

# ENGAGE

Guia da campanha para as cidades



[www.citiesengage.eu](http://www.citiesengage.eu)



## Caros leitores,

Saudações e bem-vindos ao guia da campanha ENGAGE.

ENGAGE é uma iniciativa europeia de comunicação que ajuda as cidades europeias de todos os tamanhos e formas a assumirem um compromisso com os seus cidadãos, comunidades e organizações no desempenho do seu papel na construção de um futuro energético sustentável.

Uma parte importante do impacto do carbono em qualquer cidade provém das atividades dos seus habitantes e empresas. É por esta razão que a importância do seu envolvimento numa campanha de redução dos consumos de energia e das emissões de carbono não pode ser subestimado. Ao juntar-se a ENGAGE, irá incentivar os seus habitantes, não somente a participarem mas também a agirem.

Tenho o orgulho de dizer que a ideia da campanha ENGAGE nasceu em Heidelberg em 2007 e tem sido um grande sucesso desde então, um sucesso que, espero, dentro em breve venha a fazer parte, tendo sido inspirado por este guia.

Num surpreendente curto espaço de tempo, vimos ENGAGE transformar-se de uma ideia de Heidelberg numa campanha bem sucedida à escala europeia. E continua a crescer. A transformação desta campanha é coordenada pela Energy Cities - a Associação Europeia de Administração Local que inventa o seu futuro energético.

ENGAGE apoia as cidades como a sua a desenvolverem campanhas de comunicação apelativas e eficazes. Uma comunicação inspirada e empenhada é a chave do sucesso. Graças a uma colaboração entre a Futerra Sustainability Communications e a Energy Cities, ENGAGE tem a possibilidade de providenciar conselhos estratégicos e um know-how em matéria de comunicação permanente a todas as cidades aderentes.

Para dar um exemplo, uma ferramenta importante que irá utilizar na sua campanha ENGAGE é uma ferramenta online amigável mas no entanto poderosa que lhe permitirá criar posters, tornando fácil e divertido para todos participar e estabelecer um compromisso energético ou “ENGAGEment”.

Encontrará neste guia as diferentes etapas para poder criar uma campanha de comunicação bem-sucedida para a sua campanha ENGAGE, ilustradas através dos exemplos inspiradores dos 12 municípios pioneiros que já se encontram implementados e a funcionar. Este guia apresenta também a visão e os princípios chave em que qualquer campanha ENGAGE se baseia.

Esperamos poder cativá-lo e contar com a sua adesão a ENGAGE fazendo assim com que a Europa fique mais perto de um futuro sustentável. Poderá aderir visitando o website da campanha.

Com os melhores cumprimentos,



O Presidente da Câmara de Heidelberg



## BEM-VINDO A ENGAGE

### 05 ENGAGE EM 2 MINUTOS

### 06 5 RAZÕES PARA ADERIR A ENGAGE

### 07 AS SUGESTÕES DAS 12 CIDADES PIONEIRAS

## CAMPANHAS DAS CIDADES ENGAGE

10 Porquê uma campanha de comunicação

11 Como lançar a sua campanha ENGAGE

### 13 PESQUISAR

13 Conhecer a sua cidade

14 Aprender com os outros

### 15 PLANEAR

15 Criar um plano de campanha

16 Partilhar os seus objetivos

### 17 ENVOLVER

17 Dar o exemplo

20 Envolver os atores locais

22 Mobilizar os cidadãos

### 27 CRIAR

27 Registar o momento

28 Criar posters

### 29 COMUNICAR

29 Afixar posters

30 Promover atividades

32 Comemorar

## JUNTE-SE A ENGAGE

### 36 OBRIGADO PELO SEU INTERESSE NA CAMPANHA ENGAGE

### 36 INTERESSADO EM JUNTAR-SE A NÓS?





# BEM-VINDO A ENGAGE

BEM-VINDO A ENGAGE

CAMPANHAS  
DAS CIDADES ENGAGE

JUNTE-SE A ENGAGE



## ENGAGE EM 2 MINUTOS

ENGAGE ajuda algumas cidades e municípios de toda a Europa a contribuírem para a construção de um futuro energético sustentável.

Ao ajudá-lo a trabalhar com os autarcas, colegas, cidadãos e as partes interessadas a procurar resolver as questões ambientais, ENGAGE ajuda-o a produzir poupanças de energia tangíveis.

Estas economias contribuem para atingir as ambiciosas metas energéticas propostas pela UE para 2020 - conhecidas como os alvos '3x20':

- Reduzir as emissões de gases de efeito estufa em 20% (relativamente aos níveis de 1990);
- Que 20% da energia da UE seja produzida a partir de recursos renováveis;
- Reduzir o consumo de energia primária em 20% (em comparação com os níveis projetados) melhorando a eficiência energética.

### Quem pode juntar-se a ENGAGE?



Muitas das cidades que participam em ENGAGE assinaram o **Pacto dos Autarcas**, um compromisso para ultrapassar os objetivos

estabelecidos pelos alvos '3x20'. Contudo, este não é um requisito - qualquer cidade com objetivos locais ambiciosos em termos climáticos e de energia local é um membro bem-vindo a ENGAGE.

Desde 2010 um núcleo de 12 cidades pioneiras de 12 países diferentes, têm levado a cabo excecionais campanhas ENGAGE.



### Como funciona ENGAGE?

ENGAGE visa incentivar os cidadãos a desempenharem o seu papel. Através de uma combinação de sugestões, ferramentas e táticas, assim como das histórias de sucesso das nossas 12 cidades pioneiras em toda a Europa, este guia irá mostrar-lhe como manter os cidadãos e as partes interessadas envolvidos no futuro da sua energia sustentável local.

ENGAGE apoia, também, o trabalho de colaboração entre as administrações locais, as partes interessadas e os cidadãos que enfrentam desafios semelhantes nos diferentes países europeus.

### Com ENGAGE poderá:

- Incentivar os seus cidadãos através de uma campanha de posters que contam histórias locais reais;
- Proporcionar aos cidadãos uma oportunidade de se comprometerem pessoalmente na redução energética;
- Sensibilizar os cidadãos europeus sobre a poupança energética;
- Acompanhar e avaliar o consumo de energia em curso com uma ferramenta de controlo à sua escolha.

### Qual vai ser para si o resultado?

No final de uma campanha ENGAGE bem-sucedida, a sua cidade irá:

- Contar com muitos funcionários públicos, membros eleitos, cidadãos e partes interessadas visivelmente empenhados em serem energeticamente mais eficientes;
- Ser reconhecida por exercer um papel de liderança na eficiência energética e ajudar significativamente a impulsionar a agenda da sustentabilidade europeia.



## 5 RAZÕES PARA ADERIR A ENGAGE

Ao fazer parte de ENGAGE, irá...

- 1** Economizar energia, reduzir as emissões de carbono e contribuir para os objetivos '3x20' da UE
- 2** Estabelecer relacionamentos com os cidadãos locais que estão concentrados em torno da energia, do clima e da sustentabilidade
- 3** Capacitar os cidadãos e as partes interessadas a participarem no futuro da sua energia
- 4** Desenvolver uma visão comum para a energia e a sustentabilidade no seu município
- 5** Provar que as soluções a nível local são importantes e que podem conduzir a reais poupanças de energia

