº 97/88, de 17 de Agosto, deixando de ser sujeitas a licenciamento algumas situações de afixação, inscrição e emissão de mensagens publicitárias de natureza comercial como forma de aligeirar as obrigações dos particulares e constituir assim mais um estímulo ao incremento da atividade comercial.

A sua elaboração teve ainda presentes os princípios de modernização administrativa, nomeadamente de qualidade, da proteção da confiança, da comunicação eficaz e transparente, da simplicidade, da responsabilidade e da gestão participativa. Estes princípios foram tidos em conta na elaboração da estrutura e conteúdo do próprio regulamento, e em particular ao nível do deferimento tácito e de flexibilização do exercício das competências decisórias.

Foi também considerando estes princípios que se procedeu a algumas inovações tendo em vista a implementação no Município do “Licenciamento na Hora”, processo em curso, que consiste num regime simplificado de licenciamento que permitirá ao requerente obter o alvará de licenciamento no ato do requerimento, desde que cumpridos os devidos requisitos, substituindo-se a necessidade de obtenção de pareceres pontuais pela elaboração de critérios gerais de admissibilidade concertados com as entidades competentes.

O aperfeiçoamento, ao nível do funcionamento interno dos serviços, e o ajustamento dos procedimentos de trabalho já efetuados e a efetuar foram igualmente considerados. O presente Regulamento é elaborado ao abrigo das seguintes normas habilitantes: artigos 238º e 241º da Constituição da República Portuguesa, artigos 53º-2-a) e 64º-6-a) da Lei 169/99, de 18 de setembro, republicada pela Lei 5-A/2002, de 11 de janeiro, artigos 1º e 11º da Lei 97/88, de 17 de Agosto, com as alterações da Lei 23/2000, de 23 de agosto e do Decreto-lei 48/2011, de 1 de abril, e ainda do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-lei 330/90, de 23 de outubro, na redação das suas sucessivas alterações.

Assim, ao abrigo do disposto nos artigos 112º nº 7 e já citado artigo 241º da Constituição da República Portuguesa, do disposto no referido artigo 11º do Decreto-lei 97/88 e artigo 53º-2-a) da Lei 169/99, acima indicada, a Assembleia Municipal de Almada, sob proposta da Câmara Municipal, aprovou o presente Regulamento Municipal, o qual foi precedido de apreciação pública, nos termos do artigo 118º do Código do Procedimento Administrativo.

PARTE I – DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Capítulo I

Disposições gerais

Artigo 1º

Âmbito de aplicação

1. O presente regulamento, em articulação com os demais regulamentos municipais sobre matérias concomitantes e acessórias, e sem prejuízo da legislação vigente, estabelece o regime aplicável e disciplina as condições de:
 - a) Afixação, inscrição e emissão de mensagens publicitárias de natureza comercial;
 - b) Exercício da atividade de propaganda;
 - c) Afixação de localizadores.
2. Afixação, inscrição e emissão de mensagens publicitárias e propaganda, ainda que isenta de licenciamento:
 - a) Não dispensa o cumprimento dos critérios constantes do presente regulamento;
 - b) Está obrigada ao cumprimento das demais regras legais e regulamentares aplicáveis.
3. Ficam excluídas do âmbito do presente regulamento a publicidade difundida através da imprensa, da rádio, da televisão, da internet, e a domiciliária.

Artigo 2º

Formas de atribuição do direito de afixação, inscrição ou emissão

A atribuição do direito de afixação, inscrição ou emissão de mensagens publicitárias depende de licenciamento, salvo nas situações de isenção legalmente previstas, o qual pode ocorrer por uma das seguintes vias:

- a) Requerimento ou Requerimento em regime simplificado.
- b) Concurso Público.

Artigo 3º

Taxas

A afixação, inscrição e emissão de mensagem publicitária está sujeita ao pagamento de taxas, que se encontram estabelecidas na Tabela de Taxas, Licenças e Preços, cujo regime de isenções está previsto no respetivo Regulamento.

Artigo 4º

Isenções e não sujeição a licenciamento

1. Não estão sujeitas a licenciamento a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, 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 desde que não 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, estabelecimento ou do respetivo titular da exploração, ou está relacionada com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
 - c) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial ocupam espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento, ou do respetivo titular da exploração, ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento;
 - d) A propaganda política ou sindical;
2. Estão isentas de licenciamento a afixação, inscrição e emissão de mensagens de publicidade, nos seguintes casos:
- a) Placas e escudos colocados sobre portas de acesso, ou próximos delas, que indiquem dependências públicas e sedes de representações oficiais estrangeiras;
 - b) Símbolos de hospitais, farmácias, caixas ATM (multibanco), parques de estacionamento, hotéis e similares;
 - c) Pictogramas;
 - d) Bandeiras ou estandartes, tabuletas e placas identificativas, representativos dos diferentes países, organismos oficiais, centros culturais, religiosos, desportivos, políticos, ordens e associações profissionais, sindicais e de empregadores;
 - e) Os dizeres ou distintivos que resultem de imposição legal;
 - f) As placas identificativas dos profissionais liberais;
 - g) A referência aos patrocinadores de atividades promovidas pelo Município, ou que o mesmo considere de interesse público, desde que o valor do patrocínio seja superior ao valor da taxa aplicável;
 - h) Anúncios afixados em bens imóveis com simples indicação de venda ou arrendamento;
 - i) A divulgação de mensagens promovidas por instituições sociais e associações privadas sem fins lucrativos, públicas ou privadas;
 - j) A difusão através de éditos, anúncios, notificações e demais formas de informação que se relacionem com a atividade de órgãos de soberania e da Administração Central e Local;
 - k) Anúncios colocados em portas ou vitrinas de estabelecimentos comerciais que se limitem a indicar os motivos de um possível encerramento temporário, a mudança de

instalações, períodos de liquidações ou de saldos e promoções, sempre que tenham caráter circunstancial;

- l) A indicação da marca, do preço ou da qualidade, quando colocados em artigos à venda;
- m) Os distintivos de qualquer natureza destinados a informar o público que, nos estabelecimentos onde se encontram apostos, se aceitam cartões de crédito ou outras formas de pagamento análogas;
- n) Todas as restantes situações de isenção de controlo prévio legalmente previstas.

