

projectos
transformar
experiências
parcerias
novo ciclo



HABITAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO
LOCAL Câmara Municipal Lisboa

Programa Parcerias Locais

BIP/ZIP

Programa BIP/ZIP 2015

FICHA DE CANDIDATURA

Refª: 042

Rede Rés do Chão



BAIRROS e ZONAS
de Intervenção
Prioritária de Lisboa

Grupo de Trabalho dos Bairros e Zonas de Intervenção Prioritária (BIP/ZIP)

Rua Nova do Almada, nº 2 - 3º Andar 1100-060 Lisboa | Telefone: 21 322 73 60 | Email - bip.zip@cm-lisboa.pt

ENTIDADES PROMOTORAS

Designação RÉS DO CHÃO CENTO E DEZANOVE ASSOCIAÇÃO

ENTIDADES PARCEIRAS

Designação GI Malta&C^a

Designação Arquivo 237

Designação GI Comerciantes Vizinhos

Designação GI Poço de Ideias

IDENTIFICAÇÃO DO PROJECTO

Designação Rede Rés do Chão

BIP/ZIP em que pretende intervir 50. Rua de São Paulo (eixo)

Síntese do Projecto

Fase de execução -----

Fase de sustentabilidade -----

DESCRIÇÃO DO PROJECTO

Objetivo Geral de Projeto

Diagnóstico

O eixo da Rua de São Paulo assiste hoje a um momento de transformação social, económica e cultural que requer, a construção contínua de propostas que contribuam para desafios diagnosticados neste território: edificado desocupado e degradado, dificuldade na preservação do comércio de proximidade, falta de coesão social e territorial e ausência de equipamentos no espaço público. Embora o encerramento de estabelecimentos comerciais e a degradação do património edificado e do espaço público continuem a ser um problema bastante relevante, assistimos hoje a uma procura crescente de lojas e espaços por ocupar por novos protagonistas. O equilíbrio entre novos negócios e comércio tradicional é, por isso, hoje um desafio no eixo de São Paulo. Assim, a fim de evitar processos de gentrificação, torna-se importante assumir o papel decisivo do projecto Rés do Chão enquanto mediador destes processos, com uma responsabilidade social acrescida na rede que iniciou.



Observa-se ainda que este é um território que continua a estar caracterizado pela co-existência de focos dispersos de pequenas iniciativas culturais e artísticas que deverão trabalhar em rede de forma mais consistente e constante. De um modo geral, observa-se que nas fragilidades sociais identificadas existem novas oportunidades de combater o empobrecimento da economia local e a falta de coesão social e territorial com novas estratégias de acção que promovem o trabalho da comunidade em rede.

Temática preferencial

Melhorar a Vida no Bairro

Destinatários preferenciais

Comunidade

Objectivo geral

Regeneração Urbana (Reabilitação de edifícios, Reabilitação e Revitalização urbana)
Promoção do Comércio local e coesão social
Promoção de cidadania participativa
Melhoria do Espaço Público e Segurança

Com a candidatura Rede Rés do Chão pretende-se desenvolver várias actividades incluídas em três principais eixos de acção: a ocupação de espaços desocupados, a promoção do comércio local e a dinamização do espaço público.

Através desta estratégia pretende-se a requalificação do património edificado e do espaço público, a diversidade funcional das ruas, o desenvolvimento da economia local e, conseqüentemente, a consolidação de relações de vizinhança e proximidade.

O projecto afirma-se com a estratégia de criação de uma rede, de natureza participativa e colaborativa, privilegiando uma abordagem "bottom up" no desenho, planeamento e execução das actividades. Desta forma, quer-se inaugurar uma mudança de paradigma do papel da comunidade no desenvolvimento do território, permitindo aos habitantes e comerciantes serem, para além de destinatários, co-responsáveis pelas linhas de desenvolvimento da sua comunidade.

Pretende-se também relacionar de forma mais consistente e constante os habitantes, comerciantes e estruturas culturais e artísticas existentes no bairro. A criação de uma rede com os intervenientes do bairro irá potenciar a partilha de recursos e actividades endógenos ao próprio bairro.