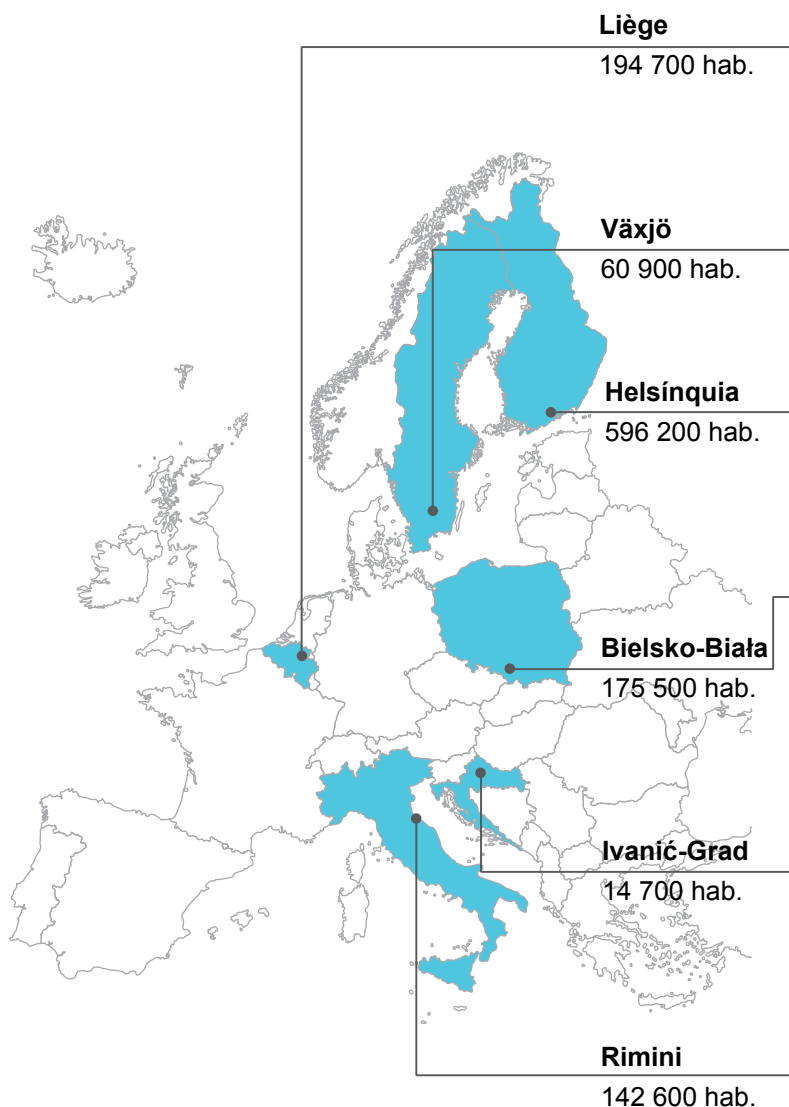


Participantes ENGAGE em Rennes Métropole (França)





## AS SUGESTÕES DAS 12 CIDADES PIONEIRAS



“Certifique-se que tem o público em consideração ao escolher os canais de comunicação da sua campanha. Depois das pessoas assumirem compromissos é fundamental incentivá-las a continuarem a levar por diante os seus esforços, a transmitirem aos outros os seus progressos e a ajudá-los a **dar o exemplo**.”

**Fabienne Coumanne**, Diretor da Energia, Liège (Bélgica).

“Em Växjö organizamos eventos ENGAGE **simultaneamente com os eventos** já existentes. Estas sinergias **são** essenciais para o sucesso de nossa campanha.”

**Sohie Kim-Hagdahl**, Coordenadora do Ambiente, Växjö (Suécia).

“Planeie cuidadosamente as suas atividades ENGAGE, encontre **boas parcerias** para cooperar e tente encontrar sinergias com outros eventos do setor ambiental. Tenha em mente que esta é também uma boa oportunidade para mobilizar a participação das partes interessadas e das redes da sua cidade no futuro.”

**Tiia Katajamäki**, Especialista de Projetos, Departamento de Obras Públicas, Helsínquia (Finlândia).

“Em Bielsko-Biala, reconhecemos a necessidade **dos municípios reforçarem a capacidade de ação dos seus cidadãos** e a encorajá-los a conseguirem reais poupanças de energia. Para sensibilizar os cidadãos é necessário pensar em termos locais e agir na vida quotidiana. Por exemplo, os órgãos de comunicação social são um ótimo meio de conseguir chegar até aos jovens. **Desperte o entusiasmo** nas pessoas com a campanha e com os posters, mas inculcando simultaneamente um sentido de responsabilidade pelo ambiente local.”

**Katarzyna Kordas**, Inspetor, Gabinete de Gestão de Energia, Bielsko-Biala (Polónia).

“Na cidade de Ivanić-Grad o sucesso da campanha ENGAGE é baseado na **excelente cooperação com as partes interessadas**, as associações e os cidadãos. Como uma **campanha moderna** de comunicação, ENGAGE é implementado em todos os eventos locais da cidade.”

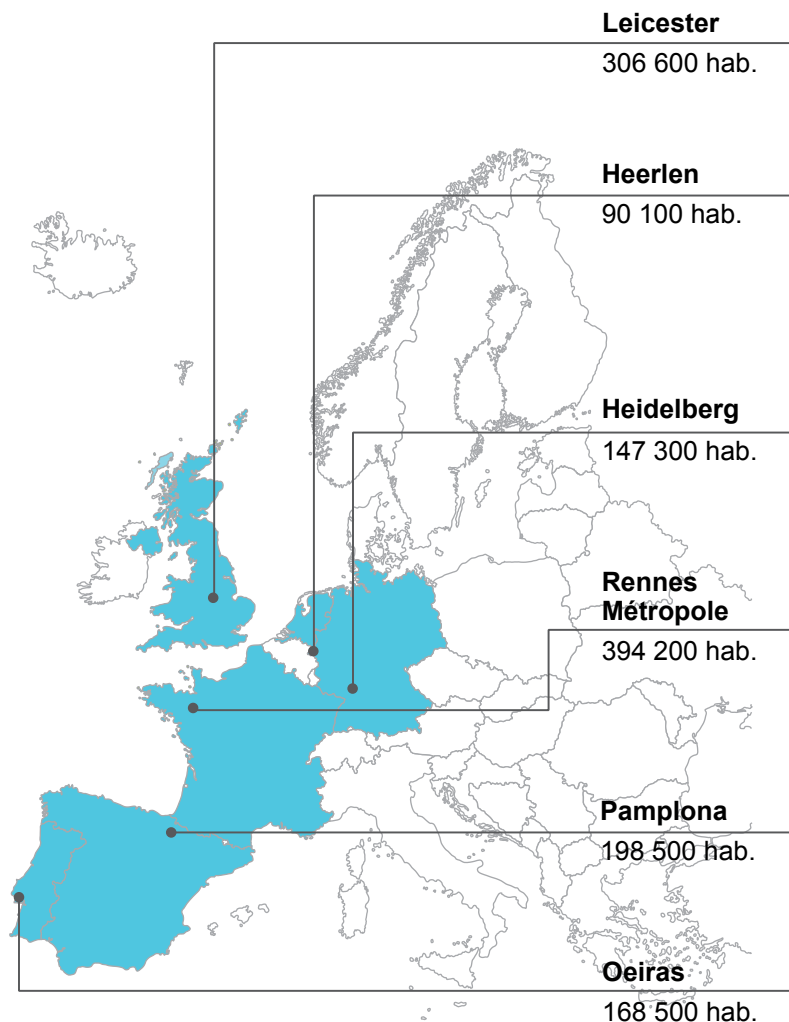
**Vlatka Berlan Vlahek**, Diretor do Departamento de Desenvolvimento Municipal, Ivanić-Grad (Croácia).

“É fundamental **empregar funcionários motivados e com formação** para conseguir ter uma equipa a tempo inteiro a trabalhar aplicadamente na campanha ENGAGE. Além disso, a criação de um **slogan atrativo** irá ajudar a divulgar mais facilmente a missão ENGAGE.”

**Davide Frisoni**, Diretor da Energia, Rimini (Itália).



## AS SUGESTÕES DAS 12 CIDADES PIONEIRAS



“Ter em conta **a diversidade do público**, tais como os diferentes grupos étnicos minoritários ou linguísticos, é uma etapa fundamental no planeamento de uma campanha.”

**Darsheet Chauhan**, Chefe de Equipa, Agência de Energia de Leicester (Reino Unido).

Os bons recursos são inestimáveis. Ter uma equipa empenhada, um bom plano de campanha e um bom conhecimento de todos os eventos locais marca a diferença. **As atividades devem ser também divertidas** - brindes e pequenas ofertas, sorteios e concursos, podem atrair os cidadãos e incentivá-los a empenharem-se no cumprimento dos compromissos.”

**Hans van der Logt**, Coordenador Climático, Heerlen (Países Baixos).

“Dedicar algum tempo à criatividade. Contratar **fotógrafos profissionais** para obter posters apelativos. Realizar eventos emocionantes e apelativos para atrair a atenção do público.”

**Dr. Hans-Wolf Zirkwitz**, Diretor do Gabinete de Proteção Ambiental, Supervisão de Comércio e Energia, Heidelberg (Alemanha).

É fundamental acompanhar de perto os cidadãos a fim de obter o máximo de poupança energética. A presença online e os eventos e atividades regulares após a realização do poster com os compromissos irá ajudar a **manter-se em contacto** com todos os que aderiram à campanha.”

**Brendan Catherine**, Diretor da Energia, Rennes Métropole (França).

“Para criar uma campanha integrada é necessário utilizar **diversos canais de comunicação**. **Imagens de alta qualidade** e uma atenção particular a todos os pormenores, é também determinante.”