Artigo 5º

Obrigações gerais do titular do direito de afixação, inscrição ou emissão

Sem prejuízo de outros deveres legalmente exigíveis, são deveres do titular do direito de afixação, inscrição ou emissão:

- a) Não adulterar as características de afixação, inscrição ou emissão aprovadas;
- b) Comunicar todos os dados relevantes, designadamente a alteração da sua residência ou sede, alteração societária, no caso das Sociedades Comerciais, ou profissional, no caso das pessoas singulares, ao Município de Almada.
- c) Não ceder a terceiros a título temporário ou definitivo, o direito que lhe foi concedido, sem que tenha formulado o competente pedido de averbamento ao Alvará ;
- d) Remover a publicidade licenciada, findo o prazo da licença ou das suas renovações, sob a cominação da Câmara Municipal proceder à sua remoção coerciva, sem prejuízo da aplicação da coima correspondente e do pagamento das respetivas despesas.

Capítulo II

Definições

Artigo 6º

Territoriais e de localização

1. **Áreas específicas** – áreas do território do município que possuem condições específicas, são classificadas de acordo com a seguinte caracterização:
 - a) **Áreas pedonais** – locais onde a circulação automóvel se encontra vedada ou condicionada, tendo em vista o incremento da circulação pedonal e do comércio local, engloba o canal de circulação do Metro de Superfície (MST);
 - b) **Núcleos Históricos** – zonas que, para além das que se encontram classificadas como tal no Plano Diretor Municipal, considerando a existência de património histórico relevante são classificadas como tal e nas quais, por esse motivo, é necessário um maior cuidado e os requisitos técnicos são mais específicos;

- c) **Zonas de Praia e Ribeirinhas** – são áreas onde se pretende promover a atividade lúdica e criar condições de incremento ao turismo, localizadas junto à costa marítima ou à margem fluvial.
2. **Espaço público** – área de acesso livre e de uso coletivo afeta ao domínio público da autarquia.
3. **Espaço público contíguo** – corresponde ao espaço público imediatamente contíguo à fachada do estabelecimento:
 - a) Para efeitos de afixação de publicidade de natureza comercial, até ao limite de 0,20m, sendo condicionante que o passeio tenha mais de 1,50m de largura;
 - b) Para efeitos de distribuição manual de publicidade pelo agente económico até ao limite de 1,50m, ou no caso de o estabelecimento possuir esplanada até aos limites da área ocupada pela mesma.
4. **Espaço Urbano** – área definida como tal e delimitada em plano municipal de ordenamento do território ou o núcleo de edificações autorizadas, urbanisticamente consolidadas e respetiva área envolvente com vias públicas pavimentadas, rede pública de energia elétrica e de rede de telefones.
5. **Proximidade de via municipal** – faixa de território até 100m além da linha limite da zona da via municipal.
6. **Rede de estradas nacionais e regionais** – constituída pela rede nacional fundamental e pela rede nacional complementar, de acordo com Plano Rodoviário Nacional.
7. A classificação das áreas específicas do território, para efeitos da aplicação do número um do presente artigo, será publicitada no *site* da Câmara Municipal, e objeto de atualização quando as circunstâncias assim o determinarem.

Artigo 7º

Definições publicitárias

1. Para efeitos do presente regulamento, entende-se por:
 - a) **Ação promocional** – toda a campanha temporária que vise divulgar ou promover um determinado produto ou serviço, envolvendo ou não o uso em simultâneo de vários suportes publicitários e podendo apenas ocorrer em espaço público ou espaço privado de uso público.
 - b) **Agente publicitário ou agência de publicidade** – pessoa singular que exerce a atividade publicitária ou pessoa coletiva cuja atividade tenha por objeto social exclusivo o exercício da atividade publicitária.
 - c) **Anunciante** – a pessoa singular ou coletiva no interesse de quem se realiza a publicidade.
 - d) **Atividade publicitária** – o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e

técnicas daí emergentes entre anunciantes, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes ou que efetuem as referidas operações.

- e) **Campanhas publicitárias de rua** – todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémero que impliquem ações de rua e o contacto direto com o público, nomeadamente as que ocorram através de distribuição de panfletos, distribuição de produtos e provas de degustação.
- f) **Destinatário** – pessoa singular ou coletiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por esta seja, por qualquer forma, mediata ou imediatamente cognoscível.
- g) **Identificação** – toda a ação ou meio destinado a difundir a informação da existência de uma atividade, seja no local onde a mesma é desenvolvida ou noutra distinto, devendo indicar, nomeadamente:
 - i. As mensagens indicativas da denominação de pessoas singulares ou coletivas e da respetiva atividade, bem como os logótipos ou marcas comerciais que correspondam ao único produto objeto da mesma;
 - ii. As bandeiras, brasões, escudos e demais símbolos, representativos de países, organismos públicos, partidos políticos, centros culturais e religiosos, clubes desportivos e entidades semelhantes.
- h) **Inscrições em veículos** – inscrições publicitárias ou de identificação colocadas em veículos automóveis, reboques ou outros meios de locomoção, cujo proprietário tenha residência, sede, delegação ou qualquer outra forma de representação no Município de Almada.
- i) **Mensagem publicitária** – toda a mensagem que tenha por objetivo dirigir a atenção do público para um determinado bem ou serviço de natureza comercial com o fim de promover a sua aquisição ou utilização.
- j) **Publicidade** – qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de promover com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, ou ainda a comunicação de ideias, princípios, iniciativas ou instituições, bem como, a feita por entidade de natureza pública que tenha por objetivo, direto ou indireto, promover o fornecimento de bens ou serviços.
- k) **Publicidade aérea** – a que se refere a dispositivos publicitários instalados, inscritos ou afixados em transportes aéreos (aviões, helicópteros, zepelins, balões, parapentes para-quedas e outros) e em balões, insufláveis e semelhantes.
- l) **Publicidade identificativa** – publicidade alusiva exclusivamente ao estabelecimento, ao titular da exploração, à atividade desenvolvida, e aos produtos, bens e serviços comercializados.
- m) **Publicidade sonora** – atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária emitida no espaço público, dele audível ou perceptível.