Objetivos Específicos de Projeto

Objetivo Específico de Projeto 1



É notório o impacto económico que determinados eventos, iniciativas e actividades têm tido localmente neste território. Torna-se portanto vital continuar o acolhimento de novas entidades e parcerias, de forma a contribuir para a revitalização do comércio local.

Torna-se urgente continuar a fomentar o trabalho em rede, entre organizações do terceiro sector, associações culturais e artísticas e comunidade em geral, internos ou externos ao território.

Deste modo, sente-se a necessidade e a legitimidade de dar seguimento ao foco do Rês do Chão na promoção do comércio de proximidade e de novas relações de vizinhança, através do desenvolvimento de uma rede que permite, de forma sistematizada e sustentável, a revitalização e regeneração da economia local deste território.

Sustentabilidade

A revitalização do território assente numa rede local pressupõe a construção de um trabalho conjunto na partilha de recursos de vários agentes que se complementam nas diferenças e peculiaridades, proporcionando inúmeras soluções para os mesmos desafios.

A criação de rede de espaços e actividades que promovem e privilegiam as relações de vizinhança com novos públicos deverá ser entendido como um dos caminhos de regeneração urbana sustentável e de preservação cuidada do tecido económico do território, assente no comércio de proximidade.

No futuro próximo a revitalização sustentável do território, deve ser fomentada organicamente pela transformação da rede e pelo empoderamento da comunidade mais participativa, inclusiva e inovadora.

CALENDARIZAÇÃO DO PROJECTO

Actividade 1

Estratégia Parklet

Descrição

O Parklet é uma proposta de criação de espaço público, na área anteriormente ocupada por um lugar de estacionamento automóvel.

Este equipamento, testado noutras cidades do mundo, surge como uma resposta eficaz, económica e de grande impacto sócio-urbano em ruas ou bairros onde se verifica uma carência de espaços públicos e de mobiliário urbano.

A implementação de sucesso de um Parklet-piloto, financiado a 114% sob crowdfunding, durante as Festas de Lisboa'15, na Rua Poço dos Negros, durante 15 dias, possibilitou o

teste de conceito da adesão da comunidade local e de todo o público visitante do território.

A Estratégia Parklet, enquanto estratégia de urbanismo tático, é uma actividade que engloba as fases de planeamento, execução e programação do equipamento, num processo de participação activa da comunidade.

Perante o sucesso do projecto piloto, pretende-se desenvolver uma estratégia de implementação de um Parklet estruturada em três fases:

- Análise do território com a comunidade e definição de local e tipologia relevante a serem implementados;
- Construção de 1 parklet;
- Estimular a apropriação e construção de uma programação contínua no Parklet, ao longo de seis meses, com diferentes elementos da comunidade, desde estruturas associativas a estabelecimentos comerciais.

Recursos humanos RH (interno) - Desenho / Planeamento / Gestão de Programação
RH (externo) - Comunicação / Divulgação / Construção

Local: morada(s) -

Local: entidade(s) -

Resultados esperados Pretende-se com a actividade Estratégia Parklet, num processo participativo com a comunidade, encontrar a tipologia e local pertinente para a construção de um Parklet e promover a sua utilização.

Desta forma, espera-se com esta estratégia:

- ampliar a oferta de espaço público num local estratégico;
- promover a convivência de rua e o fortalecimento das relações de vizinhança;
- criar um novo equipamento a ser apropriado cultural e/ou socialmente pela comunidade;
- estimular processos participativos.

Valor 8175.00 EUR

Cronograma Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12

Periodicidade Diário

Nº de destinatários 3000

Objectivos específicos para que concorre 1, 3

Actividade 2 Feira Vizinha



FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

Descrição

A Feira Vizinha é um mercado de rua, associado aos comerciantes locais, que ocupa o Largo Dr. António de Sousa de Macedo em Lisboa, no primeiro sábado de cada mês.

A Feira Vizinha surgiu do desejo dos comerciantes locais de ocupar um espaço público subvalorizado, com o objectivo de dinamizar o bairro, promover o comércio local e as actividades desenvolvidas pelas várias associações residentes.