**José Fermín Costero**, Responsável pela Agenda 21 Local, Pamplona (Espanha).

“Tem sido muito gratificante testemunhar a visibilidade **que os objetivos da UE ‘3x20’ têm vindo a obter** graças a ENGAGE. É nossa firme convicção que este projeto nos irá aproximar muito mais das metas definidas no nosso Plano de Ação de Energia Sustentável.”

**Paula Cristina Santos**, Gestora do Ambiente, Oeiras (Portugal).





# CAMPANHAS DAS CIDADES ENGAGE

BEM-VINDO A ENGAGE

CAMPANHAS  
DAS CIDADES ENGAGE

JUNTE-SE A ENGAGE



# PORQUÊ UMA CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO

Uma campanha de comunicação local é a melhor maneira de conseguir o rápido envolvimento de inúmeras partes interessadas. Ao realizar uma campanha de comunicação em simultâneo com a monitorização de poupança energética e o acompanhamento de iniciativas, permitir-se-á a maximização da sensibilização e do seu impacto.

As campanhas de comunicação mais eficazes são as que foram cuidadosamente planeadas. Isso significa ter à partida uma imagem clara dos seus objetivos, metas, setores de público e mensagens de comunicação. Desta forma, será muito mais provável comunicar de forma a conseguir obter uma participação ativa em vez de uma mera sensibilização. Assim, será possível quantificar o sucesso e o impacto da sua campanha mais facilmente numa etapa posterior.

Um plano de comunicação eficaz irá proporcionar-lhe um reconfortante ponto de referência ao longo da sua campanha de forma a enquadrar a comunicação em permanência e de verificar se se encontra no caminho certo. Para mais informações sobre as diretrizes de uma campanha de comunicação, consulte [FAQ](#).

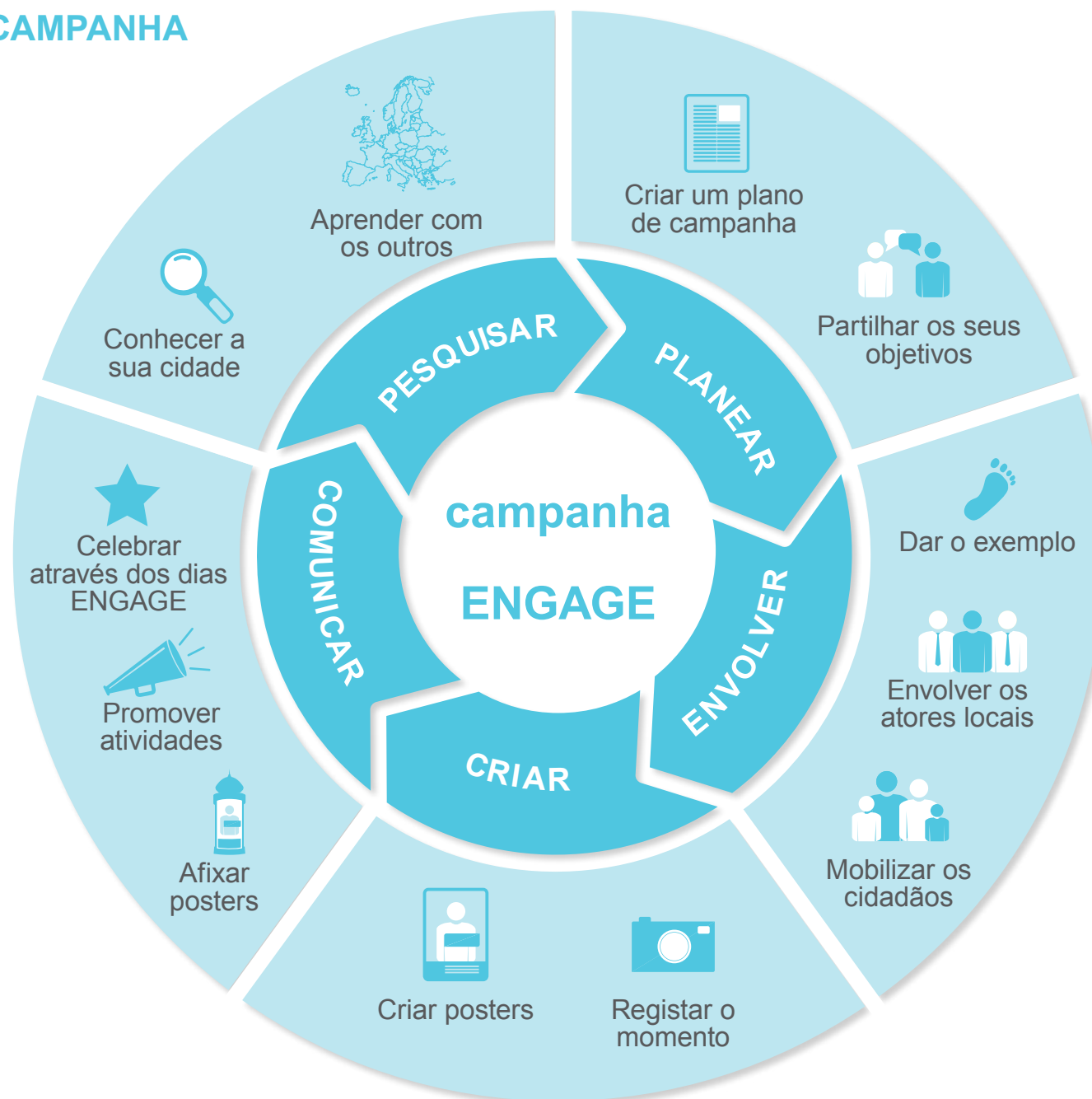


O coro de Pamplona posa para o seu cartaz numa campanha de comunicação.



## COMO LANÇAR A SUA CAMPANHA ENGAGE

São necessárias cinco etapas distintas para a criação e lançamento de uma campanha local ENGAGE bem-sucedida, cada uma implicando diversas atividades. Todas as atividades enumeradas não são obrigatórias contudo recomendamos que as analise todas.







# COMO LANÇAR A SUA CAMPANHA ENGAGE

## PESQUISAR


Antes de planejar a sua campanha ENGAGE, é importante reunir todas as informações úteis sobre a sua própria cidade e aprender com as outras campanhas desenvolvidas por toda a Europa.


 **Conhecer a sua cidade** ▶ As informações sobre o consumo de energia na sua cidade, em especial sobre os consumos individuais, ser-lhe-ão úteis para quando tiver de planejar e lançar a sua campanha.

 **Aprender com os outros** ▶ Pesquise o que outras cidades ENGAGE já concretizaram e sirva-se da experiência delas como inspiração.

## PLANEAR


Com um melhor conhecimento sobre como as pessoas utilizam a energia na sua cidade e como as outras cidades mobilizam os seus cidadãos, estará preparado para começar a organizar a sua campanha.

 **Criar um plano de campanha**  
▶ Objetivos claros e prazos definidos estruturarão e orientarão a sua campanha ENGAGE.


 **Partilhar os seus objetivos**  
▶ Partilhar esses objetivos no âmbito da sua visão de cidade ENGAGE é uma primeira etapa importante para atrair a participação local.

## ENVOLVER

ENGAGE consiste, fundamentalmente, em mobilizar as pessoas e passar à ação. Há três grupos de pessoas a focalizar na sua campanha. Cada um tem um papel a desempenhar na sua campanha.

 **Dar o exemplo** ▶ Uma maneira poderosa de inspirar os cidadãos e as partes interessadas a participarem na sua campanha é utilizar como modelo os representantes eleitos e os funcionários públicos.

 **Envolver os atores locais** ▶ As ONG locais, as empresas privadas e outras associações oficiais podem apoiar a sua campanha e atrair a atenção dos outros dois grupos de público aqui descritos.

 **Mobilizar os cidadãos**  
▶ Quanto maior for o número de cidadãos mobilizados no início da sua campanha mais esta se tornará credível e acessível aos outros habitantes da sua cidade.

## CRIAR

Para chamar a atenção generalizada para a sua campanha necessita de ferramentas de comunicação de elevada qualidade.


 **Registrar o momento** ▶ Fotografias de pessoas reais a assumirem compromissos concretos para a poupança energética são ingredientes essenciais para a sua campanha.


 **Criar os seus posters** ▶ As ferramentas online de ENGAGE irão ajudá-lo a transformar simples fotografias em cartazes eficazes e personalizados da sua cidade.

## COMUNICAR

A sua campanha está pronta para avançar - agora divulgue-a lá fora!

