

ENGAGE

Guía de la Campaña para ciudades



www.citiesengage.eu



Estimado lector,

Gracias y bienvenido a la guía de la Campaña ENGAGE.

ENGAGE (Compromiso) es una iniciativa europea de comunicación que ayuda a las **ciudades europeas** de todos los tamaños y formas a COMPROMETER a tus ciudadanos, comunidades y organizaciones a desempeñar tu papel en la construcción de un futuro energéticamente sostenible.

Una parte importante de la huella de carbono de cualquier ciudad proviene de las actividades de tus ciudadanos y empresas. Por esta razón, no se debe menospreciar la importancia de tu participación en una campaña de reducción de la energía y el carbono.

Uniéndose a ENGAGE, animará a otros habitantes de tu ciudad, no sólo a participar, sino a pasar a la acción. Me siento orgulloso de poder decir que la idea para la campaña de ENGAGE se originó en **Heidelberg** en 2007 y ha tenido gran éxito desde entonces, un éxito del que espero que pronto serás parte, habiendo sido inspirado por esta guía.

En muy poco tiempo, hemos visto la transformación de ENGAGE de **una idea en Heidelberg** a una exitosa campaña en toda Europa. Y sigue creciendo. Esta transformación ha sido coordinada por **Energy Cities** - la asociación europea de las autoridades locales que inventan tu futuro energético -.

ENGAGE ayuda a ciudades como la tuya a ejecutar campañas de comunicación participativas convincentes e integradas. Comunicaciones inspiradoras y cautivantes son claves para el éxito. A través de Futerra Sustainability Communications y Energy Cities, ENGAGE proporciona asesoramiento táctico y de comunicación a las ciudades que se adhieren.

Una pequeña muestra: una herramienta importante que utilizarás en tu campaña ENGAGE es un editor online intuitivo y potente para diseñar carteles, lo que hace que sea para todos fácil y divertido participar y comprometerse con la energía.

Esta guía te enseñará cómo crear una campaña de comunicación participativa exitosa para tu iniciativa ENGAGE mediante ejemplos inspiradores de las 12 ciudades pioneras que ya están en marcha. La guía también contiene la visión de ENGAGE y unos principios fundamentales en los que se apoyan todas las campañas.

Esperamos que te animes a unirse a ENGAGE y acercar Europa a un futuro sostenible. Te puedes inscribir a través de nuestra web.

Atentamente,



El Alcalde de Heidelberg



BIENVENIDO A ENGAGE

05 ENGAGE EN 2 MINUTOS

06 5 RAZONES PARA UNIRSE A ENGAGE

07 TEMAS CLAVE DE LAS 12 CIUDADES PIONERAS

CAMPAÑAS CIUDADANAS ENGAGE

10 ¿Por qué necesitas una campaña de comunicación?

11 Empezando tu campaña local ENGAGE. Resumen.

13 BÚSCA

13 Conoce tu ciudad

14 Aprende de otros

15 PLANEA

15 Elabora un plan de la campaña

16 Comparte tus objetivos

17 INVOLUCRA

17 Ponte en marcha

20 Involucra a los actores locales

22 Conecta con los ciudadanos

27 CREA

27 Captura el momento

28 Crea carteles

29 ACTIVA

29 Enseña los carteles

30 Promueve las actividades

32 Celebra

ÚNETE A ENGAGE

36 GRACIAS POR EXPLORAR LA CAMPAÑA ENGAGE

36 ¿TE INTERESA TUBIR A BORDO?



BIENVENIDO A ENGAGE

BIENVENIDO A ENGAGE

CAMPAÑAS CIUDADANAS ENGAGE

ÚNETE A ENGAGE



ENGAGE EN 2 MINUTOS

ENGAGE ayuda a los pueblos y ciudades de toda Europa a contribuir a la construcción de un futuro energéticamente sostenible.

Ayudándote a trabajar con los representantes electorales, compañeros, ciudadanos y partes interesadas para abordar los problemas ambientales, ENGAGE te ayuda a producir ahorros energéticos reales.

La base son los objetivos de la UE para el año 2020 – más conocidos como los objetivos “3x20”:

- Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 20% (respecto a los niveles de 1990);
- Que el 20% de energía de la UE provenga de fuentes renovables;
- Reducir el consumo de energía primaria un 20% (en comparación con los niveles proyectados) mediante la mejora de la eficiencia energética.

¿Quién puede unirse a ENGAGE?



Muchas de las ciudades que participan en ENGAGE han firmado el **Pacto de Alcaldes**, un compromiso para ir más allá de los objetivos ‘3 x 20’. Sin

embargo, esto no es un requisito - una ciudad con objetivos locales energéticos y climáticos ambiciosos será un miembro bienvenido al ENGAGE.

Un grupo básico de 12 ciudades pioneras de 12 países diferentes han estado realizando campañas ENGAGE excepcionales desde 2010.



¿Cómo funciona ENGAGE?

ENGAGE consiste en animar a las personas a tomar parte. A través de una combinación de consejos, herramientas y tácticas, así como historias de éxito de nuestras 12 ciudades pioneras en toda Europa, esta guía le mostrará cómo lograr que los ciudadanos y las partes interesadas se involucren en construir un futuro energéticamente sostenible.

ENGAGE también ayuda a desarrollar un trabajo colaborativo entre las administraciones locales, las partes interesadas y los ciudadanos, enfrentándose a retos similares en diferentes países.

ENGAGE le ayuda a:

- COMPROMETER a tus ciudadanos a través de una campaña de carteles que cuentan historias locales reales;
- Dar a los ciudadanos la oportunidad de hacer tu propia promesa personal de ahorro de energía;
- Sensibilizar a los ciudadanos europeos sobre el ahorro de energía;
- ENGAGE un seguimiento y evaluación del consumo de energía con la herramienta de cálculo que elijas.

¿Qué gano yo?

Al final de una exitosa campaña de ENGAGE, tu ciudad:

- Tendrá muchos empleados públicos, miembros electos, ciudadanos, instituciones y empresas COMPROMETIDOS visiblemente a ser más eficientes;
- Será reconocida por tomar un papel de liderazgo en eficiencia energética y ayudar de manera significativa a impulsar la agenda de la sostenibilidad europea.



5 RAZONES PARA UNIRSE A ENGAGE

Formando parte de ENGAGE...

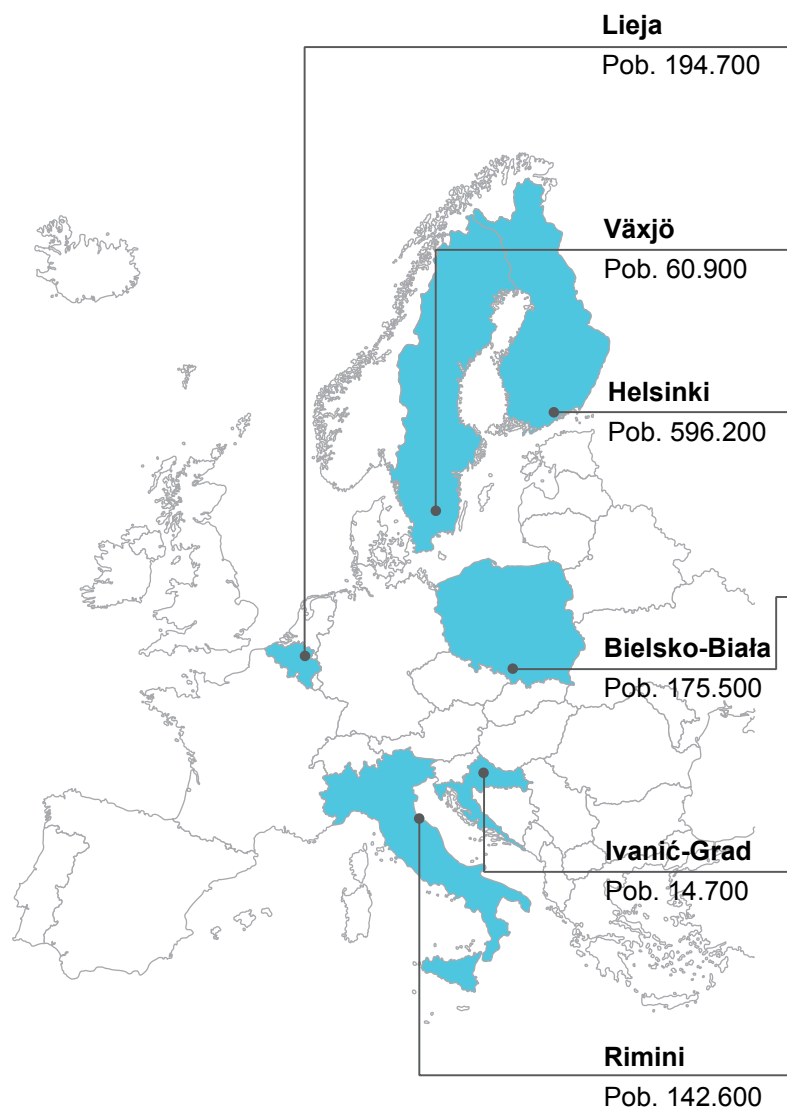
- 1** Ahorrarás energía, reducirás tus emisiones y contribuirás a los objetivos “3x20” de la UE
- 2** Establecerás relación con ciudadanos preocupados por la energía, el clima y la sostenibilidad
- 3** Reforzarás a los ciudadanos, empresas e instituciones a tomar parte en la construcción de tu futuro energético
- 4** Construirás una visión común de energía y sostenibilidad en tu entidad local
- 5** Probarás que las soluciones locales existen y que pueden llevar a ahorros energéticos reales