Foi neste sentido que este conjunto de comerciantes vizinhos, após um abaixo-assinado entregue na Junta de Freguesia da Misericórdia, decidiu mandar a organização Rés do Chão para produção, gestão e dinamização deste mercado local. A feira tem uma edição mensal focada na valorização do território e na revitalização do comércio local.

Reconhecendo a importância do comércio e serviços de proximidade, a Feira Vizinha tem como aspecto singular a valorização do comércio existente num dos bairros mais antigos de Lisboa, pretendendo privilegiar a exposição e venda dos produtos dos comerciantes locais, associando-os num espaço central do bairro. A Feira Vizinha encontra-se, no entanto, aberta a todos os interessados.

Recursos humanos

RH (interno) - Produção / Gestão
RH (externo) - Co-Produção / Comunicação / Divulgação

Local: morada(s)

-

Local: entidade(s)

-

Resultados esperados

Este é um projecto que tem sido co-desenhado com os comerciantes e focado na sua participação contínua desde o desenho à produção do evento.

O Rés do Chão tem assumido um papel de produtor, mediador e facilitador de processos nas primeiras edições da Feira Vizinha.

A expectativa geral em torno desta atividade é que esta, no futuro, seja o reflexo da apropriação da comunidade. As reuniões mensais dos Comerciantes da Feira Vizinha com o Rés do Chão têm já conduzido a propostas de melhoria concretas e a novas abordagens da Feira. Um dos objetivos principais dos comerciantes passa por atrair um número sistemático de visitantes aos comércios ali estabelecidos.

Acredita-se que, mais que um novo ponto de venda ou de nova oportunidade comercial, com tudo o que envolve este evento, os participantes das várias edições e o Grupo Informal Comerciantes da Feira Vizinha poderão renovar comportamentos de vizinhança e de comunidade no território que habitam, promover os seus negócios e revitalizar o espaço público.

Valor 8855.00 EUR



| | |
|---|---|
| <i>Cronograma</i> | Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9 |
| <i>Periodicidade</i> | Diário |
| <i>Nº de destinatários</i> | 1000 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 1, 3 |
| | |
| <i>Actividade 3</i> | Rede de Serviços Rês do Chão |
| <i>Descrição</i> | <p>Consolidação da construção de uma rede de serviços presentes no território (comerciantes, entidades sociais, associações culturais e artísticas do bairro, etc.) com o objetivo de promover, divulgar e criar novas relações socio-económicas de colaboração e cooperação.</p> <p>Esta actividade estará dividida em três grandes vectores de continuidade de trabalho já testado em rede:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mapeamento - Acrescentar informação relevante de comércio, serviços e associações identificados e mapeados na plataforma www.resdochao.org, divulgando com maior eficiência os projectos e negócios sedeados no território; - Eventos em rede - Construção de eventos em rede, envolvendo em simultâneo comerciantes locais e entidades artísticas e culturais locais e/ou externas. A título de exemplo, estão desde já confirmadas a existência de um evento que decorrerá durante um mês em montras de espaços comerciais do bairro - Mundos Alternativos - e de um ciclo de tertúlias - As Conversas Lisboa - que decorrerão em espaços comerciais do bairro e darão a conhecer a um público externo os projectos e actividades locais; - Newsletter - Introduzir um novo meio de promoção do bairro e dos seus protagonistas com a divulgação de uma newsletter mensal que procurará difundir localmente e externamente os eventos, acontecimentos e novidades do território, sob suporte físico e digital. |
| <i>Recursos humanos</i> | RH (interno) - Co-produção / Comunicação/ Divulgação RH (externo) - Co-produção / Comunicação / Divulgação / Consultoria e Programação Informática |
| <i>Local: morada(s)</i> | - |
| <i>Local: entidade(s)</i> | - |
| <i>Resultados esperados</i> | Pretende-se com a construção da Rede de serviços Rês do Chão fornecer informações úteis à população local e externa, promovendo o bairro e as estruturas comerciais, culturais e artísticas nele sediadas. Através da criação de um conjunto de eventos que sejam |



catalizadores de novos públicos, contribuir-se-á para a activação do comércio local e para o estabelecimento de novas e interessantes relações de partilha e colaboração.