- n) **Suporte publicitário** - meio utilizado para a transmissão de mensagem publicitária.
2. Não é considerada publicidade a propaganda política.

Artigo 8º

Tipos de suportes publicitários

1. São suportes publicitários, nomeadamente:
- a) **Anúncio eletrónico** – sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo e similares;
 - b) **Anúncio iluminado** – suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
 - c) **Anúncio luminoso** – suporte publicitário que emita luz própria;
 - d) **Bandeirola** – suporte rígido que permaneça oscilante afixado em poste ou estrutura idêntica;
 - e) **Cartaz** – toda a mensagem publicitária fixada temporariamente, a qual pode ser executada em papel, tela, pano ou plástico;
 - f) **Chapa** – suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não exceda 0,60m e a máxima saliência não excede 0,50m;
 - g) **Faixa publicitária** – suporte amovível disposto horizontalmente, constituído por material flexível (pano, tela, etc.) amarrado pelas extremidades a uma estrutura fixa;
 - h) **Insufláveis e semelhantes** – todos os suportes a utilizar temporariamente que para sua exposição no ar careçam de gás, podendo ou não estabelecer-se a sua ligação ao solo por elementos de fixação.
 - i) **Letras soltas ou símbolos** – mensagem publicitária não luminosa diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;
 - j) **Localizador** – todo o suporte, mono ou biface, indicativo da proximidade de atividades ou instalações, dividindo-se em dois tipos:
 - i. De identificação quando destinados a atividades de interesse publico;
 - ii. De publicidade sempre que contenham denominação social ou comercial, ou logótipos.
 - k) **Mupi** (Mobiliário Urbano de Publicidade e Informação) – suporte publicitário, biface e luminoso, constituído por moldura e superfície de afixação de mensagens publicitárias ou informativas, fixado ao solo através de apoio próprio;
 - l) **Painel (Outdoor)** – suporte publicitário constituído por moldura e superfície de fixação de mensagem fixado no solo através de apoios próprios.
 - m) **Pendão** – suporte não rígido, que permaneça oscilante afixado em poste ou estrutura idêntica;
 - n) **Pictogramas** – inscrições ou colagens destinadas a veicular uma mensagem publicitária de informação ou de identificação;

- o) **Placa** – suporte não luminoso aplicado em parâmetro visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não excede 1,50m;
- p) **Tabuleta** – suporte não luminoso, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, que permita a afixação de mensagens publicitárias em ambas as faces;
- q) **Totem** – suporte publicitário de informação ou identificação, singular ou coletivo, normalmente constituído por estrutura de dupla-face em suporte monolítico, podendo ser luminoso, iluminado ou não iluminado;
- r) **Unidades móveis publicitárias** – os veículos utilizados exclusivamente para o exercício da atividade publicitária.

Artigo 9º

Propaganda

- 1. **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 da atividade.
- 2. **Propaganda política** – atividade de natureza ideológica ou partidária de cariz não eleitoral que visa diretamente promover os objetivos desenvolvidos pelos seus subscritores.
- 3. **Propaganda sindical** – toda a atividade que vise diretamente, de forma organizada, defender os interesses profissionais de determinados grupos profissionais.

Capítulo III

Restrições, limites e Critérios

Artigo 10º

Restrições legais

Não é permitida a afixação, inscrição e emissão de mensagens publicitárias, em:

- a) Locais onde esteja aposta a inscrição “proibida a afixação”;
- b) Edifícios sedes de órgão de soberania, de regiões autónomas ou de autarquias locais;
- c) Imóveis não legalizados, ou que se encontrem em construção consubstanciando situações de desrespeito das normas legais e regulamentares aplicáveis;
- d) Equipamentos de sinalização, placas toponímias;
- e) Locais situados no interior de quaisquer edifícios públicos;
- f) Qualquer bem sem o consentimento dos proprietários, possuidores ou detentores do mesmo;
- g) Faixas de rodagem, passeios, muros e outras vedações;

Artigo 11º

Limites de interesse histórico, cultural, arquitetónico e paisagístico

1. Não é permitida afixação, inscrição e emissão de mensagens publicitárias em locais, edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, nomeadamente:
 - a) Imóveis classificados;
 - b) Imóveis com prémios de arquitetura;
 - c) Edifícios escolares e de saúde;
 - d) Edifícios religiosos e cemitérios;
 - e) Esculturas;
 - f) Árvores.
2. Excetuam-se das limitações previstas nas alíneas a) e b) do número anterior, se mensagem publicitária se circunscrever à identificação da atividade exercida no imóvel ou daquele que a exerce e as suas dimensões não exceder 0,20x0,30m.
3. É ainda proibida a afixação, inscrição e emissão de mensagens publicitárias sempre que seja suscetível de causar danos ao nível da estética, ambiente ou salubridade, nomeadamente quando:
 - a) Cause obstrução de perspetivas panorâmicas ou prejudique o enquadramento estético e paisagístico de locais, monumentos ou edifícios de interesse;
 - b) Os suportes utilizados danifiquem os materiais de revestimento exterior dos edifícios, nomeadamente:
 - i. Faixas de pano, plástico, papel ou outro material semelhante;
 - ii. Pintura e colagem ou afixação de cartazes nas fachadas dos edifícios ou em qualquer outro mobiliário urbano;
 - iii. Suportes que excedam a frente do estabelecimento.
 - c) Nas empenas e topo de edifícios, salvo situações *excepcionais*.