 **Afixar posters** ▶ Afixe os seus posters pela cidade e disponibilize-os numa galeria de fotos online e com a ajuda das redes sociais divulgue a mensagem.

 **Promover as suas atividades**  
▶ Desde a organização de eventos à promoção nos meios de comunicação social, há muitas formas de promover o que se está a passar com ENGAGE na sua cidade.

 **Celebrar através dos dias ENGAGE**  
▶ É importante comemorar os compromissos e as realizações das pessoas. Os dias ENGAGE são a oportunidade perfeita para fazer isso e ao mesmo tempo chama mais a atenção da sua campanha.





## CONHECER A SUA CIDADE

A comunicação é fundamental para dar origem à mudança. Mas, para compreender se a comunicação funciona, é necessário quantificar essa mudança em termos de poupança real de energia.

Antes de começar a planejar ou ativar a sua campanha ENGAGE, recomendamos que se estabeleça uma base de cálculo para o consumo de energia das pessoas e organizações intervenientes e que se ponha em prática um processo de recolha de resultados contínuos. Este processo irá fornecer-lhe os dados que necessita para provar o sucesso da sua campanha e retirar informações úteis em iniciativas futuras.

ENGAGE criou algumas ferramentas para ajudá-lo a estabelecer medidas de base e a monitorizar a mudança. [Clique aqui](#) para ler sobre a medição e avaliação da sua campanha ENGAGE e para reunir um conjunto de dados chave para o seu plano de comunicações.

Cada uma das 12 cidades pioneiras escolheu uma ferramenta de avaliação que melhor se adaptava às suas necessidades para ajudar a medir e avaliar a poupança energética dos participantes.

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

### Conhecer a sua cidade: O espelho de CO<sub>2</sub>, de Heidelberg, Alemanha

Cada habitante da Alemanha é responsável por uma média de 11 toneladas de CO<sub>2</sub> por ano. Os objetivos '3x20' da UE pretendem reduzir estas emissões em 20% até 2020.

A cidade de Heidelberg desenvolveu um "espelho de CO<sub>2</sub>" para refletir o seu consumo de energia. Esta ferramenta online permite aos indivíduos medir a quantidade de gases de efeito de estufa emitidos diariamente e definir de imediato alguns objetivos para diminuir essas emissões.

O espelho de CO<sub>2</sub> é dividido em quatro secções: Nutrição, Comportamento do Consumidor, Mobilidade e Habitação. Os participantes podem monitorizar as suas emissões, por exemplo, o aquecimento central e o transporte e analisar os seus hábitos diários enquanto consumidores e compradores. Podem até mesmo comparar os seus resultados com a média nacional

A ferramenta permite ajudar as pessoas a estimar a quantidade de energia que poderiam economizar fazendo pequenas mudanças nos

seus estilos de vida, tais como, o modo como se deslocam ou o aquecimento, cada uma com passos fáceis de seguir. Em poucos cliques, é rapidamente disponibilizada a sua ecopegada de carbono, pessoal, por um período de cinco anos, o que irá permitir definir metas claras e realistas.

[Para mais informações](#) (website em alemão).



O espelho de CO<sub>2</sub> de Heidelberg é simples e fácil de utilizar.





## APRENDER COM OS OUTROS

Tal como as 12 cidades pioneiras referenciadas neste guia, há já muitas cidades que se juntaram a ENGAGE e lançaram as suas campanhas por toda a Europa. Informar-se sobre estas campanhas e até mesmo falar com as pessoas que as conduzem, ser-lhe-á realmente útil para encontrar a melhor abordagem e começar a planear a sua campanha.

Temos um website com bastantes recursos e uma comunidade próspera online com as cidades participantes. Pode ver uma vasta [galeria de posters](#) online no website da campanha ENGAGE e fazer perguntas específicas às pessoas que tiveram uma experiência em primeira mão na realização das campanhas.

Todas as cidades são incentivadas a partilhar documentos e detalhes das suas campanhas online, através da ferramenta de edição de posters, que julguem ser úteis a outras cidades. Observe o [exemplo de Heidelberg](#) para comprovar o que queremos dizer.

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

### Aprender com os outros: ‘Pensar verde para um amanhã melhor’, Croácia

A equipa ENGAGE em [Ivanić-Grad](#) quis incentivar as pessoas da sua cidade a participarem desde o primeiro dia da campanha. Dezenas de cidadãos ofereceram-se para registar seu consumo atual de energia e em seguida, prestar informações um ano depois para se calcular a diferença.

No momento em que este guia foi finalizado, obtiveram-se os primeiros resultados de seis dos indivíduos monitorizados. Em média fizeram uma poupança impressionante de 8,865KWh e 32 toneladas de CO<sub>2</sub>, que é um resultado muito encorajador. Em Março de 2012, em [Ivanić-Grad](#) participaram 312 cidadãos, 76 dos quais estão a ser monitorizados relativamente ao seu consumo de energia.

**76**  
cidadãos  
monitorizados  
no consumo de  
energia



A equipa do ENGAGE de Ivanić-Grad's publicitou a campanha



Registo dos cidadãos em Ivanić-Grad para monitorizar o seu consumo de energia







## CRIAR UM PLANO DE CAMPANHA

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

1

### Definir objetivos

Qual é a razão de ser ENGAGE na sua cidade? Definir cuidadosamente o objetivo da sua campanha.

2

### Definir metas a alcançar

Associe os objetivos da sua campanha a metas quantificadas que pretende alcançar em determinadas datas.

3

### Conhecer o seu público

Considere a realização de um estudo sobre cada público alvo. Aproxime-se da população da sua cidade numa perspetiva ampla.

4

### Esteja preparado

Decida antecipadamente como vai calcular o sucesso da sua campanha. Pense cuidadosamente sobre o seu processo de avaliação.

5

### Pensar localmente

Quando se trata de poupança de energia, as soluções são locais. Envolver as partes interessadas desde o início para ter os conhecimentos necessários para impulsionar a mudança na sua cidade.

6

### Construir relações sólidas com os meios de comunicação

Estabeleça e consolide as ligações com os seus jornalistas locais e mantenha-os atualizados sobre as atividades da campanha.

7

### Defina mensagens-chave personalizadas

Elabore mensagens centrais de campanha que serão utilizadas em todos os seus suportes de comunicação. Pode inclusivamente dar um nome à sua campanha.

8

### Utilize táticas criativas

Encontre formas criativas para atrair a atenção e despertar a curiosidade da sua cidade.

9

### Torná-lo divertido

Falar de poupança energética pode parecer desinteressante – certifique-se de organizar atividades atrativas que incentivem e inspirem os participantes.

10

### Avaliar, valorizar e repetir

Continue a medir os seus resultados e a aprender com a sua análise. Lembre-se sempre de comemorar os seus êxitos, sejam eles grandes ou pequenos.





## PARTILHAR OS SEUS OBJETIVOS

Depois de elaborados os seus objetivos, é o momento de partilhá-los a nível local. Para dar às pessoas uma ideia do panorama, o melhor é mostrar como os objetivos da sua cidade se inserem nos objetivos '3 x 20' da UE ou em outros objetivos energéticos ambiciosos a longo prazo. Recomendamos que os objetivos sejam apresentados no quadro de uma visão ou missão da sua cidade - algo que possa suscitar o entusiasmo das pessoas.

Para além de suscitar o entusiasmo na sua campanha, a principal razão para a divulgação dos seus objetivos desde o início é que haverá necessidade do maior número de pessoas possível em ENGAGE. Os objetivos energéticos e climáticos requerem ações de muitos serviços municipais diferentes, que incluem a comunicação, ambiente, transportes, serviços sociais, urbanismo e infraestruturas.

Por essa razão, recomenda-se a organização de reuniões entre departamentos com a finalidade de discutir os objetivos transversais e unir esforços para alcançá-los.

Como é possível verificar neste exemplo da cidade de [Bielsko-Biala](#) na Polónia, estas reuniões provaram ser muito eficazes ao fazer as coisas acontecer.



### Partilhar os seus objetivos: [Reuniões entre serviços, Bielsko-Biala, Polónia](#) .....

Num período de 18 meses, a equipa ENGAGE em [Bielsko-Biala](#) realizou sete reuniões entre serviços municipais. Nas reuniões participaram membros do gabinete do Presidente do município, incluindo o próprio Jacek Krywult, em diversas ocasiões.

Os outros serviços presentes englobaram o Departamento de Proteção Ambiental, o Departamento de Estratégia da Cidade e o Chefe do Departamento de Promoção da Cidade. Contaram ainda com a presença dos serviços de informática, comunicação e de gestão urbanística.