Durante 9 meses, pretende-se acolher no território eixo São Paulo um mínimo de 10 eventos.

Do projecto As Conversas Lisboa, resultará uma publicação síntese das apresentações realizadas ao longo de 10 sessões.

| | |
|---|---|
| <i>Valor</i> | 8825.00 EUR |
| <i>Cronograma</i> | Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12 |
| <i>Periodicidade</i> | Diário |
| <i>Nº de destinatários</i> | 2500 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 1, 3 |

Actividade 4 MANPOWER 2015

Descrição

Depois do êxito das edições anteriores o MANPOWER pretende voltar à rua apresentando-se como um evento que juntará artistas -nacionais e internacionais- e comunidade local. Assumido como um evento anual já 'marca do bairro' na promoção do comércio local e das relações de vizinhança na Rua Poço dos Negros, apresenta-se agora com o carácter inovador do trabalho em rede local, de forma sistemática e não pontual.

O MANPOWER 2015 será faseado em quatro momentos diferentes:

- Concepção e Planeamento: Será lançada uma open call aos artistas e estabelecidas as parcerias locais;
- CoProdução e Colaboração: A natureza dos projectos será enquadrada na gramática dos espaços expositivos e discutida/aprovada com os comerciantes locais;
- Lançamento do Evento: intervenção na rua e em montras de lojas locais com exibição de performances e instalações interactivas durante uma noite;
- Produção Audiovisual: Construção de um registo documental ao longo do processo de ideação e produção do evento, focando-se nos protagonistas locais, nos artistas convidados e nas relações criadas entre uns e outros. Conta-se ainda com a apresentação final do vídeo num dos espaços da Rede Rés do Chão.

Recursos humanos

RH (interno) Divulgação
RH (externo) Produção /Comunicação / Curadoria

Local: morada(s)

-



| | |
|---|--|
| <i>Local: entidade(s)</i> | - |
| <i>Resultados esperados</i> | <p>Com o MANPOWER 2015, pretende-se uma nova abordagem ao território sob a forma de produção cultural e artística que envolva e privilegie a comunidade em todo o processo de desenho, produção e apresentação do evento. Pretende-se trabalhar com um grupo de aproximadamente 40 artistas em cerca de 20 espaços expositivos e divulgar o processo sob a forma de uma produção audiovisual.</p> <p>Perante a lógica de colaboração permanente do trabalho com a comunidade, esta actividade irá potenciar o aproveitamento dos recursos humanos e logísticos existentes no território.</p> <p>A característica singular deste evento é ser gratuito e aberto ao público, possibilitando uma adesão mais espontânea e diversificada, facilitando a inclusão e a participação democrática da comunidade local à arte.</p> <p>A parceria com entidades locais, nacionais e estrangeiras permitirá ao território ver-se novamente incluído numa rede internacional de colaborações artísticas.</p> <p>O impacto social, mediático e económico desta actividade no bairro deverá continuar a crescer e desta forma contribuir para a revitalização económica do território.</p> |
| <i>Valor</i> | 6500.00 EUR |
| <i>Cronograma</i> | Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7 |
| <i>Periodicidade</i> | Pontual |
| <i>Nº de destinatários</i> | 3000 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 1, 3 |
| <i>Actividade 5</i> | Malta & Companhia |
| <i>Descrição</i> | <p>Incubação do Projeto de design cooperativo Malta & Companhia proposto por uma designer estabelecida localmente.</p> <p>Este projecto visa responder ao problema do desaparecimento das artes e ofícios locais com uma proposta de valor social e uma abordagem inovadora entre práticas ancestrais e um novo modelo de produção cooperativo.</p> <p>A urgência deste projeto, entre tradição e inovação, surge do diagnóstico de alguns problemas no campo criativo em geral, como: a crescente dificuldade de produzir em pequena escala, com qualidade e sem necessidade de mínimos de produção; a ausência de transmissão de conhecimentos das</p> |



artes e ofícios; a incapacidade do comércio tradicional responder a exigências do mercado actual ou a baixa taxa de cooperação entre os agentes do mesmo território.