Participantes ENGAGE en Rennes Métropole (Francia)



TEMAS CLAVE DE LAS 12 CIUDADES PIONERAS



“Asegúrese de **tener en cuenta a tu audiencia** la hora de elegir los canales de comunicación de tu campaña. Una vez que la gente ha hecho COMPROMISOS, es importante para animarles a seguir, contarle a otros tu progreso y **ayudarlos a servir de ejemplo**”.

Fabienne Coumanne, Directora de Energía, Lieja (Bélgica).

“En Växjö organizamos eventos ENGAGE integrados en **eventos existentes**. Estas **sinergias son fundamentales** para el éxito de nuestra campaña”.

Sohie Kim-Hagdahl, Coordinador de Medio Ambiente, Växjö (Suecia).

“Planifique tus actividades ENGAGE con cuidado, **encuentre buenos socios para cooperar** y busque sinergias con otros eventos en el sector del medio ambiente. Tenga en cuenta que esto también es una buena oportunidad para profundizar en la participación de las empresas e instituciones y de las redes de la ciudad para el futuro”.

Tiia Katajamäki, Especialista de Proyectos, Departamento de Obras Públicas, Helsinki (Finlandia).

“En Bielsko-Biala, reconocemos la **necesidad de los municipios para capacitar y guiar a tus ciudadanos** en la adopción de medidas reales y comprometidas de ahorro de energía. Para involucrar a los ciudadanos hay que **pensar localmente** y tocar tus vidas diarias. Por ejemplo, los medios sociales son una gran manera de llegar a los jóvenes. **Emocione a la gente** con la campaña y los carteles, pero al mismo tiempo, inculque un sentido de responsabilidad por el medio ambiente local en el que viven”.

Katarzyna Kordas, Inspectora de la Oficina de Gestión de la Energía, Bielsko Biala (Polonia).

“En la ciudad de Ivanić-Grad el éxito de la campaña ENGAGE se basa en una **excelente cooperación con las empresas**, instituciones, asociaciones y ciudadanos. Como una **moderna campaña de comunicación participativa**, ENGAGE está presente en cada evento local en la ciudad”.

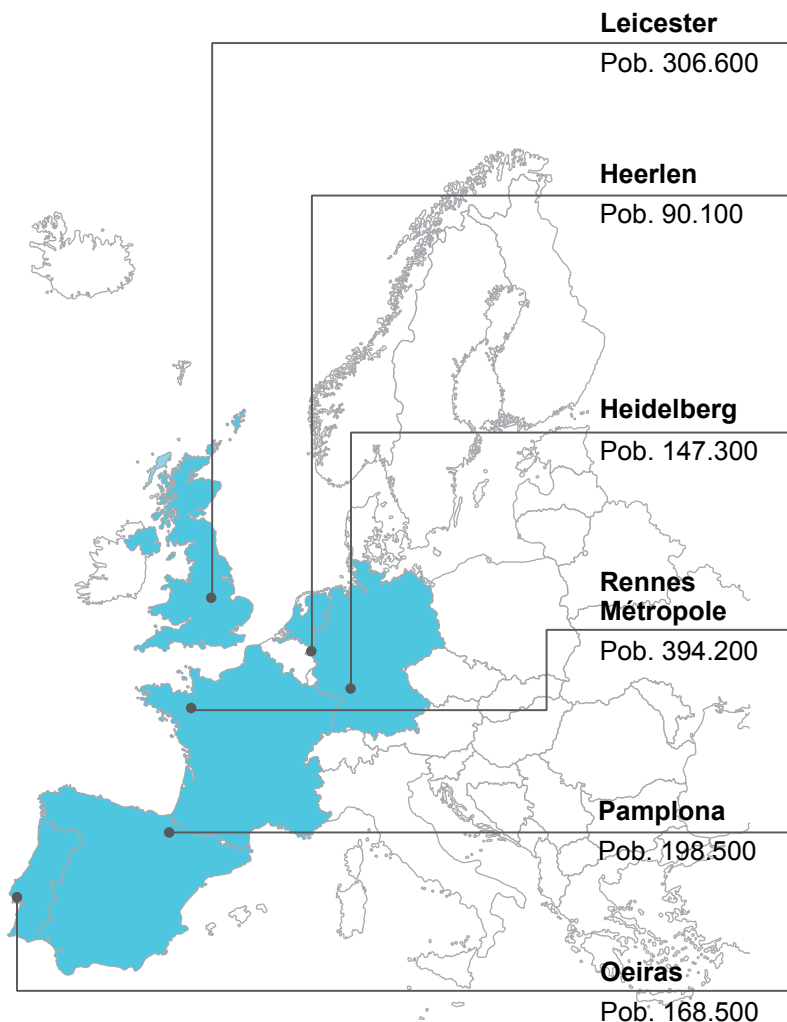
Vlatka Berlan Vlahsek, Jefe del Departamento de Desarrollo de la Ciudad, Ivanić-Grad (Croacia).

“Es muy importante **emplear a personal capacitado** y motivado de manera que tenga un equipo de trabajadores a tiempo completo en la campaña ENGAGE. Además, la creación de un **eslogan pegadizo** ayudará a distribuir la misión ENGAGE con facilidad por toda la ciudad”.

Davide Frisoni, Director de Energía, Rimini (Italia).



TEMAS CLAVE DE LAS 12 CIUDADES PIONERAS



Leicester

Pob. 306.600

“Tener en cuenta la **diversidad de la audiencia**, tales como grupos de minorías étnicas e idiomas, es una actividad vital en la planificación de la campaña”.

Darsheet Chauhan, Jefe de Equipo, Agencia Energética de Leicester (Reino Unido).

Heerlen

Pob. 90.100

“Los **buenos recursos** tienen un valor incalculable. Contar con personal comprometido, un buen plan de campaña, y un buen conocimiento de los eventos en toda la ciudad marcan la diferencia. Las **actividades también deben ser divertidas** - los regalos, sorteos y concursos hacen que los ciudadanos participen e incentivan el compromiso”.

Hans van der Logt, Coordinador Climático, Heerlen (Países Bajos).

Heidelberg

Pob. 147.300

“Invierte el tiempo en ser creativo. **Contrata a fotógrafos profesionales** para hacer carteles atractivos. Organiza eventos emocionantes y llamativos para atraer la atención del público”.

Dr. Hans-Wolf Zirkwitz, Director de la Oficina de Protección del Medio Ambiente, Inspección de Comercio y Energía, Heidelberg (Alemania).

Rennes Métropole

Pob. 394.200

“El seguimiento de los ciudadanos es fundamental para obtener el máximo ahorro de energía. Tener presencia online y los eventos y actividades regulares después de hacer los carteles le ayudará a **mantenerse en contacto** con todos los que se ha unido a la campaña”.

Brendan Catherine, Gestor de Energía, Rennes Métropole (Francia).

Pamplona

Pob. 198.500

“Para crear una campaña integral es necesario utilizar **diversos canales** de comunicación. Además, las **imágenes de alta calidad** y atención al detalle lo son todo”.

José Fermín Costero, Responsable de la Agenda Local 21, Pamplona (España).

Oeiras

Pob. 168.500

“Ha sido muy gratificante presenciar la **visibilidad que los objetivos “3x20” de la UE han ganado** gracias a ENGAGE. Creemos firmemente que este proyecto nos acercará mucho a los objetivos que hemos definido en nuestro Plan de Acción para la Energía Sostenible”.

Paula Cristina Santos, Gerente de Medio Ambiente, Oeiras (Portugal).



CAMPAÑAS CIUDADANAS ENGAGE

BIENVENIDO A ENGAGE

CAMPAÑAS CIUDADANAS ENGAGE

ÚNETE A ENGAGE



¿POR QUÉ NECESITAS UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN?