Artigo 12º

Limites de equilíbrio urbano e ambiental

1. Para salvaguarda do equilíbrio urbano e ambiental, a afixação, inscrição e emissão de mensagens publicitárias apenas poderá ocorrer em condições que garantam o respeito das seguintes regras:
 - a) Não afetar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária, ferroviária ou do metro de superfície;
 - b) Não prejudicar a circulação pedonal, designadamente dos cidadãos com mobilidade diminuída;
 - c) Não prejudicar o estacionamento automóvel;
 - d) Não afetar a iluminação pública;
 - e) Não apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com as mensagens de sinalização;
 - f) Não colidir com suportes publicitários pré-existentes;
 - g) Respeitar os limites sonoros impostos pela legislação aplicável;

- h) Todos os elementos das mensagens publicitárias, no que se refere à sua apresentação e ao seu conteúdo, devem respeitar a dignidade da pessoa humana, os direitos fundamentais e a livre formação da personalidade das crianças e adolescentes, não devendo, em caso algum, conter pornografia, violência gratuita ou incitar ao ódio, ao racismo e à xenofobia.
2. Na afixação e inscrição de mensagens de propaganda é proibida a utilização, em qualquer caso, de materiais não biodegradáveis.

Artigo 13º

Limites de segurança rodoviária

Tendo em vista a promoção da proteção da estrada, assim como a melhoria das condições de segurança rodoviária, a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias na proximidade das vias municipais e da rede de estradas nacionais e regionais, deverá obedecer aos seguintes critérios adicionais de segurança:

- a) Não ocupar zonas de estrada, salvo ocupação temporária para instalação ou manutenção de suportes e mensagens, sujeita a prévio licenciamento por parte da E.P.;
- b) Não interferir com as normais condições de visibilidade da estrada e de equipamentos de sinalização;
- c) Não constituir obstáculo rígido em locais que se encontrem na direção expectável de despiste de veículos;
- d) Não possuir qualquer fonte de iluminação direcionada para a estrada capaz de provocar encadeamento;
- e) A luminosidade das mensagens publicitárias não deverá ultrapassar as quatro candelas por metro quadrado;
- f) Não obstruir os meios de drenagem ou condicionar de qualquer forma o livre escoamento das águas pluviais;
- g) Garantir uma zona de circulação pedonal livre de suporte publicitário igual ou superior a um metro e meio.

Capítulo IV

Critérios específicos

Artigo 14º

Condicionantes

1. Para a afixação, inscrição e emissão de mensagens publicitárias de natureza comercial em zona de Núcleo Histórico, vigoram as condições impostas pelos documentos estratégicos e regulamentares aprovados.
2. Para salvaguarda da preservação do tecido urbano e paisagístico pode ainda o município exigir que os suportes de identificação e/ou publicidade obedeçam a determinado tipo de suporte, de materiais e gama de cor a utilizar.
3. Quando aplicados em edifícios classificados ou em vias de classificação, os suportes publicitários devem ser constituídos obrigatoriamente por materiais nobres, nomeadamente pedra, metal ou vidro.

Artigo 15º

Bandeirolas

1. Só é permitida a colocação de bandeirolas em suporte próprio para o efeito, não sendo permitida em candeeiros ou estruturas similares, nomeadamente catenárias.
2. A dimensão máxima das bandeirolas deve ser de 0,60m de comprimento e 1,00m de altura.

Artigo 16º

Ortografia

1. As mensagens publicitárias são escritas, primordialmente, em língua portuguesa, devendo os termos estrangeiros eventualmente existentes, ser precedidos de tradução, a qual não pode ser de tamanho inferior aos termos estrangeiros.
2. A inclusão de palavras estrangeiras só é permitida quando a mensagem publicitária tenha os estrangeiros por destinatários exclusivos ou principais, ou quando necessárias à obtenção do efeito visado na conceção da mensagem.

Artigo 17º

Publicidade sonora

1. A difusão de publicidade através de meios sonoros fixos ou móveis é objeto de licenciamento temporário, e obedece à observância da legislação aplicável a atividades ruidosas em vigor.
2. Só é permitida a difusão de publicidade sonora entre as 8 e as 20 horas, sem prejuízo do dever do respeito pelo sossego e tranquilidade pública.

Artigo 18º

Ações promocionais

A distribuição de panfletos ou outros *meios análogos* não poderá provocar perturbação da circulação de pessoas e veículos sendo interdita nas faixas de circulação rodoviária.

Artigo 19º

Insufláveis e semelhantes

1. O licenciamento está condicionado a seguro de responsabilidade civil, sendo o seu titular responsável por todos os danos resultantes da utilização destes suportes.
2. A Câmara Municipal pode exigir, se entender conveniente, parecer prévio do Serviço Nacional de Bombeiros (SNB).
3. Os suportes de mensagens publicitárias aéreas não podem invadir zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas, exceto se a pretensão for prévia e expressamente autorizada pela entidade com jurisdição sobre esses espaços e por um período não superior a 3 meses.

Artigo 20º

Tapumes

1. A publicidade colocada em tapumes só é permitida quando devidamente autorizada pelo proprietário dos mesmos.
2. A dimensão dos suportes publicitários afixados nos tapumes não pode ultrapassar a dimensão dos mesmos.
3. Não é permitida a colocação de painéis nos tapumes.

Artigo 21º

Veículos

1. A publicidade a afixar, inscrever, colar, pintar ou instalar em veículo, está sujeita a licenciamento quando circule na área do Município de Almada e o proprietário, usufrutuário ou locatário tenha neste residência, sede ou delegação.
2. As condições de licenciamento são as fixadas pela entidade competente na área da mobilidade e transportes terrestres.
3. Sempre que suporte publicitário exceda as dimensões do veículo, o licenciamento da publicidade depende de autorização prévia da entidade competente na área da mobilidade e transportes terrestres.
4. As unidades móveis publicitárias podem emitir publicidade sonora ou fazer uso de material sonoro, desde que:
 - a) Previamente licenciadas;
 - b) Respeitem os limites de ruído impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas em vigor;
 - c) Quando em aglomerados urbanos se mantenham em circulação, desligando o equipamento sonoro sempre que estacionarem.