Malta & Companhia irá basear-se em 4 momentos distintos, com 4 objetivos diferenciados:

- Identificação e mapeamento dos agentes válidos (artes & ofícios) no território;
- Criação da plataforma online, divulgando e promovendo os agentes identificados na fase anterior, funcionando como um catalisador de novos encontros, entre artes e ofícios, criativos e comércio local;
- Cooperação com agentes disponíveis na plataforma, na concepção, produção e comercialização de marca de design cooperativo;
- Lançamento, apresentação e comercialização dos produtos concebidos.

Recursos humanos RH (interno) Divulgação
RH (externo) Designer / Produção

Local: morada(s) -

Local: entidade(s) -

Resultados esperados A expectativa em torno da ignição deste projeto de design cooperativo e comunitário é que se apresente, num futuro próximo, como um negócio sustentável, que nos permita reactivar parte das oficinas de artes e ofícios no território e contribuir para a revitalização da economia local, podendo mesmo catalisar outros negócios.

Por outro lado o reconhecimento das artes & ofícios locais, com a existência da plataforma digital Malta & Companhia, permitirá a afirmação de uma cultura criativa em rede, assumindo um papel determinante, na dinamização da economia e emprego local.

Espera-se por isto que se inaugure um novo modelo de produção assente em práticas colaborativas locais que permitam aumentar a cooperação entre agentes da mesma comunidade, fomentando contactos, trabalho em rede e parcerias.

Entre as oportunidades deste projeto, enquanto negócio social de envolvimento comunitário, temos: o crescente interesse no processo dos artesãos e oficinas; o aparecimento de novos fazedores ou designers-fazedores; a crescente procura de turismo cultural e de identidade; o aumento exponencial da preocupação em fazer/comprar um design responsável social e economicamente justo; aumento da consciência social em relação ao consumo local e de pequena escala.

Valor 6850.00 EUR

Cronograma Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês



| | |
|---|---|
| | 9 |
| <i>Periodicidade</i> | Diário |
| <i>Nº de destinatários</i> | 500 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 1 |
| <i>Actividade 6</i> | Plataforma Rés do Chão |
| <i>Descrição</i> | <p>Continuação do levantamento de pisos térreos comerciais desocupados, mapeamento, identificação e intermediação com arrendatários e proprietários, alargando ainda o raio de acção para as ruas adjacentes compreendidas no mesmo território.</p> <p>Após a inclusão de cerca de 75 espaços térreos comerciais desocupados mapeados e descritos na plataforma online, cerca de 300 consultas mensais ao serviço e mais de 20 requisições online mensais da parte de potenciais arrendatários, observa-se a necessidade de reestruturar a plataforma de forma a tornar mais operacional, acessível e eficiente a relação entre usuário e/ou visitante do site.</p> |
| <i>Recursos humanos</i> | <p>RH (interno) Scouting, Mapeamento e Intermediação / Relações públicas e Comunicação</p> <p>RH (externo) - Consultoria e Programação Informática</p> |
| <i>Local: morada(s)</i> | - |
| <i>Local: entidade(s)</i> | - |
| <i>Resultados esperados</i> | <p>Pretende-se continuar a prestar um serviço útil à comunidade local e à população externa, que contribua para promover novas ocupações e reabilitações de pisos térreos.</p> <p>A vitalidade deste território dependerá sempre da capacidade de renovação dos seus espaços, dos seus usos e modos de ocupação. No caso da reabilitação e reocupação dos pisos térreos, esta questão coloca-se não só pela relação privilegiada que estes espaços mantêm com o espaço público, mas também pelo incentivo, a médio prazo, à ocupação e reabilitação de pisos superiores e de outros edifícios no mesmo bairro.</p> <p>A introdução de novos pisos térreos na base de dados conduzirá a uma nova fase de intermediação entre proprietários e novos arrendatários.</p> <p>O contributo do trabalho de mapeamento e intermediação já realizado já é hoje visível no território pela presença da Associação Fermenta com o projeto A avó veio trabalhar e a Associação Clube Royal.</p> |
| <i>Valor</i> | 8525.00 EUR |

| | |
|---|---|
| <i>Cronograma</i> | Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12 |
| <i>Periodicidade</i> | Diário |
| <i>Nº de destinatários</i> | 2500 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 2 |