Una campaña de comunicación participativa es la mejor manera de conseguir que muchas empresas e instituciones se involucren rápidamente. Realizando una campaña de comunicación participativa, además de ahorrar energía y poder seguir las iniciativas, se maximiza el impacto y la sensibilización.

Las campañas participativas locales más eficaces son las que se planifican cuidadosamente. Esto implica tener una idea clara de los objetivos, metas, sectores de audiencia y mensajes clave con antelación. De esta manera, se puede comunicar impulsando la participación activa, en lugar de simplemente sensibilizar. Y serás capaz de medir el éxito y el impacto de tu campaña a posteriori con más facilidad.

Un plan de campaña fuerte te dará un marco de referencia en el que basar las comunicaciones y verificar que estás en el buen camino. Para obtener más información acerca de las directrices de la campaña de comunicación participativa, echa un vistazo a [este FAQ](#).

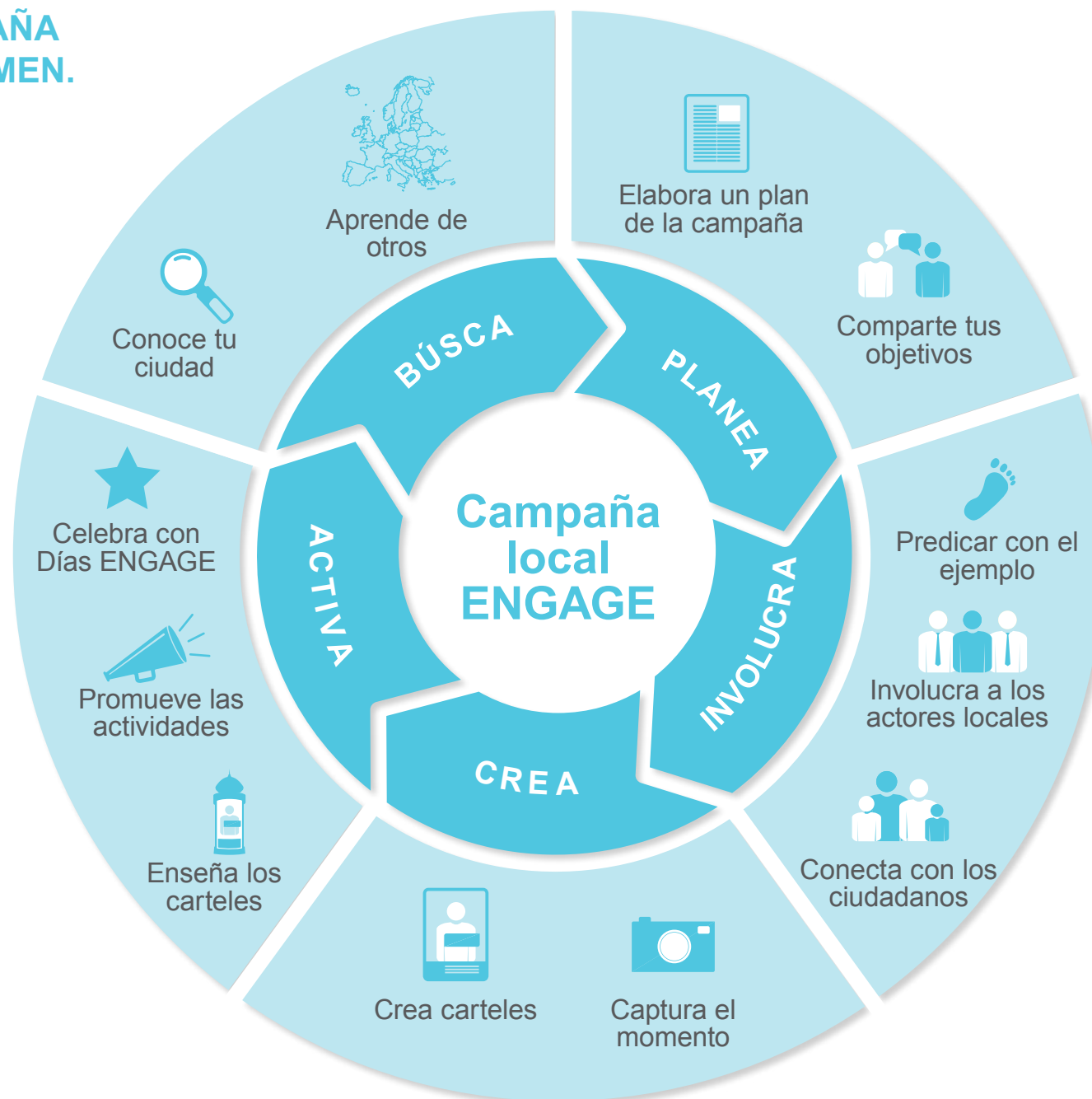


El Orfeón Pamplonés posa para tu cartel durante un evento de la campaña.



EMPEZANDO TU CAMPAÑA LOCAL ENGAGE. RESUMEN.

Hay cinco partes claras para la creación y el lanzamiento de una campaña ENGAGE local de éxito, cada una implica varias actividades. No necesitas hacer todas las actividades propuestas, pero te recomendamos que eches un vistazo a todas.



EMPEZANDO TU CAMPAÑA LOCAL ENGAGE. RESUMEN.

BÚSCA

Antes de planificar tu campaña ENGAGE, es importante recopilar información útil acerca de tu propia ciudad y aprender de otras campañas en toda Europa.



Conoce tu ciudad

► La información sobre el consumo de energía en tu ciudad, en particular, sobre una base individual, te será de utilidad cuando planifiques y pongas en marcha la campaña.



Aprende de otros ►

Investiga lo que otras ciudades ENGAGE han hecho y utiliza tu experiencia como fuente de inspiración.

PLANEA

Con una mejor comprensión de cómo la gente consume la energía en tu ciudad, y del enfoque de otras ciudades para COMPROMETER a tus ciudadanos, ya estás listo para comenzar a planificar tu campaña.



Elabora un plan de la campaña ►

Objetivos claros y plazos concretos darán estructura y dirección a tu campaña ENGAGE.



Comparte tus objetivos

► Compartir estos objetivos dentro de una visión de ciudad COMPROMETIDA es un primer paso importante hacia el fomento de la participación local.

INVOLUCRA

ENGAGE es fundamentalmente involucrar a las personas y llamar a la acción. Hay tres grupos de personas en los que centrar tu campaña. Cada uno tiene un papel que desempeñar en tu campaña.



Predicar con el ejemplo ►

Una poderosa forma de inspirar a ciudadanos, empresas e instituciones a participar en tu campaña es el uso de los representantes electorales y los funcionarios públicos como ejemplos a seguir.



Involucra a los actores locales

► Las ONG locales, empresas privadas y otras asociaciones oficiales pueden apoyar tu campaña y atraer la atención de los otros dos grupos de audiencia que se describen aquí.



Conecta con los ciudadanos ►

Obtener ciudadanos comunes y corrientes involucrados desde el principio en tu campaña hará que se sienta real y accesible para el resto de la gente de tu ciudad.

CREA

Para atraer la atención general hacia tu campaña necesitas materiales de comunicación de alta calidad.



Captura el momento

► Las fotografías de personas reales que hacen compromisos reales para reducir tu consumo de energía son un ingrediente esencial en tu campaña.



Crea carteles

► La herramienta online ENGAGE te ayudará a convertir simples fotografías en una campaña de carteles eficaz y reconocible para tu ciudad.

ACTIVA

Tu campaña está lista para ponerse en marcha - ¡ahora sácala ahí fuera!



Enseña los carteles

► Pon tus carteles en toda la ciudad y muéstralos en una galería de fotos online y con enlaces a redes sociales para ayudar a difundir el mensaje.



Promueve las actividades

► Desde la organización de eventos a la realización de promociones en medios sociales, hay muchas maneras para promocionar lo que está pasando con ENGAGE en tu ciudad.



Celebre a través de los días ENGAGE

► Es importante celebrar los compromisos y los logros de la gente. Los días ENGAGE son la oportunidad perfecta para hacer esto mientras atraes más atención a tu campaña.





CONOCE TU CIUDAD

La comunicación y la participación son claves para originar cambio. Pero, para saber si se está trabajando bien, se necesita cuantificar el cambio en términos de ahorro.

Antes de empezar a planificar y activar tu campaña ENGAGE, te recomendamos que realices un cálculo base del consumo de energía de las personas y organizaciones que participan, y poner en marcha un proceso para recopilar información sobre tus consumos. Esto te proporcionará los datos que necesitas para demostrar que tu campaña ha sido un éxito y aprender para la próxima vez.

ENGAGE ha creado algunas herramientas para ayudarle a establecer cálculos base y evaluar el cambio. Haga clic [aquí](#) para leer acerca de la medición y la evaluación de tu campaña ENGAGE y para ver un conjunto de datos clave para tu plan.