Artigo 22º

Cartazes

1. Poderão ser afixados ou colados em locais do domínio público ou privado, desde que devidamente autorizados.

REGULAMENTO MUNICIPAL DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

2. Os cartazes devem ser removidos pelos seus promotores no prazo de cinco dias contados a partir da data do término do evento.
3. Quando a remoção não seja efetuada no prazo previsto no número anterior o município procederá à sua remoção, ficando os promotores e/ou beneficiários da promoção sujeitos, para além da contraordenação aplicável, ao pagamento das respetivas despesas.

Artigo 23º

Faixas

1. A instalação de faixas publicitárias depende de autorização da Câmara Municipal e apenas será admitida quando a mensagem cumpra os seguintes requisitos:
 - a) Seja referente a patrocinadores de atividades promovidas pela Câmara Municipal;
 - b) Seja considerada de interesse público, nomeadamente de anúncio a exposições, festas, jogos ou espetáculos.
2. As faixas devem ser colocadas longitudinalmente às vias, em altura superior a 3,00m.

Artigo 24º

Propaganda

1. A afixação, inscrição, instalação e difusão de mensagens de **propaganda**, devem respeitar os limites legais e regulamentares.
2. A afixação, inscrição e instalação de mensagens de **propaganda política ou sindical** carece de comunicação ao Presidente da Câmara, com indicação das suas características e dos respetivos locais de implantação.
3. O disposto no número anterior não dispensa o licenciamento nos casos em que o seja legalmente exigido, nomeadamente quando implique realização de obras.
4. Quando se trate de **propaganda eleitoral** a Câmara Municipal deve publicar, até 30 dias antes do início de cada campanha eleitoral, Edital com os locais onde pode ser afixada propaganda, os quais não podem ser inferiores a um local por 5000 eleitores ou por freguesia.
5. A distribuição dos espaços para afixação de propaganda eleitoral deve ser equitativa por todo o território para cada partido ou força concorrente disponha de área não inferior a 2m².

Artigo 25º

Placas e tabuletas

As placas devem apresentar dimensão, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

Artigo 26º

Chapas

As chapas devem respeitar os seguintes requisitos de estrutura:

- a) Dimensões não superiores a 0,60m de comprimento e 0,30m de profundidade;
- b) Em cada edifício devem apresentar dimensão, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

Artigo 27º

Letras soltas ou símbolos

As letras soltas ou símbolos devem respeitar os seguintes requisitos de estrutura:

- a) Dimensões não superiores a 0,40m de altura e 0,10m de profundidade;
- b) Não possuir arestas vivas ou elementos cortantes quando instaladas a menos de 2,50m de altura em relação ao solo;
- c) A forma e a escala devem respeitar a integridade estética do edifício onde se pretende afixar.

Artigo 28º

Anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes

Os anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes devem obedecer aos modelos, tipologias e requisitos aprovados, de acordo com a zona específica de implantação do estabelecimento, quando existam.

Artigo 29º

Painéis (Outdoors)

Os painéis (outdoors) devem respeitar os seguintes requisitos de estrutura:

- a) As tipologias de painel (outdoor) admitidas são, designadamente:
 - i. Simples;
 - ii. Dupla face;
 - iii. Em cunha;
 - iv. Em rede;
 - v. Sobreposto em empena e assente no pavimento.
- b) Módulos múltiplos, em chapa metálica, com dimensões de superfície de 8x3m ou 4x3m.
- c) Toda a estrutura e suporte executados em vigas metálicas pintadas.
- d) Profundidade total do suporte, incluindo moldura, não superior a 0,30m quando se trate de painel simples ou 0,40m quando se trate de painel duplo.
- e) Moldura metálica pintada e saliente em toda a volta da superfície de fixação da mensagem publicitária, com largura não inferior a 0,10m.
- f) Inscrição da matrícula de identificação do painel constante no POP, no canto inferior esquerdo da moldura, de tamanho visível.

- g) Inscrição da identificação e contacto do agente ou agência de publicidade, no canto inferior direito, de tamanho visível.
- h) Excecionalmente poderão ser admitidos formatos especiais, sujeitos a aprovação.

Artigo 30º

Totens

Os totens devem respeitar os seguintes requisitos:

- a) Estrutura composta por suporte da mensagem multiface, sustentada com um poste único;
- b) Suporte de mensagem luminoso, iluminado ou não iluminado;
- c) Altura máxima de 12,50m;
- d) Dimensão máxima de quaisquer dos lados da estrutura do suporte da mensagem 3,50m.

PARTE II – TRAMITAÇÃO

Capítulo I

Normas comuns

Artigo 31º

Procedimentos de atribuição do direito

1. Sem prejuízo do disposto nos números seguinte, está sujeita a licenciamento, mediante a apresentação de requerimento a atribuição do direito de afixação, inscrição ou emissão de mensagens publicitárias de natureza comercial, em viaturas, aérea e sonora.
2. É passível de licenciamento **por requerimento no regime simplificado** o direito de afixação e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em suportes exteriores abrangidos pelo Plano Municipal de Ordenamento da Publicidade – POP, designadamente painéis (outdoors).
3. É passível de licenciamento **por concurso público** a atribuição do direito de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano de suporte publicitário, nomeadamente em Mupis e abrigos.
4. Sempre que a afixação, inscrição ou emissão de mensagem publicitária implique ocupação de espaço público, as questões inerentes ao mesmo estão previstas no Regulamento de Ocupação de Espaço Público.

Artigo 32º

Licenciamento cumulativo

A comunicação ou licenciamento da afixação, inscrição ou emissão de mensagens publicitárias de natureza comercial não dispensa as demais licenças exigíveis, quando aplicável.