No primeiro encontro (setembro de 2010) foi constituída uma equipa permanente para a 'educação na eficiência energética'. Todos os participantes concordaram em manter-se em contacto para partilhar informações e ideias. A equipa escolheu, também, três escolas para apresentar os seus resultados no Dia da Energia ENGAGE.

Na reunião seguinte, a equipa elaborou um questionário sobre a eficiência energética para avaliar as atitudes dos cidadãos com respeito à proteção climática. Foram também editados folhetos sobre como [Bielsko-Biala](#) apoia a eficiência energética e as energias renováveis.

Estas reuniões entre serviços permitiram criar uma plataforma incalculável para reportar o progresso das ações e avançar com os objetivos comuns. Numa consequência direta, o Gabinete para a Gestão da Energia aproximou as instituições educacionais com o intuito de incentivar os jovens a participarem na campanha ENGAGE. De acordo com a equipa de [Bielsko-Biala](#) resultados deste género não seriam possíveis sem reuniões regulares e bem organizadas entre serviços.



O Presidente da Câmara, Jacek Krywult e o vice-presidente Zbigniew Michniewski participando no dia ENGAGE em Bielsko-Biala



## DAR O EXEMPLO

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

Parte de uma poderosa campanha de comunicação ENGAGE envolve ter a plena participação dos membros eleitos e dos funcionários públicos, particularmente no poster da campanha.

A presença deles nos posters é uma grande prova social (ou uma influência social) para que cada cidadão participe. Dar o exemplo é muito mais eficaz do que um mero discurso, por isso se estas figuras influentes demonstrarem que “estão no bom caminho e não falam apenas por falar” há mais probabilidade de convencer os cidadãos a fazer o mesmo.

Como pode observar-se nestes exemplos das cidades de Pamplona, de Rennes Métropole e de Ivanić-Grad, uma figura forte a encabeçar uma campanha realmente compensa.

Rennes  
Métropole  
**54**  
posters de  
membros  
eleitos

### Dar o exemplo: Rennes Métropole, France

Rennes Métropole é uma aglomeração de cerca 400.000 habitantes, composta pela cidade de Rennes e por 36 cidades nos arredores. Rennes e 33 das suas cidades membro são signatários do Pacto dos Autarcas. Cada autoridade local elaborou e aprovou o seu plano de ação específico para a energia em 2010.

ENGAGE foi proposto aos seus signatários como sendo uma ferramenta para informar os cidadãos sobre os seus objetivos e as ações que aprovaram.

Cada cidade signatária criou uma série de posters dos representantes eleitos que ilustraram o plano de ação e acrescentaram um ar de realidade aos compromissos. No total, Rennes Métropole criou 54 posters de membros eleitos, incluindo presidentes de câmara e representantes das 33 cidades.



Françoise Guesbier, Vice-Presidente - maio de 2011







### Dar o exemplo: Compromisso ENGAGE do Presidente de Câmara, Pamplona, Espanha

Yolanda Barcina foi Presidente da Câmara de [Pamplona](#), de 1999 a 2011 e promoveu o desenvolvimento sustentável durante todo o seu mandato.

A Câmara Municipal de [Pamplona](#) assinou o Pacto dos Autarcas em 2009 e em seguida, foi convidada a ser uma cidade pioneira do projeto ENGAGE.

A Presidente da Câmara comprometeu-se no seu poster a “instalar mais escadas rolantes/elevadores públicos na cidade para melhorar a acessibilidade” a tempo do lançamento oficial de ENGAGE.

(Infelizmente, não pôde avançar com o seu compromisso pessoal devido a alterações nas leis de planeamento durante a campanha eleitoral.)

O sucessor da Presidente Barcina, o Presidente da Câmara Enrique Maya, continuou com o compromisso do município no desenvolvimento sustentável:

- Comprometeu-se “a economizar 10% do consumo energético nos edifícios municipais até 2015”.
- 80 funcionários públicos e representantes eleitos (cerca de 5% do total da Câmara Municipal de [Pamplona](#)) estão envolvidos, com 35 compromissos assumidos como resultado.
- Todos os membros do Pacto dos Autarcas em Espanha foram convidados a ir a [Pamplona](#) para conhecer ENGAGE.



O Presidente da Câmara Enrique Maya comprometeu-se a economizar 10% do consumo energético nos edifícios municipais até 2015.

**80**  
funcionários  
públicos  
envolvidos





## DAR O EXEMPLO

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR



O Presidente da República da Croácia Ivo Josipović participou na campanha em Ivanić-Grad.



O vice-presidente de Helsínquia, Pekka Sauri, comprometeu-se a continuar com a promoção sistemática de eficiência energética em Helsínquia no ambiente urbano, em edifícios e gabinetes e em seguida, enviou uma carta assinada para todos os departamentos a encorajar a participação de todos na campanha.



Estes políticos em Oeiras fizeram um compromisso comum de reduzir o consumo de energia numa linha de consonância com um dos objetivos '3x20' da UE.

BEM-VINDO A ENGAGE

CAMPANHAS  
DAS CIDADES ENGAGE

JUNTE-SE A ENGAGE





## ENVOLVER OS ATORES LOCAIS

PESQUISAR

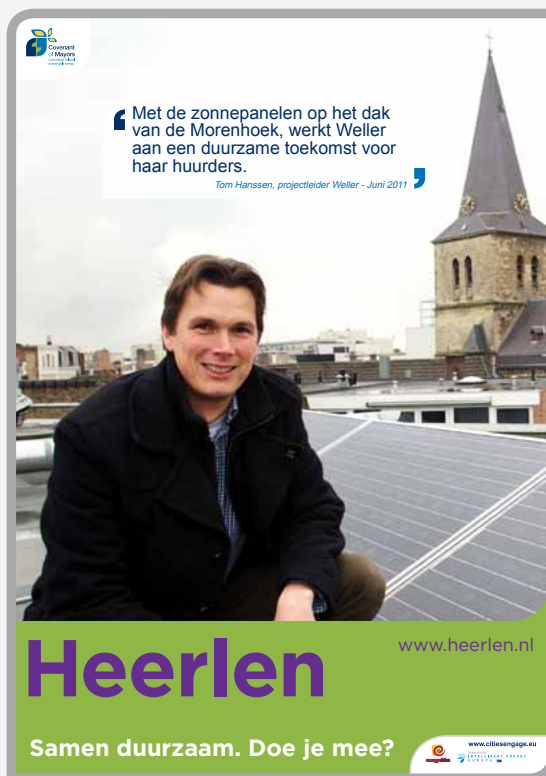
PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

### Envolver os atores locais: **Embaixada do Clima de Heerlen, Países Baixos**



Tom Hanssen, do Cube 20 para 20, compromete-se a instalar painéis solares nos telhados da associação habitacional do projeto Weller.

Heerlen tem um grupo de atores especiais que representam 20 grupos-alvo. É designado por 'Clube dos 20 para os 20' e reúne-se duas vezes por ano para aconselhar o Vice-Presidente na estratégia e nas ações a fazer e a não fazer em matéria de política climática.

Este grupo é formado por representantes de associações na área da construção, empresas técnicas, grupos ambientalistas, sectores dos transportes e da gestão de resíduos, arquitetos e cidadãos.

Para se juntarem ao clube, os membros tinham que demonstrar ter feito algo para economizar energia ou para reduzir as suas emissões de carbono – na sua maioria fizeram um poster ENGAGE. Poderiam então, registar o seu projeto, o qual seria promovido e discutido no website municipal.

A participação de uma ampla gama de atores locais na sua campanha ENGAGE irá aumentar o seu alcance e sucesso. Alguém que desempenha um papel significativo nas comunidades pode enviar uma mensagem extremamente poderosa, tanto para os órgãos eleitos como para os cidadãos. Estas partes interessadas podem incluir líderes da comunidade ou respeitadas figuras de grupos e organizações da sociedade civil.

As 12 cidades pioneiras de ENGAGE mobilizaram uma grande diversidade de partes interessadas para o grande sucesso das suas campanhas.







## ENVOLVER OS ATORES LOCAIS

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

### Envolver os atores locais: Liège, Belgique

A equipa ENGAGE em Liège identificou uma ampla gama de atores locais que quiseram participar na sua campanha.

Muitas organizações locais, incluindo as universidades, hospitais e fornecedores de energia, já controlavam ativamente a sua energia. No entanto, estes grupos focavam-se muitas vezes no aspeto técnico do consumo de energia, assim a equipa ENGAGE apercebeu-se que deveria começar sempre uma nova relação, mostrando o valor das comunicações e das campanhas participativas.