Cada una de las 12 ciudades pioneras eligió la herramienta de evaluación que mejor se adaptaba a tus necesidades para ayudar a medir y evaluar el ahorro de energía de los participantes.

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Conoce tu ciudad: El Espejo de CO₂ de Heidelberg, Alemania

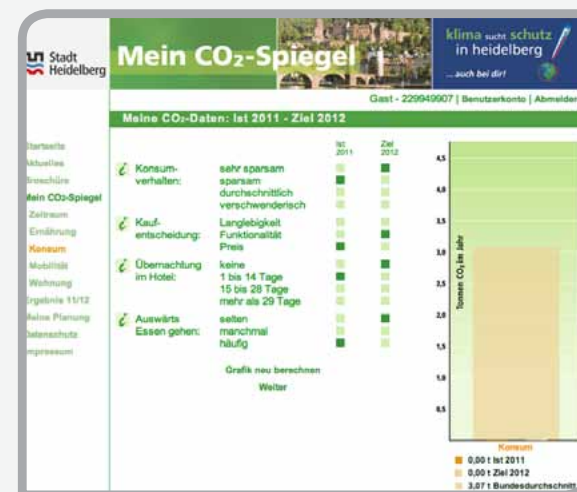
Cada habitante de Alemania es responsable de una media de 11 toneladas de CO₂ al año. Los objetivos “3x20” de la UE pretenden reducir esto un 20% para 2020.

La ciudad de Heidelberg ha desarrollado un “Espejo de CO₂” para reflejar tu consumo de energía. Esta herramienta en línea permite a los individuos medir la cantidad de gases de efecto invernadero que emiten cada día y luego establecer algunos objetivos para reducirla. El Espejo CO₂ se divide en cuatro secciones: Nutrición, Comportamiento del Consumidor, Movilidad y Vivienda. Los participantes pueden controlar tus emisiones de, por ejemplo, calefacción central y el transporte, y analizar tus hábitos diarios, como consumidores y compradores. Incluso pueden comparar tus resultados con la media nacional.

La herramienta ayuda a las personas a estimar la cantidad de energía que podrían ahorrar al hacer pequeños cambios de estilo de vida, como en tus desplazamientos o con la calefacción,

cada uno con pasos fáciles de seguir. En unos pocos clics, rápidamente se pueden calcular tu propia huella de carbono personal por un período de hasta cinco años, lo que les permite establecer objetivos.

[Más información](#) (página web en alemán).



El Espejo de CO₂ de Heidelberg es simple y fácil de usar





APRENDER DE OTROS

Además de las 12 ciudades pioneras que se mencionan en esta guía, hay muchas ciudades que ya se han unido a ENGAGE para participar y que han comenzado tus campañas en toda Europa. Informarse sobre estas campañas, e incluso hablar con las personas que las llevan, te será de utilidad para encontrar el mejor enfoque y empezar a planificar tu campaña.

Tenemos un sitio web lleno de recursos y una próspera comunidad en línea con las ciudades participantes. Puedes ver una gran galería de carteles en línea en el [sitio web de la campaña ENGAGE](#) y hacer preguntas específicas a las personas que han tenido experiencia de primera mano en la realización de las campañas.

A todas las ciudades se les anima a compartir documentos y detalles de utilidad para otras ciudades de tus campañas a través de tu cuenta en la herramienta de edición de carteles. [Echa un vistazo a este ejemplo de Heidelberg](#) para ver lo que queremos decir.

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Aprender de otros: **Ivanić-Grad: “Piensa en verde para un mañana mejor”,** **Croacia**

El equipo ENGAGE en **Ivanić-Grad** quería incentivar a la gente de tu ciudad para que participaran desde el primer día de la campaña. Docenas de ciudadanos se presentaron voluntarios para calcular tu consumo de energía actual e informar un año después para calcular la diferencia.

En el momento de la impresión de esta guía, se obtuvieron los primeros resultados de seis de las personas monitoreadas. De

A 76
ciudadanos se les realiza un seguimiento de tu consumo de energía.

media, habían ahorrado unos impresionantes 8.865 KWh y 32 toneladas de CO₂, que es un resultado muy alentador. En marzo de 2012, en **Ivanić-Grad** habían participado 312 ciudadanos, a 76 de los cuales se les realiza un seguimiento de tu consumo de energía.



El equipo ENGAGE de Ivanić-Grad publicita la campaña.



Ciudadanos de Ivanić-Grad se apuntan para evaluar tu consumo energético





CREAR UN PLAN DE CAMPAÑA

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

1

Marca objetivos

¿Cuál es la razón de ser de ENGAGE en tu ciudad? Define cuidadosamente el propósito de tu campaña.

2

Fija metas a alcanzar

Conecta los objetivos de la campaña con metas cuantificables que desees alcanzar en determinadas fechas.

3

Conoce tu audiencia

Considera la realización de investigaciones sobre cada uno de tus grupos de audiencia. Acércate a la población de tu ciudad desde una perspectiva amplia.

4

Prepárate

Decide de antemano cómo vas a medir el éxito de tu campaña. Piensa con cuidado sobre tu proceso de evaluación.

5

Piensa local-mente

Cuando se trata de ahorro de energía, las soluciones son locales. COMPROMETE a las empresas e instituciones al principio y tendrás las conexiones necesarias para impulsar el cambio en tu ciudad.

6

Construye relaciones sólidas con los medios de comunicación

Establece y nutre tus vínculos con periodistas locales y mantenerlos actualizados acerca de las actividades de campaña.

7

Define mensajes clave a medida

Elabora mensajes centrales de la campaña para incorporarlos en todos los materiales de comunicación. Esto podría incluir el nombre de tu campaña.

8

Utiliza tácticas creativas

Encuentra formas creativas para atraer la atención y despertar la curiosidad en tu ciudad.

9

Hazlo divertido

El ahorro energético a veces puede parecer poco interesante - asegúrate de organizar actividades atractivas que incentiven e inspiren a los participantes.

10

Evaluar, valorar y repetir

Continúa midiendo tus resultados, y aprendiendo de tu análisis. Recuerda siempre celebrar tus éxitos, grandes y pequeños.





COMPARTE TUS OBJETIVOS

Una vez que desarrolles tus objetivos, es el momento de compartirlos en el ámbito local. Para dar a la gente una idea del panorama, lo mejor es mostrar cómo los objetivos de tu ciudad se ajustan a los objetivos “3x20” de la UE u otros objetivos energéticos ambiciosos y a largo plazo. Recomendamos hacer esto junto a una declaración de la visión o la misión de tu ciudad - algo que hace que la gente se emocione con el resultado final.

A parte de crear emoción con tu campaña, la razón principal para la difusión de tus objetivos desde el principio es que necesitarás tanta gente COMPROMETIDA como sea posible. Los objetivos energéticos y climáticos requieren acción de muchas áreas diferentes, incluyendo los departamentos municipales de comunicación, medio ambiente, transporte, bienestar y servicios sociales, urbanismo y obras...

Por eso recomendamos que se celebren regularmente reuniones interdepartamentales para que en los departamentos de la ciudad se pueda hablar de estos objetivos transversales y unir fuerzas para lograrlos.

Como puedes ver en este ejemplo de la ciudad de Bielsko-Biala, en Polonia, estas reuniones pueden resultar muy efectivas en hacer que las cosas sucedan.



BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Comparte tus objetivos: reuniones interdepartamentales, Bielsko-Biala, Polonia

Dentro de un período de 18 meses, el equipo de ENGAGE en Bielsko-Biala celebró siete reuniones interdepartamentales. En ellas, participaron miembros de la oficina del alcalde, incluyendo el propio alcalde, Jacek Krywult, en varias ocasiones.

Otros departamentos que asistieron incluyen el Departamento de Protección del Medio Ambiente, el Departamento de Estrategia de la Ciudad y el Jefe de Departamento de Promoción de la Ciudad. Empleados de los equipos de informática, comunicación y gestión urbana también se incorporaron.

En la primera reunión (septiembre de 2010) se estableció un equipo permanente para la “educación en la eficiencia energética”. Todos los participantes acordaron mantenerse en contacto para compartir información e ideas. El equipo también escogió tres escuelas donde planeaban presentar sus logros en el día ENGAGE.

En la siguiente reunión, el equipo elaboró un cuestionario de eficiencia energética para medir las actitudes de los ciudadanos respecto al cambio climático. También se editaron folletos

sobre cómo Bielsko-Biala está apoyando a la eficiencia energética y las energías renovables.