Artigo 33º

Validade e Renovação da licença de publicidade

1. A licença de publicidade tem a validade de um ano e renova-se, de forma automática, desde que o interessado liquide a respetiva taxa nos trinta dias posteriores à notificação para o efeito, salvo nos casos em que:
 - a) A Câmara Municipal profira decisão em sentido contrário;
 - b) O titular da licença requeira a sua não renovação nos trinta dias anteriores ao termo do prazo da mesma.
2. Quando se trate de atribuição do direito de afixação, inscrição ou emissão relativa a campanha efémera, terá a duração que constar do alvará.
3. No caso de licença atribuída por concurso público, o prazo de validade da mesma é a que constar das cláusulas do concurso.
4. As licenças renovam-se nas mesmas condições e termos em que foram emitidas, sem prejuízo da atualização do valor da taxa.
5. À data em que se renova automaticamente a licença, vence-se a respetiva taxa.

Artigo 34º

Revogação e Caducidade da licença

1. Sem prejuízo das sanções aplicáveis, a licença de emissão, inscrição ou emissão de mensagem publicitária de natureza comercial, será revogada quando:
 - a) Não acate, no prazo concedido para o efeito, a determinação por motivos de interesse público de realocação dos equipamentos ou mobiliário urbano, ou não exista possibilidade de realocação dos mesmos;
 - b) Não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado pelo licenciamento;
2. A licença será ainda revogada quando o interesse público o exigir, desde que tal seja comunicado ao titular, por aviso com a antecedência mínima de trinta dias.
3. A licença caduca nas seguintes condições:
 - a) Não pagamento das taxas devidas, dentro do prazo fixado para o efeito;
 - b) Transmissão do direito de afixação, inscrição ou emissão de mensagens publicitárias sem se encontrar efectivado o necessário averbamento ao Alvará
 - c) Revogação ou caducidade da licença de ocupação de espaço público do suporte publicitário;
 - d) Renúncia voluntária, através de comunicação à Câmara Municipal, da intenção de não renovação, até trinta dias antes do termo do prazo da licença de publicidade;
 - e) Findo o prazo, sem que haja renovação.
 - f) Por morte ou extinção do seu titular, salvo se nos trinta dias subsequentes à verificação do facto for requerida a transmissão da titularidade da licença;

- g) Pelo encerramento do estabelecimento comercial, quando a ocupação licenciada seja acessória da atividade comercial nele exercida.
- 4. A revogação da licença não confere ao titular da mesma direito a qualquer indemnização.

Artigo 35º

Transmissibilidade da licença e averbamento

- 1. A licença de emissão, inscrição ou emissão de mensagem publicitária de natureza comercial é intransmissível, pelo que não pode ser cedida a sua utilização a qualquer título;
- 2. Excecionalmente, por morte ou extinção do seu titular, poderá ser requerida a transmissão da titularidade da licença e o respetivo averbamento, no prazo de quinze dias subsequentes à verificação do facto.
- 3. O pedido de averbamento deve ser acompanhado de prova documental dos factos que o justificam.
- 4. Os pedidos de transmissibilidade serão analisados caso a caso tendo em conta motivos ponderosos de carácter social ou humanitário.

Artigo 36º

Cassação do Alvará

- 1. São causas de cassação do Alvará de afixação, emissão e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial:
 - a) Caducidade da licença por ele titulada;
 - b) A revogação da licença, por incumprimento, por parte do titular, das obrigações, condições e deveres impostos pela mesma;
 - c) A declaração de anulabilidade ou de nulidade da licença.
- 2. A decisão de cassação é da competência do Presidente da Câmara.

Capítulo II

Licenciamento

Seção I

Por requerimento

Artigo 37º

Instrução do pedido

1. Os pedidos serão formalizados por requerimento dirigido ao Presidente da Câmara.
2. Os requerimentos deverão ser preferencialmente apresentados de acordo com o modelo aprovado para o efeito, publicitado no *site* da Câmara, e instruídos de acordo com o presente regulamento.
3. Sempre que o local onde se pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária se localize em propriedade privada deverá ser entregue documento de autorização dos respetivos proprietários ou outros legítimos possuidores da mesma.

Artigo 38º

Requisitos do Requerimento

1. Os requerimentos devidamente datados e assinados, devem ser apresentados contendo os seguintes elementos:
 - a) Identificação do requerente;
 - b) Domicílio/sede legal.
 - c) Número de Bilhete de Identidade ou do Cartão do Cidadão do requerente ou dos representantes, sendo pessoa coletiva
 - d) Número de Identificação Fiscal;
 - e) Contato telefónico e eletrónico;
 - f) Identificação clara do tipo de licenciamento pretendido;
 - g) Duração pretendida;
 - h) Localização da afixação, inscrição ou emissão, e identificação do suporte, quando se aplique.
2. Os elementos referidos em e) do número anterior, que visam agilizar e facilitar a comunicação entre o município e o requerente, são opcionais.

Artigo 39º

Prazos de apresentação do Requerimento

1. Sem prejuízo de norma em contrário, o requerimento deverá ser apresentado com a antecedência mínima de vinte dias em relação à data prevista para a afixação, emissão ou inscrição da mensagem publicitária.

REGULAMENTO MUNICIPAL DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

2. Nas situações em que a afixação, inscrição ou emissão tenha natureza efémera, pontual e a sua duração não exceda os trinta dias, o requerimento deverá ser apresentado com uma antecedência mínima de dez dias relativamente à data prevista para o início dessa ocupação.
3. São considerados para efeitos de aplicação do número anterior, as ações promocionais, designadamente, as campanhas publicitárias de rua.

Artigo 40º

Suprimento de deficiências

Quando se verifique que o requerimento não cumpre os requisitos exigidos ou não se encontra devidamente instruído, o requerente será notificado em oito dias, para suprir as deficiências no prazo de dez dias contados da data da notificação, sob pena de rejeição do pedido.