Para os que ainda não controlavam ativamente a energia nas suas organizações, a equipa ENGAGE de Liège utilizou como plataforma as estruturas corporativas como a Associação dos Comerciantes e a Real Ordem dos Arquitetos. O uso de intermediários desta forma era muito mais eficaz do que simplesmente enviar correio eletrónico.

A equipa organizou uma conferência com algumas destas partes interessadas num Dia da Energia em novembro de 2011. O desafio para o futuro é nutrir as relações construídas nesta conferência e desenvolver uma rede mais forte que possa empregar as sinergias e partilhar experiências de aprendizagem.



A rádio VivaCité comprometeu-se a manter a temperatura do seu estúdio a 19 graus.



O último e mais importante grupo de pessoas a participar na sua campanha ENGAGE é o dos cidadãos da sua cidade. Sem a sua participação ativa e o apoio, a sua campanha não alcançaria o potencial máximo.

Ao desenvolver a sua estratégia ENGAGE para os cidadãos, sugerimos que tenha dois pontos seguintes em mente:

- A sua campanha irá gerar muito interesse na primeira vez que começa: as pessoas ficam entusiasmadas com a ideia de aparecer num poster na sua cidade. Para tirar o máximo de proveito, certifique-se de que é fácil para as pessoas participarem e utilizarem sempre **táticas de comunicação** eficazes, claras e interessantes.
- À medida que desenvolve a sua estratégia, certifique-se de que as atividades de comunicação da sua campanha refletem sempre os seus objetivos e estratégia globais. Considere o desenvolvimento de mensagens chave como parte do seu plano de campanha para o ajudar a concretizar.

As 12 cidades pioneiras utilizaram uma vasta gama de táticas para mobilizar as pessoas. Vejamos um seleção das suas ideias, bem como alguns exemplos, que poderão ajudar a mobilizar os seus cidadãos. Algumas destas táticas podiam ser adaptadas a qualquer aspeto da sua campanha, da fotografia do poster aos eventos ou comunicações de imprensa.



## Usar os eventos para recrutar

Muitas das cidades pioneiras organizaram eventos para recrutar cidadãos para a campanha. Estes eventos variavam desde stands independentes a pontos de informação em eventos municipais desportivos, musicais, de alterações climáticas, artísticos ou ambientais.

Quando se organiza um evento ENGAGE para a sua campanha, deve manter um discurso positivo e aproveitar a ocasião para comemorar qualquer sucesso em matéria de poupança energética.

### Usar os eventos para recrutar: **Leicester, Royaume-Uni**

**Festival Riverside, junho de 2011** ► A equipa ENGAGE de **Leicester** concordou em ter um stand na aldeia ecológica do enorme festival da zona ribeirinha da cidade. Aproveitou-se a ocasião para conhecer muitas pessoas do local e a incentivá-las com compromissos. O evento acolheu inúmeros participantes locais com ideias semelhantes e grupos e com um dia solarengo para o arranque, tendo sido uma experiência realmente positiva. O festival foi importante não só em termos de recrutamento como no intercâmbio de ideias com os grupos de potenciais parceiros.

**O Dia mais fresco de Leicester College, setembro 2011** ► A equipa ENGAGE fez outra aparição bem sucedida na feira Mais Fresca de Leicester College, onde os estudantes e o

personal foram incentivados a fazer um poster com compromissos. A equipa utilizou o evento para apoiar os próprios planos de sustentabilidade da instituição e para promover os objetivos da campanha ENGAGE.



Plantação de árvores no festival Riverside de Leicester

## Usar os eventos para recrutar: A Hora do Planeta 2011 em Växjö, Suécia

A equipa ENGAGE em Växjö realizou um evento de recrutamento no ano de 2011 para coincidir com o evento internacional do clima, a Hora do Planeta. O evento reuniu cerca de 200 pessoas e foi uma oportunidade fantástica para mobilizar muitos cidadãos e atores locais. Vinte pessoas assumiram um compromisso e foram fotografadas profissionalmente para os seus posters.

O evento tinha uma grande variedade de stands e atividades para promover diferentes aspectos da campanha ENGAGE. Entre as inúmeras atividades, havia desde uma sopa gratuita “amiga do clima” à sessão de fotos descrita anteriormente e uma cerimónia de entrega do prémio à escola com maior eficiência energética, presidida pelo Presidente da Câmara, Bo Frank. Quatro coros diferentes juntaram-se para um concerto, de modo a transmitir a forte imagem do resultado que é possível obter quando se trabalha em conjunto. Cada participante recebeu um saco de tecido como presente de sensibilização ao baixo teor de carbono.



Os cidadãos de Växjö assumiram compromissos durante a Hora do Planeta.



A sopa “amiga do clima” servida aos participantes da Hora do Planeta.



Coros de Växjö cantam para os cidadãos





## Usar os eventos para recrutar: Fim de semana longo de Rimini, Itália

Em outubro 2011, Rimini organizou um evento durante todo o fim de semana para a Energia, Educação e Sustentabilidade. Os três dias foram um crisol de tradição local, cultura e energia sustentável.

Centenas de pessoas visitaram o stand ENGAGE durante o evento. Cerca de 150 tornaram-se cidadãos ENGAGE e 110 criaram os seus posters. Estes últimos incluíram figuras influentes do governo local, designadamente o Presidente da Câmara Andrea Gnassi, a Vice-presidente para a Energia e Ambiente, Sara Visintin, bem como inúmeros funcionários públicos.



A equipa de Rimini propôs inúmeras atividades para que os cidadãos pudessem enriquecer os seus conhecimentos sobre energia e ENGAGE da sua cidade:

- Uma árvore ENGAGE para que as pessoas pudessem assumir os seus compromissos, dando uma imagem impressionante do conjunto de compromissos, tendo sido uma fonte de inspiração para os cidadãos que ainda pretendem participar.
- Jogos e experiências relacionadas com as fontes de energia, apropriados para crianças e adultos. Estas atividades foram conduzidas por peritos na área da educação com experiência em energia
- Os peritos em energia entregaram folhetos informativos e falaram aos cidadãos e um engenheiro prestou serviços de aconselhamento sobre energia
- Uma calculadora para a pegada de carbono foi disponibilizada e muitas pessoas inscreveram-se para poderem monitorizar o seu consumo de energia
- Um set de fotografia para sessões de fotos ENGAGE

- Dois burros foram utilizados como embaixadores da energia para ajudar a explicar conceitos básicos de sustentabilidade às crianças. Na manhã de domingo, Flora e Giuditte (os burros) levaram as crianças para uma caminhada de duas horas, dos montes ao centro da cidade para promover as linhas Pedibus 15 minutos para as escolas primárias.





## Participação de celebridades

Conhece algumas celebridades locais e consegue convencê-las a participar no poster da campanha? Identifique o seu público-alvo e tal como nos exemplos aqui apresentados, considere as celebridades de todas as esferas da vida!

### Participação de celebridades: Mikel Urmeneta, Pamplona, Espanha

Mikel é famoso em **Pamplona** devido à sua empresa de design 'Kukuxumusu'. A empresa começou a desenhar T-shirts mas com o tempo, estendeu-se a uma vasta gama de merchandising. Este inclui muito trabalho para a famosa largada de touros no Festival anual de San Fermin. Mikel criou um personagem chamada 'Testis o Touro' que agora é muito famosa na cidade.

Apesar de Mikel não estar a viver em **Pamplona** nessa altura, a equipa ENGAGE de **Pamplona** conseguiu o seu apoio na campanha. Com a ajuda de um amigo fotógrafo, Mikel desenhou um grande poster para representar o seu compromisso em utilizar menos energia durante o inverno. O poster mostra Mikel com o traje Testis o Touro com a afirmação, "Abriquem-se mais e não abusem do aquecimento no inverno em casa".

A equipa usou o poster (e um traje do Testis emprestado pela Kukusumusu) num evento de rua durante o Festival de San Fermin. Como resultado, o stand ENGAGE tornou-se muito popular, particularmente com as crianças e com inúmeros visitantes que aderiram à campanha.



## Participação de celebridades: **Optimus Alive, Oeiras, Portugal**

A equipa de **Oeiras** contratou duas bandas locais durante o Optimus Alive - um evento nacional anual de música que tem lugar em **Oeiras**. Os "The Gift" e "Os Homens da Luta" criaram os seus próprios posters com compromissos.