Estas reuniones interdepartamentales han proporcionado una plataforma invaluable para informar sobre el progreso y avanzar en objetivos comunes. Como resultado directo, la Oficina de Gestión de la Energía ha ayudado a las instituciones educativas para COMPROMETER a los jóvenes en la campaña. Según el equipo de Bielsko-Biala los resultados de este tipo no habrían sido posibles sin las reuniones interdepartamentales regulares y bien organizadas.



El alcalde Jacek Krywult y el teniente de alcalde Zbigniew Michniewski participando en el día ENGAGE en Bielsko-Biala.



PREDICAR CON EL EJEMPLO

Parte de una potente campaña de comunicación ENGAGE es tener la plena participación de los miembros electos y los funcionarios públicos, particularmente en el cartel de campaña.

Su cara en carteles exhibidos públicamente es una gran prueba social para todos los ciudadanos. Predicar con el ejemplo es mucho más eficaz que la simple predicación, por lo que si estas figuras influyentes demuestran que están “caminando el camino, no sólo hablar por hablar”, son mucho más propensos a convencer a los ciudadanos para hacer lo mismo. Como se puede ver en estos ejemplos de las ciudades de Pamplona, Rennes Métropole y Ivanić-Grad, una figura fuerte al frente de una campaña realmente vale la pena.

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Predicar con el ejemplo: Rennes Métropole, Francia

Rennes Métropole es una comunidad de aglomeración de casi 400.000 habitantes, compuesta por la ciudad de Rennes y los 36 pueblos que lo rodean. Rennes y 33 de las ciudades miembro son firmantes del Pacto de Alcaldes. Cada autoridad local elaboró y aprobó su plan de acción de energía en 2010.

ENGAGE se propuso a estos firmantes como una herramienta para informar a los ciudadanos acerca de sus objetivos y las acciones que aprobaron.

Cada ciudad que se apuntó creó una serie de carteles de representantes electos que ilustraban el plan de acción y que añaden un aire de realidad a los compromisos. En total, Rennes Métropole ha creado 54 carteles de miembros electos, incluyendo alcaldes y representantes de los 33 pueblos.

Rennes
Métropole
54
carteles de
representantes
electorales



Françoise Guesbier, Teniente de Alcalde - mayo de 2011





Predicar con el ejemplo: COMPROMISO del Alcalde, Pamplona, España

Yolanda Barcina era la alcaldesa de [Pamplona](#) desde 1999 hasta 2011 y promovió el desarrollo sostenible en todo su tiempo en la alcaldía. El Ayuntamiento de [Pamplona](#) se unió al Pacto de los Alcaldes en 2009 y fue invitado a ser una ciudad pionera en el proyecto ENGAGE.

La Alcaldesa se comprometió en su cartel a “instalar más escaleras mecánicas y ascensores públicos en la ciudad para mejorar la accesibilidad” a tiempo para el lanzamiento oficial de

ENGAGE. (Por desgracia, no pudo seguir adelante con el compromiso personalmente debido a que no se presentó a la reelección).

Su sucesor, el alcalde Enrique Maya, continúa con el compromiso del Ayuntamiento con el desarrollo sostenible:

- Él se ha comprometido “a ahorrar un 10% en el consumo energético de los edificios municipales para el 2015”
- 80 funcionarios públicos y representantes electorales (aproximadamente el 5% del total de la plantilla) se han COMPROMETIDO, con 35 compromisos contraídos como resultado.
- Todos los miembros del Pacto de los Alcaldes de España fueron invitados a [Pamplona](#) para conocer ENGAGE.



El alcalde Enrique Maya se ha comprometido a ahorrar un 10% de la energía consumida en los edificios municipales para el año 2015.

80
empleados
públicos
comprometidos





PREDICAR CON EL EJEMPLO

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA



El Presidente de la República de Croacia Ivo Josipovic participó en la campaña de Ivanić-Grad.



El Teniente de Alcalde de Helsinki, Pekka Sauri, se comprometió a continuar con la promoción sistemática de la eficiencia energética en Helsinki, en un entorno urbano, edificios y oficinas, y luego envió una carta firmada a todos los departamentos que desafiaba a todos a participar en la campaña.



Estos políticos en Oeiras hacen un compromiso conjunto para reducir la energía en consonancia con uno de los objetivos de los "3x20" de la UE.





INVOLUCRAR A LOS ACTORES LOCALES

BÚSCA

PLANEA

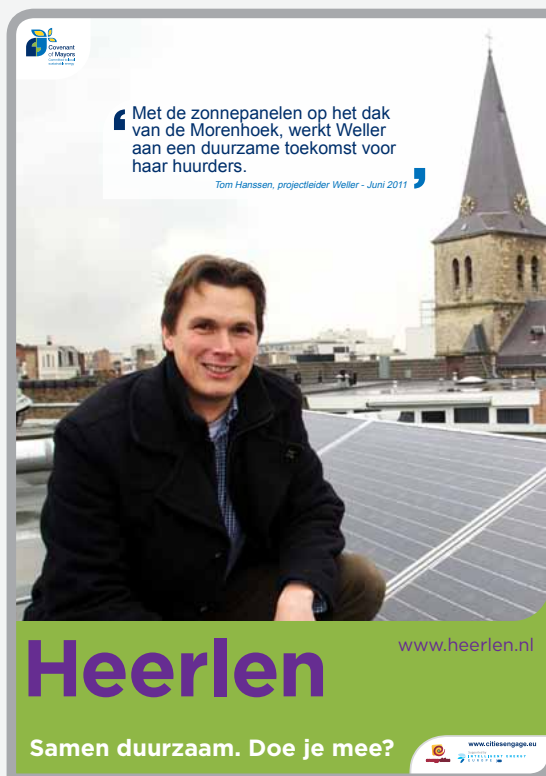
INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Involucrar a los actores locales: **Embajada del Clima de Heerlen, Países Bajos**

Bajos



Tom Hanssen, del Club 20 para 20, se compromete a instalar paneles solares en los tejados de la asociación de vivienda del proyecto Weller.

La Embajada del Clima en **Heerlen** tiene un grupo de actores especiales que representan 20 grupos de destinatarios. Esto se conoce como el “Club de los 20 para los 20” y se reúne dos veces al año para asesorar al Alcalde en la política climática, las acciones y recomendar qué hacer y no hacer.

Este grupo está formado por representantes de las asociaciones de la construcción, las empresas técnicas, grupos ambientalistas, el sector del transporte, el sector de la gestión de residuos, los arquitectos y ciudadanos.

Para unirse, los miembros tenían que demostrar que habían hecho algo para ahorrar energía o para reducir sus emisiones de carbono - la mayoría hizo un además un cartel ENGAGE. A continuación, podían registrar su proyecto, que sería promovido y discutido en la web municipal.

La participación de una amplia gama de actores locales en tu campaña ENGAGE aumentará su alcance y el éxito. Alguien que juega un papel significativo en las comunidades puede enviar un mensaje muy potente, tanto para los cargos electivos y para los ciudadanos. Estas partes interesadas pueden incluir líderes de la comunidad, o las figuras respetadas de los grupos y organizaciones civiles en la sociedad.

Las 12 ciudades pioneras COMPROMETIERON a un diverso grupo de partes interesadas para sus campañas de gran éxito.





INVOLUCRAR A LOS ACTORES LOCALES

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Involucrar a los actores locales: Lieja, Bélgica

El equipo ENGAGE de Lieja identificó una amplia gama de actores locales que querían participar en su campaña.

Muchas organizaciones locales, incluidas las universidades, hospitales y proveedores de energía, ya realizaban una gestión activa de su energía. Sin embargo, estos grupos a menudo se centran en los aspectos técnicos de ahorro de energía, así que el equipo ENGAGE aprendió a comenzar siempre una nueva relación, mostrando el valor de las comunicaciones y las campañas participativas.

Para aquellos que aún no gestionaban activamente la energía en sus organizaciones, el equipo ENGAGE de Lieja utilizó las estructuras corporativas como la Asociación de Comerciantes y de la Real Orden de Arquitectos como plataforma. El uso de intermediarios de esta manera era mucho más eficaz que el simple envío de correo electrónico.

Se organizó una conferencia con algunos de estos actores en un Día de la Energía en noviembre de 2011. Su reto, ir hacia adelante, es nutrir las relaciones construidas en esta conferencia y desarrollar una red más fuerte que puede hacer uso de las sinergias y compartir experiencias de aprendizaje.



VivaCité Radio se comprometió a mantener la temperatura en su estudio a 19 grados.



El grupo final y más importante a participar en tu campaña ENGAGE son los ciudadanos de tu ciudad. Sin su participación activa y apoyo, tu campaña no llegará a su máximo potencial.