Artigo 41º

Causas de rejeição liminar

Constituem fundamento de rejeição liminar do requerimento:

- a) A falta de entrega dos documentos exigidos, e o requerente não proceda ao suprimento das omissões ou deficiências do pedido no devido prazo;
- b) O indeferimento de um dos outros pedidos de licenciamento, nos casos em que a licença deva ser obrigatoriamente cumulada com outras;
- c) A inexistência de alvará de utilização do edifício ou fração deste, ou comprovativo da realização de comunicação no balcão do empreendedor, bem como de pagamento das respetivas taxas, quando a mensagem publicitária esteja relacionada com uma atividade promovida no respetivo estabelecimento comercial.

Artigo 42º

Notificações

1. As notificações serão realizadas por via postal simples ou por via eletrónica, para o endereço constante do requerimento, conforme preferência do requerente.
2. Em casos excecionais ou quando expressamente solicitado pelo requerente será o mesmo notificado por via postal registada.
3. O requerente presume-se notificado, consoante os casos, no quinto dia posterior à data da expedição postal ou do segundo dia posterior ao envio da notificação por via eletrónica.

Artigo 43º

Contagem de prazos

Os prazos estabelecidos neste Regulamento suspendem a sua contagem aos Sábados, Domingos e Feriados, nos termos do Código de Procedimento Administrativo.

Artigo 44º

Apreciação e Pareceres

1. Os pedidos de licenciamento estão sujeitos a apreciação técnica por parte dos serviços municipais, para a qual deverão ser consultadas as seguintes entidades:
 - a) Entidades com competências atribuídas por legislação específica sobre o espaço público, ou com jurisdição sobre o local;
 - b) Juntas de Freguesia do local onde esteja prevista a afixação, inscrição ou emissão da mensagem.
2. A consulta às entidades externas será promovida no prazo de cinco dias a contar da data da entrega do pedido, devendo as entidades consultadas pronunciar-se no prazo de 15 dias.
3. A não emissão de parecer no prazo fixado no número anterior, entende-se como parecer favorável.

Artigo 45º

Causas de indeferimento

Sem prejuízo de outras causas de indeferimento legalmente previstas, ou de motivos de ordem técnica, constituem causas de indeferimento do pedido de licença de afixação, inscrição ou emissão, as seguintes:

- a) Desrespeito pelos requisitos ou critérios de licenciamento, regulamentadamente previstos;
- b) O indeferimento de um dos outros licenciamentos, em caso de licenciamento cumulativo,

Artigo 46º

Da decisão final e alvará

1. A atribuição do direito de afixação, inscrição ou emissão de mensagem publicitária será conferida pela Câmara Municipal ou por quem exercer essa competência, no uso de poderes delegados ou subdelegados, no prazo de trinta dias a contar:
 - a) Da data de receção do pedido, se bem instruído, e não houver lugar a consultas a entidades externas;
 - b) Da data de receção dos pareceres externos ou do termo do prazo para a sua emissão.
2. A notificação da decisão deve incluir a indicação do local e do prazo para o levantamento do alvará de licença e para o pagamento da taxa respetiva.
3. O não cumprimento do disposto no número um do presente artigo, entende-se como deferimento.
4. O alvará de licença é emitido na sequência de despacho de deferimento do pedido, após o pagamento das devidas taxas, e deverá conter:
 - a) A identificação completa do titular da licença;
 - b) A identificação do suporte publicitário e respetiva localização;
 - c) Volumetria e texto da publicidade;

- d) Condições e deveres específicos impostos quando existam;
- e) A referência à apólice de seguro, quando exigida;
- f) O prazo da licença;
- g) Indicação do prazo para comunicação da renúncia à renovação automática da licença;
- h) Número de ordem;
- i) Data de emissão;
- j) Identificação do Serviço emissor, com assinatura *do responsável*.

Secção II

Por Requerimento, em regime simplificado

Artigo 47º

Âmbito do regime simplificado

1. O regime simplificado de licenciamento permite ao requerente obter o alvará de licenciamento no ato do requerimento, desde que cumpridos os devidos requisitos:
 - a) O lugar requerido conste da lista espaços definidos no Plano de Ordenamento da Publicidade (POP), aprovado pela Câmara Municipal, e esteja vago;
 - b) Cumpra todas as exigências de licenciamento, constantes da regulamentação afeta e demais legislação aplicável.
2. Após atribuição da licença e pagamento das respetivas taxas, pode o requerente proceder à afixação, inscrição e emissão de mensagens publicitárias.
3. A consulta das Juntas de Freguesia nos processos de atribuição de lugares abrangidos pelo referido plano é dispensada, pelo facto das mesmas serem consultadas anualmente aquando da aprovação do Plano de Ordenamento da Publicidade (POP).

Artigo 48º

POP – Plano de Ordenamento da Publicidade

1. O POP é uma ferramenta para gestão das posições destinadas à colocação dos painéis (outdoors) no território do Município.
2. As posições inseridas no POP constam dos mapas cartográficos integrantes do mesmo, sendo-lhes atribuída uma matrícula identificativa.
3. Os painéis (outdoors) apenas poderão ser colocados em posições georreferenciadas constantes do POP.
4. Não serão autorizadas no decurso da validade da licença quaisquer pedidos de realocação, salvo alterações do território que se devam a intervenção municipal ou de qualquer outra entidade pública e às quais o titular da licença seja alheio.
5. O plano mencionado no número um do presente artigo será revisto anualmente, considerando as alterações que se registem no território.

6. O POP encontra-se devidamente publicitado no *site* da Câmara Municipal.

Artigo 49º

Tipologia dos suportes admitidos

1. As posições publicitárias apenas poderão ser ocupadas com painéis (outdoors) que respeitem os critérios específicos de estrutura.
2. No caso dos painéis publicitários em rede deve ser privilegiada a mensagem única.

Artigo 50º

Condições de atribuição de posições

1. Os interessados poderão candidatar-se, por intermédio de requerimento, às posições que se encontrem disponíveis, as quais se encontram devidamente publicitadas no *site* da Câmara Municipal.
2. Os candidatos às posições deverão estar habilitados legalmente a exercer a actividade de publicidade.
3. Os critérios de atribuição das posições são os seguintes:
 - a) Ordem de entrada do requerimento;
 - b) Limite máximo de 5 painéis por operador/ano.