The Gift são uma banda alternativa Portuguesa de pop rock que, em 2005, ganhou o prémio MTV Europa de melhor atuação Portuguesa e tornou-se na primeira banda Portuguesa a ter um vídeo de música na MTV.

Homens da Luta são um grupo Português de comédia improvisada e de música de rua. As suas canções e personagens são paródias baseadas em música e em pessoas da Revolução dos Cravos em 1974. Representaram Portugal no Festival da Eurovisão 2011 em Dusseldorf, Alemanha.



The Gift comprometem-se a fazer todos os seus concertos sustentáveis



Homens da Luta assumem um compromisso

## Proezas

Consegue pensar numa proeza ou num número atrativo que atraia a atenção do público e os leve a assistir ao seu evento? Pode ler sobre uma proeza com um bloco de gelo em **Heidelberg** na sua **análise de campanha** (da página 15 em diante).

## Histórias da vida real

Estão os seus participantes dos posters preparados para falar sobre as suas experiências de poupança energética? Os jornalistas e os leitores apreciam as histórias pessoais e estão interessados em ouvir as histórias das pessoas com as quais se identificam.

## Organize uma série de eventos

Se organizar uma série de eventos, o carácter contínuo da campanha dará aos jornalistas e cidadãos uma história para seguir e talvez, possam contribuir para ela.





## REGISTAR O MOMENTO

Uma grande parte da campanha ENGAGE implica pedir às partes interessadas e aos cidadãos para aparecerem num poster de campanha em toda a cidade. Os que estiverem de acordo ser-lhes-á pedido que assumam um compromisso de poupança de energia ou de ENGAGE e assistam a uma sessão de fotos. Os posters criados contarão com uma fotografia do cidadão ao lado do seu compromisso.

Estes posters serão espalhados por toda a cidade para inspirar outros a participarem na campanha.

A campanha de posters com fotos é uma tática altamente eficaz porque consiste num pedido claro e específico. As alterações climáticas e o consumo energético são temas complicados, os cidadãos são mais suscetíveis de responder a um apelo claro de ação.

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR



Sessão fotográfica profissional em Helsinquia e em Växjö.

### Registar o momento: **Rennes Métropole, France**

Cada cidade nesta comunidade de aglomeração contou com um fotógrafo e um animador de eventos locais para recolherem os compromissos assumidos pelas pessoas e as fotos para os posters. Mais exemplos de posters nos arredores das cidades podem ser vistos na [galeria de posters](#).

## Lista de sessão de fotos

- ☐ Organize uma sessão de fotos num evento público e motive os participantes com comida e música ou com prémios
- ☐ Tire a foto num lugar ao ar livre se for possível e tente escolher um dia solarengo, com uma luz boa para conseguir fotos mais brilhantes e mais alegres.
- ☐ Contrate um fotógrafo profissional e utilize a iluminação adequada - isto irá aumentar em grande medida a qualidade das fotos.
- ☐ Escolha um lugar simbólico da sua cidade para tirar as fotos ou utilize uma tela de fundo.





## CRIAR OS SEUS POSTERS

Os posters criativos ajudá-lo-ão a promover as contribuições dos cidadãos, enquanto atrai também a atenção das partes interessadas e dos cidadãos de toda a cidade.

A nossa ferramenta online fácil de usar irá ajudar a criar os posters à medida que se adaptam à sua cidade, mas com o estilo ENGAGE. Pode mesmo desenvolver o seu próprio logotipo para utilizar nos posters se desejar. O design dos posters significa que efetivamente comunicam os compromissos pessoais dos cidadãos e partes interessadas ENGAGE que assumiram um compromisso. Esta abordagem modelo permite uma campanha de comunicação mais facilmente difundida. Visita a nossa [galeria online](#) para ver muitos exemplos de posters em ação.

Estes posters podem desencadear uma competição saudável e encorajar os participantes a realizar o seu compromisso e talvez a monitorizar o seu consumo energético. Ao fazer o upload para a sua galeria online, os seus cidadãos poderão votar no seu poster favorito. Ao serem expostos os compromissos de todos os participantes também se demonstra o poder combinado das ações de poupança de energia de milhares de cidadãos.



PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

Se a sua cidade assinou o Pacto dos Autarcas, o logotipo será exibido aqui.

Trabalhe com um fotógrafo profissional para tirar imagens de elevada qualidade, na vertical ou horizontal dos seus participantes. A imagem é o que faz cada poster ser original, então convide todos os envolvidos a serem criativos!

O logo da sua campanha ENGAGE insere-se aqui. Pode criar um logotipo com um desenhador profissional, ou utilize simplesmente uma frase de texto.

O seu logotipo da cidade é introduzido automaticamente aqui.



Nesta caixa pode digitar o compromisso do participante que está na foto.

Aqui é onde aparece o nome da pessoa, grupo ou organização. O mês e o ano serão adicionados automaticamente.





## AFIXAR POSTERS

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

Os posters ENGAGE desempenham um papel central na campanha de comunicação da sua cidade. Estes são alguns exemplos inspiradores e criativos das 12 cidades pioneiras, onde foram utilizados posters para exibir as suas campanhas.

Para além de afixar esses posters em lugares físicos pela cidade, recomendamos que os mostre online e através de quaisquer outros canais disponíveis. Podem, também, ser vinculados nas redes sociais, tais como uma página de Facebook ENGAGE, de modo a que os seus cidadãos possam comentar ou votar os seus favoritos.



Pamplona exibiu vários posters com os seus compromissos durante um dia ENGAGE em outubro.  
©Fotos cidade de Pamplona



Oeiras exhibe vários posters com os seus compromissos por toda a cidade



Helsínquia exhibe os posters com os seus compromissos em localizações privilegiadas. fotos da cidade de Helsínquia





## PROMOVER AS SUAS ATIVIDADES

A cobertura mediática é essencial para ajudar a sua campanha ENGAGE a ganhar impulso. As redes locais são uma necessidade, no entanto qualquer meio de cobertura nacional e europeia que possa captar reforçará, obviamente, os seus esforços.

A atenção dos média pode por vezes surgir dos lugares mais imprevisíveis e tomar formas surpreendentes. Vejamos algumas ideias de promoção, assim como alguns exemplos inspiradores da cobertura dos meios de comunicação conseguidos pelas equipas de ENGAGE nas 12 cidades pioneiras.

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

## Conselhos de promoção

**Fora do comum** ► Os jornalistas gostam de tudo o que é incomum, raro e original. Como se pode refletir isso na fotografia do seu poster ou num dos seus eventos?

**O primeiro** ► Se for suficientemente interessante, a primeira vez que uma atividade é realizada é logo transformada em notícia.

**L'unique** ► Est-ce que votre ville est la seule à participer à une initiative européenne ? Les journalistes régionaux aimeront voir les choses sous cet angle.

**Cas particulier** ► Les journalistes aiment parler des activités qui n'auront lieu qu'une fois.

**Le plus grand, le plus petit, le plus long, le plus court** ► Les extrêmes font de bonnes histoires. Pouvez-vous combiner cette idée avec une activité marquante pour votre événement et inviter un photographe de presse ?





## PROMOVER AS SUAS ATIVIDADES

### Estar online

Cada cidade ENGAGE tem os seus posters numa [galeria online](#) no [website ENGAGE](#). Para complementar esta presença na internet, muitas cidades usam as redes sociais para aumentar a consciência pública e envolver mais os cidadãos.

- [Pamplona](#) gerou uma grande cobertura mediática com a prestação muito marcante de um coro e um vídeo no [YouTube](#).
- [Helsínquia](#) utiliza canais das redes sociais interativas, tais como a sua página ativa no [Facebook](#).
- [Bielsko-Biala](#) tem um [blog](#) onde os cidadãos podem manter-se em contacto e partilhar as suas histórias, desafios e experiências ENGAGE.



PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

### Estar online: Rennes Métropole, França

A campanha ENGAGE em [Rennes Métropole](#) tem um website que conta com posters e ações locais. Os visitantes podem fazer perguntas através de um fórum e há uma newsletter mensal que mantém os leitores atualizados sobre as últimas novidades da sua campanha local.

A campanha tem também uma página no [Facebook](#) uma conta [Twitter](#) que, entre outras coisas, promove ações locais sobre energia partilhando recursos através da Web. Os posters da campanha são também publicados no Facebook - há um álbum para cada uma das 37 cidades que participam na campanha.

As pessoas podem acompanhar a campanha através destes canais, permitindo que a



interação e a partilha de informação sobre a campanha seja mais fácil. Há no presente algumas centenas de pessoas que seguem ativamente online ENGAGE de [Rennes Métropole](#), demonstrando que os meios de comunicação social são uma ferramenta fantástica para o intercâmbio de notícias e informações e mostrando alguma parte do bom trabalho que já foi feito.