Cuando desarrolles tu estrategia de participación para los ciudadanos, te sugerimos tener los siguientes dos puntos en mente:

- Tu campaña va a generar un gran interés cuando se inicia por primera vez: la gente se entusiasma con la idea de aparecer en un cartel en su ciudad. Para sacar el máximo provecho de esto, asegúrate de que sea fácil para la gente participar y utilizar siempre las tácticas eficaces, **comunicaciones** claras e interesantes.
- A medida que desarrollas tu estrategia, asegúrate de que las actividades de tu campaña participativa siempre reflejan tus objetivos generales y la estrategia. Considera el desarrollo de mensajes clave, como parte de tu plan de campaña para ayudar a conseguirlo.

Las 12 ciudades pioneras utilizan una amplia gama de tácticas para involucrar a la gente. Aquí hay un puñado de sus ideas, junto con ejemplos, que se puede utilizar para movilizar a tus ciudadanos. Varias de estas tácticas podrían ser adaptadas a cualquier aspecto de tu campaña, desde la fotografía del cartel de eventos o notas de prensa.



Usar los eventos para reclutar

Muchas de las ciudades pioneras organizaron eventos para reclutar a los ciudadanos a la campaña. Estos van desde stands independientes hasta puntos de información en eventos municipales deportivos, musicales, de cambio climático, artísticos o ambientales.

Cuando vayas a organizar un evento ENGAGE para tu campaña, recuerda que debes mantener el enfoque positivo y aprovechar la ocasión para celebrar cualquier logro relacionado con la energía.

Usar los eventos para reclutar: **Diversos eventos para el reclutamiento: días de reclutamiento de Leicester, Reino Unido**

El Festival de Riverside, junio 2011 ► El equipo ENGAGE de **Leicester** acordó tener un stand en el área de la aldea ecológica del enorme festival de la ciudad a orillas del río. Se aprovechó la ocasión para conocer a muchas personas locales y animarles a hacer promesas. El evento estaba lleno de personas locales de ideas afines y grupos y, con un día soleado para el arranque, fue una experiencia muy positiva. El festival fue importante tanto para el reclutamiento y para el intercambio de entendimiento con los grupos de socios potenciales.

El Día más Fresco de Leicester College, septiembre 2011 ► El equipo ENGAGE hizo otra exitosa aparición en la feria Más Fresca de la universidad de **Leicester**, donde los estudiantes

y el personal se animó a venir y hacer carteles con compromisos. El equipo usó el evento para apoyar los planes propios de sostenibilidad de la universidad y para promover los objetivos de la campaña ENGAGE.



Plantación de árboles en Riverside Festival de Leicester

Usar los eventos para reclutar: La Hora del Planeta 2011 en Växjö, Suecia

El equipo ENGAGE de Växjö llevó a cabo un evento de reclutamiento en el año 2011, coincidiendo con el evento internacional sobre el clima, la Hora del Planeta. El evento reunió a más de 200 personas y sirvió como una oportunidad fantástica para COMPROMETER a muchos ciudadanos y actores locales. Veinte personas se comprometieron y fueron fotografiados profesionalmente para sus carteles.

El evento tuvo una amplia gama de puestos y actividades para promover los diferentes aspectos de la campaña ENGAGE. Estos incluyen todo, desde la sopa respetuosa con el clima gratis, a la sesión de fotos que se ha descrito anteriormente y una ceremonia de entrega de la escuela de mayor eficiencia energética, presentado por el alcalde Bo Frank. Cuatro coros diferentes se unieron para un concierto, que dio una fuerte impresión del impacto de las personas que trabajan juntas. Cada participante recibió una bolsa de tela como un regalo bajo en carbono y de sensibilización.



Los ciudadanos de Växjö se comprometieron durante la Hora del Planeta.



La sopa respetuosa con el clima se sirvió a los participantes de La Hora del Planeta.



Coros de Växjö cantando a los ciudadanos



Usa eventos para reclutar: Fin de semana largo de Rimini, Italia

En octubre de 2011, Rimini organizó un evento de fin de semana largo de Energía, Educación y Sostenibilidad. Los tres días fueron un crisol de tradición local, cultura y energía sostenible.

Cientos de personas visitaron el stand ENGAGE durante el evento. Cerca de 150 se convirtieron en ciudadanos comprometidos y 110 de ellos se fueron con su póster creado. Esto incluyó a figuras influyentes de los gobiernos locales, sobre todo el alcalde Andrea Gnassi, el teniente de alcalde de Energía y Medio Ambiente, Sara Visintin, y otros muchos empleados públicos.

El equipo de Rimini organizó diversas formas para que las personas supieran más sobre la energía y la campaña ENGAGE:



- Un “árbol de compromiso” para que las personas colocaran sus compromisos en adelante, dando una fuerte impresión de la imagen más grande y proporciona un montón de inspiración para los ciudadanos que aún no participan.
- Los juegos y experimentos relacionados con las fuentes de energía, adecuado para niños y adultos. Estos fueron gestionados por expertos en educación con experiencia en energía.
- Expertos en energía repartieron folletos informativos y hablaron a los ciudadanos, y un ingeniero presta servicios de asesoramiento sobre energía.
- Una calculadora de huella de carbono a los que varias personas se inscribieron para tener un seguimiento de tu consumo de energía
- Un set de fotografía para sesiones de fotos de compromisos
- Dos burros fueron empleados como embajadores de la energía para ayudar a

explicar conceptos básicos de sostenibilidad a los niños. En la mañana del domingo, Flora y Giuditta (los burros) llevaron a los niños en una caminata de dos horas desde las colinas hacia el centro de la ciudad para promover las líneas Pedibús 15 minutos para las escuelas primarias.



Involucrar personas famosas

¿Conoces a alguna persona famosa local y puedes persuadirlos a participar en la campaña de carteles? Piensa en tu audiencia y, como en los ejemplos que se dan aquí, ¡considera pedirselo a celebridades de todos los ámbitos de la vida!

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Involucrar personas famosas: Mikel Urmeneta, Pamplona, España

Mikel es famoso en **Pamplona** por su empresa de diseño 'Kukuxumusu'. La compañía comenzó a diseñar camisetas, pero con el tiempo, se han extendido a una amplia gama de merchandising. Esto incluye muchos productos relacionados con las fiestas de San Fermín y los toros. Mikel ha creado un personaje llamado "Testis el Toro", que ahora es muy famoso en toda la ciudad.

Aunque Mikel no estaba viviendo en **Pamplona** en el momento, el equipo ENGAGE de **Pamplona** logró conseguir su apoyo para la campaña. Con la ayuda de un amigo fotógrafo, Mikel diseñó un gran cartel para representar su compromiso de utilizar menos energía durante el invierno. El cartel muestra a Mikel con el disfraz de Testis el toro con la afirmación: "Abrigarme más y no abusar de la calefacción en invierno en casa". El equipo utilizó el cartel (y una persona disfrazada de Testis de Kukuxumusu) en un evento en la calle en las fiestas de San Fermín. Como resultado, el stand ENGAGE fue muy popular, especialmente con los niños, y un montón de personas se inscribieron en la campaña.



Involucrar personas famosas: Optimus Alive, Oeiras, Portugal

El equipo de **Oeiras** contrató a dos bandas locales durante el Optimus Alive - un evento anual de música nacional que se lleva a cabo en **Oeiras**. “The Gift” y “Homens da Luta” hicieron sus propios carteles-compromiso.

The Gift son una banda portuguesa de pop rock alternativo que, en 2005, ganó el premio MTV Europa a mejor concierto en portugués y se convirtió en la primera banda portuguesa de tener un vídeo musical en MTV.



The Gift se compromete a hacer todos tus conciertos sostenibles

Homens da Luta (Los hombres de la lucha) son un grupo portugués de comedia improvisada y música en la calle. Sus canciones y personajes son parodias basadas en música y personas de la Revolución de los Claveles de 1974. Representaron a Portugal en el festival de Eurovisión 2011 en Dusseldorf, Alemania.



Homens da Luta hacen un compromiso

Exhibiciones

¿Puedes pensar en una exhibición o un número atractivo que atraerá la atención del público y les motivará a asistir a tu evento? Puedes leer acerca de un número de hielo en **Heidelberg** en su **análisis de campaña** (de la página 15 en adelante).

Historias de la vida real

¿Está preparado alguno de los participantes en los carteles a hablar sobre sus experiencias de ahorro de energía? A los periodistas y a los lectores les gustan las historias personales y están interesados en escuchar acerca de las personas similares a ellas.

Organiza una serie de eventos

Si desarrollas una secuencia de eventos, el carácter continuo de la campaña ofrecerá a los periodistas una narración, y los ciudadanos viven una historia para seguir y quizás contribuir.