Artigo 51º

Instrução do pedido

1. O requerimento para atribuição de uma posição é instruído com os seguintes documentos:
 - a) Indicação da matrícula a que corresponde a posição georreferenciada pretendida;
 - b) Código da Certidão Permanente ou Certidão da Conservatória do Registo Comercial;
 - c) Declaração de responsabilidade por eventuais danos provocados ao Município ou a terceiros e de compromisso de manutenção em boas condições de salubridade e higiene a zona envolvente.
 - d) Seguro de responsabilidade civil, sendo caso disso.

Secção III

Por Concurso público de atribuição

Artigo 52º

Publicitação

O concurso será precedido de anúncio, onde constam as condições de licenciamento e respetivos prazos, publicitado nos lugares do estilo e num jornal diário de âmbito nacional.

Artigo 53º

Caderno de Encargos e Proposta

A proposta a apresentar pelo interessado deve ser elaborada de acordo com as especificações do Caderno de Encargos do respetivo concurso público.

Artigo 54º

Da decisão final

1. A competência para adjudicar pertence à Câmara Municipal ou a quem exercer essa competência, no uso de poderes delegados ou subdelegados, sob proposta do júri do procedimento.
2. O prazo para a deliberação ou decisão de atribuição do direito de afixação, inscrição ou emissão, em sede de concurso, é de trinta dias a contar do termo do prazo para apresentação de propostas.

Artigo 55º

Atribuição da licença

1. Após ser notificado da adjudicação final o interessado deve, no prazo de vinte dias, proceder ao pagamento da respetiva taxa e requerer a emissão do alvará da primeira licença.
2. Quando ocorra o não cumprimento do disposto no número anterior, a Câmara Municipal pode deliberar atribuir o direito de afixação, inscrição ou emissão de mensagens publicitárias ao candidato classificado imediatamente a seguir.

Artigo 56º

Prazo de atribuição do direito

1. O prazo de atribuição do direito de afixação, inscrição e emissão de mensagem publicitária é aquele que constar das condições das cláusulas do concurso, com um limite máximo de dez anos,
2. A licença renova-se nas mesmas condições e termos em que foi emitida, sem prejuízo da atualização do valor da taxa.
3. À data em que se renova automaticamente a licença vence-se a respetiva taxa, devendo-se remeter as respetivas guias para liquidação das mesmas ao titular da licença.

PARTE III – REGIME SANCIONATÓRIO

Artigo 57º

Fiscalização

A fiscalização do cumprimento deste regulamento compete aos serviços de fiscalização municipal e a quaisquer outras entidades a quem por lei seja dada competência, designadamente a Polícia de Segurança Pública, a Guarda Nacional Republicana, Polícia Marítima.

Artigo 58º

Contraordenações

1. Sem prejuízo de responsabilidade civil e criminal e de outras contraordenações legalmente previstas, designadamente na lei 97/88, de 17 de agosto, constitui contraordenação, punível com coima, a afixação, inscrição e emissão nas seguintes condições:
 - a) Falta de Licença, quando por:
 - i. Pessoa singular, punível com coima de 350 a 2.500 €;
 - ii. Pessoa coletiva, punível com coima de 1.000 a 7.500 €;
 - b) Desconformidade com condições licenciadas:
 - i. Pessoa singular (de 250 a 1.500 €)
 - ii. Pessoa coletiva (de 750 a 5.000 €)
 - c) Falta de averbamento de titular ou não atualização de dados:
 - i. Pessoa singular (de 150 a 750 €)
 - ii. Pessoa coletiva (de 400 a 2.000 €)
 - d) Violação ou omissão de deveres e não entrega de documentação, previstos no presente regulamento e anexos integrantes do mesmo:
 - i. Pessoa singular (de 125 a 500 €)
 - ii. Pessoa coletiva (de 300 a 1.750 €)

Artigo 59º

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 de estabelecimento e de interdição do exercício de atividade, com os seguintes pressupostos de aplicação:
 - a) A interdição do exercício de atividade apenas pode ser decretada se o agente praticar a contraordenação com flagrante e grave abuso da função que exerce ou com manifesta e grave violação dos deveres que lhe são inerentes;
 - b) O encerramento do estabelecimento, verificados os necessários requisitos, apenas poderá ser decretado se a contraordenação tiver sido originada pelo funcionamento do mesmo.
2. A duração da interdição do exercício de atividade e do encerramento do estabelecimento não pode exceder o período de dois anos.

PARTE IV – DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Artigo 60º

Competências

As competências, no âmbito do presente Regulamento, atribuídas à Câmara Municipal, ou ao seu Presidente, poderão ser objecto de delegação ou subdelegação nos termos legalmente previstos.

Artigo 61º

Entrada em Vigor

O presente Regulamento entrará em vigor no dia 2 de Maio de 2013, após a afixação, nos lugares de estilo do concelho, do Edital que o publicitar.

Artigo 62º

Norma Transitória

1. As afixações ou inscrições já existentes ficam sujeitas ao disposto no presente Regulamento, devendo aquelas que o não cumpram adaptar-se ao mesmo no prazo de um ano, ou até à data da renovação da respectiva licença, se esta ocorrer antes.
2. As disposições do presente regulamento, cuja aplicação pressuponha a existência do «Balcão do Empreendedor», apenas entrarão em vigor à data da entrada em funcionamento do mesmo.

Artigo 63º

Norma revogatória

1. Com a entrada em vigor do presente regulamento é revogado o Regulamento Municipal sobre a Afixação e Inscrição de Mensagens de Publicidade e Propaganda publicado por Edital n.º 150/2000 e que entrou em vigor em 26 de outubro de 2000.
2. São ainda revogadas todas as disposições regulamentares vigentes, incompatíveis com o presente Regulamento.