#### 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

GO

S'inscrire / Mot de passe oublié ?





## CELEBRAR ATRAVÉS DOS DIAS ENGAGE

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

As 12 cidades pioneiras da campanha ENGAGE organizaram dias ENGAGE para agradecer a participação e o envolvimento dos cidadãos e partes interessadas na campanha. Todas as cidades realizaram eventos emocionantes, alguns deles em destaque em baixo.

**300**  
participantes  
**50**  
novos  
posters de  
compromisso

### Celebrar através dos dias ENGAGE: **Leicester, Reino Unido**

A equipa ENGAGE de **Leicester** quis sensibilizar e incentivar os cidadãos a fazer um poster de compromisso.

Celebraram um Dia ENGAGE a 17 de outubro de 2011 no Shree Sanatan Mandir e no Centro da Comunidade, onde crianças, seniores e representantes da comunidade religiosa puderam visitar uma exposição. A data foi cuidadosamente escolhida para que coincidissem com as férias escolares locais e com o festival Hindu de Diwali.

Desse dia destacaram-se as decorações de Diwali a partir de materiais

a low carbon city  
**greener Leicester**

reciclados, a forma de utilizar as novas bolsas de reciclagem cor de laranja da cidade, o aconselhamento gratuito na saúde, conselhos sobre ciclismo e a participação cultural no canto e na dança. O workshop mais popular foi o de como reciclar os materiais velhos em novos trajes e decorações. Mais de 300 pessoas marcaram presença, incluindo seis grupos ecologistas e foram feitos nesse dia 50 novos posters com os compromissos.



O workshop sobre como reciclar os materiais velhos em novos trajes foi o mais popular.



As crianças de Leicester mostraram a sua criatividade e fizeram decorações Diwali a partir de materiais reciclados.







## CELEBRAR ATRAVÉS DOS DIAS ENGAGE

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

BEM-VINDO A ENGAGE

CAMPANHAS  
DAS CIDADES ENGAGE

JUNTE-SE A ENGAGE

### Celebrar através dos dias ENGAGE: Tornar Växjö mais verde, Suécia

A equipa ENGAGE em Växjö deu oportunidade aos serviços municipais de habitação e energia a possibilidade de mostrar seus esforços recentes para tornar Växjö mais verde. Organizaram um Dia ENGAGE, que foi também uma grande oportunidade para promover os planos da equipa no sentido de iniciar a recolha de resíduos domésticos para a produção de biogás.

1.300 cidadãos visitaram a biblioteca, expressando os seus pontos de vista e debatendo as questões ambientais com os representantes de Växjö. Só nesse dia foram feitos 45 posters e desde então, foram feitos 170 no total.

Realizaram-se quatro micro seminários debatendo um pouco de tudo, desde veículos elétricos a objetivos climáticos.

**1.300**  
visitantes  
**170**  
novos posters  
de compromisso

Um dos destaques do dia foi a divulgação dos resultados do concurso “O Desafio dos Políticos” em que dois representantes políticos competiram para poupar a maior quantidade de energia possível, respondendo a um questionário de conhecimentos e participando num concurso sobre reciclagem.



Divulgação - Exposição dos posters do ENGAGE na biblioteca



A equipa ENGAGE conversa com os cidadãos.



Fazer Växjö mais verde! Banners guiam os cidadãos ao evento.





## CELEBRAR ATRAVÉS DOS DIAS ENGAGE

PESQUISAR

PLANEAR

ENVOLVER

CRIAR

COMUNICAR

BEM-VINDO A ENGAGE

CAMPANHAS  
DAS CIDADES ENGAGE

JUNTE-SE A ENGAGE

### Celebrar através dos dias ENGAGE: Dia da Energia de Helsínquia, Finlândia

A equipa ENGAGE de [Helsínquia](#) quis promover o conhecimento dos seus projetos e estimular os cidadãos a fazer os seus próprios compromissos e posters. Celebrou-se um Dia de Energia no sábado 26 de março de 2011, durante o dia da “Hora do Planeta”.

O tema principal foi a “Energia Cinética”, em que a equipa combinou o entretenimento com a informação útil e muitos conselhos sobre estilos de vida sustentáveis. A primeira metade do dia centrou-se nas famílias e nas crianças e a segunda metade terminou na pista de dança com uma série de DJ famosos!

Os visitantes receberam um mapa do evento e foram incentivados a colecionar selos dos vários stands interativos. Cada stand forneceu informações sobre cozinha “amiga do clima”, iluminação energética eficiente, emissões de CO<sub>2</sub> dos transportes e redução dos resíduos e reciclagem. Foi criada uma árvore do Plano de Ação de Energia Sustentável para acolher as propostas de melhoramento de eficiência energética dos cidadãos de cada área.



Stands interativos atraem os cidadãos locais no Dia da Energia de Helsínquia



Os cidadãos expressaram a sua opinião sobre onde gostariam de ver melhorias de eficiência energética escrevendo na árvore do PAES.



# JUNTE-SE A ENGAGE

BEM-VINDO A ENGAGE

CAMPANHAS  
DAS CIDADES ENGAGE

JUNTE-SE A ENGAGE





# JUNTE-SE A ENGAGE

## Obrigado pelo seu interesse na campanha ENGAGE

Esperamos que tenha apreciado este guia e que pondere juntar-se à nossa missão de alcançar os objetivos '3x20' da UE.

A campanha ENGAGE oferece às cidades a possibilidade de participar numa campanha coordenada, significativa e eficaz que aborda a mudança climática de forma tangível, reunindo todos os cidadãos da Europa numa visão comum.

Interessado em juntar-se a nós? Junte-se ao primeiro grupo de cidades e seja uma cidade pioneira ENGAGE orgulhosa.

Clique, por favor, [aqui](#) para se juntar à campanha ENGAGE e para mobilizar os seus cidadãos e a sua cidade a participarem.

Temos o prazer de anunciar que as primeiras 150 cidades a juntarem-se podem fazê-lo gratuitamente no primeiro ano. Há, contudo, custos específicos associados ao funcionamento de uma campanha de posters e com a organização de dias ENGAGE, como a impressão de posters grandes e fotografias. Como os custos são específicos em cada cidade ou país, por favor não hesite em contactar uma das 12 cidades pioneiras ou Energy Cities para obter informações mais detalhadas.

**JUNTE-SE À  
CAMPANHA  
AQUI!**

### Passe a palavra: Visita de estudo, Oeiras, Portugal

Para apresentar algumas das ações concebidas no Plano de Ação de Energia Sustentável (PAES) em Oeiras e para mobilizar outras cidades no projeto, o Município de Oeiras, em parceria com "a Agenda 21 Local" da área metropolitana de Lisboa, organizou uma visita de estudo ENGAGE e convidou outros municípios.

O evento foi realizado no dia 11 de outubro de 2011 em Oeiras e contou com 36 participantes de Oeiras e municípios da área metropolitana de Lisboa.

Foi organizado um workshop para analisar a sustentabilidade energética, incluindo o PAES em Oeiras ENGAGE, a eficiência energética na iluminação pública e a energia solar.

Seguiu-se uma visita de estudo para conhecer alguns dos projetos mencionados no workshop e admirar os posters com os compromissos ENGAGE nas ruas. As cidades visitantes ficaram impressionadas com o que viram em Oeiras e assim, cinco novas cidades de Portugal juntaram-se à campanha ENGAGE em abril de 2012.



Workshop sobre sustentabilidade em Oeiras





Preparado por



Com a contribuição das 12 cidades pioneiras:

Biesko-Biala (PL), Heerlen (NL), Heidelberg (DE), Helsínquia (FI), Ivanić-Grad (HR), Leicester (GB), Liège (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

### Helsínquia

**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

### Liège

**Éléonore Dayez**

eleonore.dayez[a]liege.be

### Oeiras

**Paul Cristina Santos**

paula.santos[a]cm-oeiras.pt

### Pamplona

**José Costero**

j.costero[a]pampelona.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](http://www.citiesengage.eu)

A responsabilidade pelos conteúdos deste folheto reside unicamente nos seus autores. Os conteúdos não representam a opinião da União Europeia. Nem a EACI nem a Comissão Europeia são responsáveis por qualquer uso da informação aqui contida.

Identidade gráfica por Diane Morel ([www.dianemorel.com](http://www.dianemorel.com)). Design de Futerra Sustainability Communications.