CAPTURA EL MOMENTO

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Una gran parte de la campaña ENGAGE de implica pedir a las partes interesadas y a los ciudadanos que aparezcan en carteles en toda la ciudad. A los que están de acuerdo se les pedirá que hagan una promesa de ahorro de energía o COMPROMISO y asistir a una sesión de fotos. Los carteles creados contarán con una fotografía del ciudadano junto con su compromiso.

Estos carteles se colgarán por toda la ciudad para inspirar a otros a unirse a la campaña.

La campaña de carteles con fotos es una táctica altamente efectiva porque se trata de una solicitud clara y específica. El cambio climático y el consumo energético son temas complicados, los ciudadanos son más propensos a responder a una llamada clara a la acción.



Toma de fotografías por profesionales en Helsinki y Växjö

Sesiones de fotos: Rennes Métropole, Francia

● Cada pueblo en esta comunidad de aglomeración contó con un fotógrafo y un animador de los eventos locales para captar compromisos personales y fotografías. Más ejemplos de carteles de las ciudades de alrededor se pueden ver en su [galería de carteles](#).

Lista de sesión de fotos ENGAGE:

- ☐ Organiza una sesión de fotos en un evento público y atrae a la gente con comida y música, o motívalos con premios.
- ☐ Toma la foto en un lugar al aire libre si es posible y trata de elegir un día soleado, con buena luz para conseguir fotos más brillantes y más alegres.
- ☐ Contrata a un fotógrafo profesional y usa la iluminación adecuada - esto aumentará en gran medida la calidad de las fotos.
- ☐ Elige una ubicación emblemática de la ciudad para disparar, o elige un lugar con un telón de fondo.





CREA CARTELES

Los carteles creativos te ayudarán a promover las contribuciones de los ciudadanos, al tiempo que atrae la atención de los interesados y ciudadanos de toda la ciudad.

Nuestra herramienta en línea fácil de usar te ayudará a crear carteles a medida que se adapten a tu ciudad, pero con el estilo ENGAGE. Puedes incluso desarrollar tu propio logotipo para tu uso en los carteles si lo deseas. El diseño de los carteles hace que comuniquen de manera efectiva los compromisos personales de ciudadanos y partes interesadas comprometidas. Este enfoque tipo plantilla permite que se integre una campaña participativa y que se propague fácilmente. Visita nuestra [galería en línea](#) para ver muchos ejemplos de los carteles en acción.

Estos carteles pueden ayudar a crear una sana competencia y alentar a los participantes a ceñirse a sus promesas de energía y quizás incluso a controlar su consumo energético. Al subir los carteles a la galería en línea, los ciudadanos podrán votar por su cartel favorito. Exponiendo los “COMPROMISOS” de todos los participantes también se demuestra el poder combinado de las acciones de ahorro de energía de miles de ciudadanos.



BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Si tu ciudad ha firmado el Pacto de los Alcaldes, el logotipo aparecerá aquí.

Usa un fotógrafo profesional para ayudarte a capturar imágenes de alta calidad, en vertical o apaisadas, de tus participantes. La imagen es lo que hace que cada cartel sea original, ¡por lo que invitamos a todos los involucrados a ser creativos!

Tu logo de la campaña ENGAGE va aquí. Puedes crear un logotipo con un diseñador profesional, o simplemente utilizar una frase de texto.

El logo de tu ciudad, se inserta automáticamente aquí.



En este cuadro puedes escribir el COMPROMISO del participante que está en la imagen.

Aquí es donde va el nombre de la persona, personas u organización que se COMPROMETE. El mes y año se añadirá automáticamente.



EXHIBIR CARTELES

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Los carteles ENGAGE juegan un papel central en la campaña participativa de tu ciudad. Estos son algunos ejemplos inspiradores y creativos de las 12 ciudades pioneras, donde se han utilizado carteles para exhibir sus campañas.

Además de poner estos carteles en lugares físicos alrededor de la ciudad, te recomendamos que los muestres en línea y a través de cualquier otro canal disponible. También se pueden vincular a los medios sociales, como una página de Facebook ENGAGE, para que tus ciudadanos puedan comentar o votar por sus favoritos.



Pamplona exhibió varios carteles con COMPROMISOS durante un día ENGAGE en octubre. © fotos Ayuntamiento de Pamplona



Oeiras muestra varios carteles por toda la ciudad



Helsinki muestra los carteles con compromisos en las mejores ubicaciones. © fotos Ciudad de Helsinki



PROMOVER LAS ACTIVIDADES

La cobertura de los medios es esencial para ayudar a tu campaña ENGAGE a coger impulso. Los medios locales son una necesidad, pero cualquier medio de cobertura nacional y europea que atraigas reforzará, obviamente, tus esfuerzos.

La atención de los medios a veces puede surgir de lugares impredecibles y tomar forma de manera sorprendente. Aquí hay algunas ideas para la promoción, así como algunos ejemplos inspiradores de la cobertura de los medios de comunicación alcanzados por los equipos ENGAGE en las 12 ciudades pioneras.

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Consejos de promoción

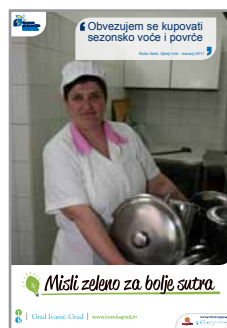
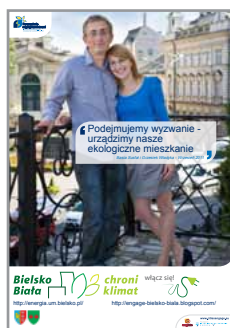
Fuera de lo común ► A los periodistas les gustan las cosas inusuales, raras y únicas. ¿Cómo se puede reflejar esto en la fotografía del cartel o en uno de tus eventos?

La primera ► Si es lo suficientemente interesante, la primera vez que se lleva a cabo una actividad lo convierte en noticia.

La única ► ¿Es la tuya la única ciudad en tu país de participar en esta iniciativa europea? A los periodistas de medios regionales les va a gustar saberlo.

Una y no más ► JA los periodistas les gusta escribir sobre los sucesos que solo ocurren una vez.

El más grande, el más pequeño, el más largo, el más corto ► Los extremos hacen buenas las historias. ¿Podría vincular esta idea con un número para el evento e invitar a asistir a un fotógrafo de la prensa?



Ir online

Cada ciudad ENGAGE tiene sus carteles en una [galería en línea](#) en el [sitio web ENGAGE](#). Para complementar esta presencia en Internet, muchas ciudades utilizan las redes sociales para aumentar la conciencia pública y mayor participación de los ciudadanos.

- [Pamplona](#) generó una gran cobertura mediática con un número de un coro y un video viral en [YouTube](#)
- [Helsinki](#) utiliza canales de medios sociales en línea interactivos, tales como su [activa página en Facebook](#)
- [Bielsko-Biała](#) tiene un [blog](#) donde los ciudadanos pueden mantenerse en contacto y compartir tus historias ENGAGE, desafíos y experiencias.



Ir online: [Rennes Métropole, Francia](#)

La campaña ENGAGE en [Rennes Métropole](#) tiene un sitio web que cuenta con carteles y acciones locales. Los visitantes pueden hacer preguntas a través de un foro y hay un boletín mensual que mantiene a los lectores al día con las últimas noticias de su campaña.

La campaña también tiene una [página de Facebook](#) y una cuenta [Twitter](#) que, entre otras cosas, promueve acciones locales de energía intercambiando recursos de toda la Web. Los carteles de campaña también se publican en Facebook - hay un álbum para cada una de las 37 ciudades que participan en la campaña.



Plan climat énergie RENNES METROPOLE

La gente puede seguir la campaña a través de estos canales, por lo que es más fácil interactuar y compartir la campaña con sus amigos. Actualmente hay cientos de personas siguiendo activamente a ENGAGE [Rennes Métropole](#) en línea, mostrando que los medios de comunicación sociales son una fantástica herramienta para el intercambio de noticias e información, y mostrar algo del buen trabajo que ya se ha hecho.

SOUTENIR

0 2 7 4

PERSONNES SOUTIENNENT
LA CAMPAGNE
Rejoignez-les !

S'ENGAGER !

VOUS POUVEZ AGIR SUR

- Votre logement
- Vos déplacements
- Votre consommation

ECHANGER

PARTAGEZ VOS EXPÉRIENCES
SUR LE FORUM

Login
Mot de passe

S'inscrire / Mot de passe oublié ?



CELEBRA CON DÍAS ENGAGE

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

Las 12 ciudades pioneras de la campaña ENGAGE organizaron días ENGAGE locales para agradecer a la participación y la implicación de los ciudadanos y partes interesadas en la campaña. Todas las ciudades realizaron emocionantes eventos de los que comentamos algunos puntos fuertes a continuación.

300
asistentes
50
nuevos
carteles

Celebra con Días ENGAGE: Día ENGAGE en Leicester, Reino Unido

El equipo ENGAGE de **Leicester** quería concienciar y animar a los ciudadanos para hacer un cartel compromiso.

Celebraron un Día ENGAGE el lunes 17 de octubre de 2011 en el Shree Sanatan Mandir y el Centro de la Comunidad, donde niños, ancianos y representantes de la comunidad religiosa pudieron visitar una exhibición. La fecha había sido cuidadosamente elegida para que coincidiera con las vacaciones de las escuelas locales y el festival hindú de Diwali.

a low carbon city
greener Leicester

Destacan de ese día la realización de decoraciones de Diwali a partir de materiales reciclados, aprender a usar las nuevas bolsas de reciclaje de color naranja de la ciudad, asesoramiento gratuito sobre la salud, consejos sobre la bici y la participación en cantos y bailes tradicionales. El taller más popular fue sobre cómo reciclar los materiales antiguos en nuevos trajes y decoraciones. Más de 300 personas asistieron, incluyendo seis grupos ecologistas, y se hicieron en el día 50 nuevos carteles compromiso.



El taller sobre cómo reciclar los materiales antiguos en nuevos trajes fue muy popular.



Los niños de Leicester demostraron su creatividad haciendo decoraciones Diwali partir de materiales reciclados.





CELEBRA CON DÍAS ENGAGE

BÚSCA

PLANEA

INVOLUCRA

CREA

ACTIVA

BIENVENIDO A ENGAGE

CAMPAÑAS CIUDADANAS ENGAGE

ÚNETE A ENGAGE

Celebra con Días ENGAGE: Hacer más verde Växjö, Suecia

El equipo ENGAGE en Växjö quería dar a los departamentos de vivienda y energía la oportunidad de demostrar sus recientes esfuerzos para hacer más verde Växjö. Llevaron a cabo un Día ENGAGE, que también proporcionó una gran oportunidad para promover los planes del equipo para comenzar a recoger los residuos domésticos para la producción de biogás.

1.300 ciudadanos visitaron la biblioteca, expresando sus puntos de vista y discutiendo las cuestiones ambientales con los representantes de Växjö. 45 carteles se hicieron tan solo ese día, y desde entonces, 170 se han

realizado en total. Se llevaron a cabo cuatro micro seminarios donde se habló de todo, desde vehículos eléctricos a objetivos climáticos.

Uno de los puntos destacados de la jornada fue revelar los resultados de “El desafío de los políticos” en la que dos políticos que habían estado compitiendo para ahorrar la mayor cantidad de energía posible participaban en un juego de preguntas y un concurso de reciclaje.



Exhibiendo carteles en la biblioteca



El equipo ENGAGE habla con los ciudadanos.



Lonas invitan a la gente de la zona a “¡Hacer Växjö más verde!”

1,300
visitantes
170
nuevos
carteles





Celebra con Días ENGAGE: Día de la Energía en Helsinki, Finlandia

El equipo ENGAGE de Helsinki quería promover el conocimiento de sus proyectos y activar a los ciudadanos para hacer tus propios compromisos y carteles. Se celebró un Día de la Energía el sábado 26 de marzo de 2011, durante el día de la Hora del Planeta.

El tema principal era la “energía cinética”, y el equipo combinó entretenimiento con información útil y muchos consejos sobre estilos de vida sostenibles. La primera mitad del día se centró en las familias y los niños y la segunda mitad terminó en la pista de baile con ¡varios DJ's famosos!

Los visitantes recibieron un mapa del evento y se les animó a coleccionar sellos de varios stands interactivos. Cada stand proporcionaba información acerca de cocina respetuosa con el clima, iluminación eficiente, emisiones de CO₂ procedentes del transporte y reducción de residuos y reciclaje. Un árbol del Plan de Acción de Energía Sostenible fue creado para trazar cómo a los ciudadanos les gustaría ver mejoras en la eficiencia de cada área.



Los stands interactivos atraen a los ciudadanos locales en el día de la Energía de Helsinki



Los ciudadanos expresaron su opinión sobre dónde les gustaría ver mejoras en la eficiencia energética escribiendo en el árbol del PAES.



ÚNETE A ENGAGE

BIENVENIDO A ENGAGE

CAMPAÑAS CIUDADANAS ENGAGE

ÚNETE A ENGAGE



ÚNETE A ENGAGE

Gracias por explorar la campaña ENGAGE

Esperamos que hayas disfrutado de esta guía y consideres unirse a nosotros en nuestra misión de llegar a los objetivos “3x20” de la UE.

La campaña ENGAGE ofrece a las ciudades la oportunidad de formar parte de una campaña unificada, creíble y eficaz que aborda el cambio climático de forma tangible uniendo a los ciudadanos locales en toda Europa bajo una misma visión común.

¿Interesado en subir a bordo? Únete al primer grupo de ciudades y sé una orgullosa ciudad ENGAGE pionera.

Por favor, haz clic [aquí](#) para unirse a ENGAGE y obtener la implicación de tu ciudad y tus ciudadanos.

Tenemos el placer de anunciar que las primeras 150 ciudades en inscribirse pueden hacerlo de forma gratuita para el primer año. Hay, sin embargo, costes específicos asociados con el funcionamiento de una campaña de carteles y la organización de días ENGAGE, como la impresión de grandes carteles y la realización de fotografías. Como los costes son distintos en cada ciudad o país, por favor no dudes en ponerte en contacto con una de las 12 ciudades pioneras o Energy Cities para conocer los costes asociados de forma detallada.

ÚNETE
A LA
CAMPAÑA
AQUÍ

Corra la voz: Visita de estudio, Oeiras, Portugal

Para presentar algunas de las acciones concebidas en el Plan de Acción de Energía Sostenible (PAES) en Oeiras, y para COMPROMETER a otras ciudades en el proyecto, el Ayuntamiento de Oeiras, en colaboración con la “Agenda Metropolitana 21” de la zona metropolitana de Lisboa, organizó una visita de estudio ENGAGE e invitó a algunos ayuntamientos.

El evento se llevó a cabo el 11 de octubre de 2011 en Oeiras y contó con 36 participantes de Oeiras y municipios del área metropolitana de Lisboa.

Se realizó un taller para analizar la sostenibilidad energética, incluido el PAES de Oeiras, ENGAGE, la eficiencia energética en el alumbrado público y la comunidad solar.

Fue seguido por una visita de estudio para conocer algunos de los proyectos contemplados en el taller y admirar los carteles compromiso ENGAGE en las calles. Las ciudades visitantes quedaron tan impresionados por lo que vieron en Oeiras que cinco nuevas ciudades de Portugal se habían unido a ENGAGE en abril de 2012.



Oeiras taller de sostenibilidad



Preparado por



con aportaciones de las 12
ciudades pioneras:

Biesko-Biala (PL), Heerlen (NL), Heidelberg
(DE), Helsinki (FI), Ivanić-Grad (HR),
Leicester (GB), Lieja (BE), Oeiras (PT),
Pamplona (ES), Rennes Métropole (FR),
Rimini (IT), Växjö (SE).

Contactos ENGAGE

Energy Cities

Ian Turner

ian.turner[a]energy-cities.eu

Futerra Sustainability Communications

Emma Jackson

emma[a]futerra.co.uk

Bielsko-Biala

Katarzyna Kordas

k.kordas[a]um.bielsko.pl

Heidelberg

Sabine Lachenicht

sabine.lachenicht[a]heidelberg.de

Alexander Krohn

alexander.krohn[a]heidelberg.de

Helsinki

Tiia Katajamäki

tiia.katajamaki[a]hel.fi

Heerlen

Hans van der Logt

h.van.der.logt[a]heerlen.nl

Ivanić-Grad

Vlatka Berlan

vlatka.berlan[a]ivanic-grad.hr

Leicester

Darsh Chauhan

darsh.chauhan[a]leicester.gov.uk

Lieja

Eléonore Dayez

eleonore.dayez[a]liege.be

Oeiras

Paul Cristina Santos

paula.santos[a]cm-oeiras.pt

Pamplona

José Costero

j.costero[a]pamplona.es

Rennes Métropole

Brendan Catherine

b.catherine[a]agglo-rennesmetropole.fr

Rimini

Tiziana Felletti

tiziana.felletti[a]comune.rimini.it

Växjö

Sohie Kim-Hagdahl

sohie.kim-hagdahl[a]vaxjo.se



www.citiesengage.eu

El contenido de este folleto solo compromete a su autor y no refleja necesariamente la opinión de la Unión Europea. Ni la EACI ni la Comisión Europea son responsables de la utilización que se podrá dar a la información que figura en la misma.

Identidad gráfica de Diane Morel (www.dianemorel.com). Diseño por Futerra Comunicaciones de Sostenibilidad.