MONITORIZAÇÃO DE PROJETO

Rede (resultados)

Nº de parceiros mobilizados 4

Constituição da equipa de projeto

Função Coordenador Rés do Chão

Horas realizadas para o projeto 1510

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Função Gestor projecto Rés do Chão

Horas realizadas para o projeto 750

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira

Morador no bairro do projeto Sim

Função Gestor projecto Rés do Chão

Horas realizadas para o projeto 500

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Função Coordenador Malta & Companhia

Horas realizadas para o projeto 590



Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira

Morador no bairro do projeto Sim

Função Coordenador Man Power

Horas realizadas para o projeto 400

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira

Morador no bairro do projeto Sim

Criação de emprego (Impacto)

Nº de novos postos de trabalho criados com a constituição da equipa de projeto (com uma afetação >= 75%) 5

Nº de novos postos de trabalho criados como resultado da intervenção do projeto 5

Destinatários (Resultados)

Nº de moradores no bairro BIP/ZIP destinatários de atividades em que é possível a identificação dos participantes (formativas, pedagógicas, lúdicas) 50

Nº total acumulado de destinatários de atividades onde não é possível a identificação clara dos participantes 12450

Nº de atividades onde não é possível a identificação clara dos participantes 6

Equidade

Nº de destinatários com deficiência / doença mental 0

Nº de destinatários mulheres 0

Nº de destinatários desempregados 0

Nº de destinatários jovens (- de 30 anos) 0

Nº de destinatários idosos (+ de 65 anos) 0

Nº de destinatários imigrantes 0

| | |
|--|----|
| <i>Comerciantes Locais</i> | 65 |
| Produtos/Elementos tangíveis da intervenção | |
| <i>Nº de produtos concebidos para venda / demonstração</i> | 5 |
| <i>Nº de intervenções em edificado para criação de serviços ou atividades dirigidas à Comunidade</i> | 0 |
| <i>Nº de intervenções no espaço público</i> | 2 |
| <i>Nº de publicações criadas</i> | 2 |
| <i>Nº de páginas de Internet criadas</i> | 2 |
| <i>Nº de páginas de facebook criadas</i> | 2 |
| <i>Nº de vídeos criados</i> | 1 |
| <i>Nº de artigos publicados em jornais / revistas</i> | 20 |
| <i>Nº de novas organizações criadas (associações / empresas, outros)</i> | 2 |
| <i>Eventos em pisos térreos</i> | 30 |
| <i>Eventos em espaço público</i> | 11 |

ORÇAMENTO TOTAL DO PROJECTO

Financiamento BIP/ZIP solicitado

| | |
|--|--------------|
| <i>Encargos com pessoal interno</i> | 24350.00 EUR |
| <i>Encargos com pessoal externo</i> | 14780.00 EUR |
| <i>Deslocações e estadias</i> | 0.00 EUR |
| <i>Encargos com informação e publicidade</i> | 1300.00 EUR |
| <i>Encargos gerais de funcionamento</i> | 4800.00 EUR |
| <i>Equipamentos</i> | 600.00 EUR |
| <i>Obras</i> | 1900.00 EUR |
| <i>Total</i> | 47730 EUR |

Montante de apoio financeiro por entidade promotora

FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

Entidade RÉS DO CHÃO CENTO E DEZANOVE ASSOCIAÇÃO

Valor 47730.00 EUR

Outras fontes de financiamento e respectivos montantes

Entidade Advogado Carlos Paisana

Tipo de apoio Não financeiro

Valor 1476.00 EUR

Descrição Oferta da prestação de serviços de advocacia e aconselhamento jurídico.

Entidade António Miguel - Diretor Executivo Laboratório Inovação Social

Tipo de apoio Não financeiro

Valor 1200.00 EUR

Descrição Oferta da prestação de serviços consultoria e aconselhamento no projeto de empreendedorismo e inovação social.

Entidade Rés do Chão 119

Tipo de apoio Não financeiro

Valor 650.00 EUR

Descrição Cedência do espaço expositivo da montra e do interior da loja; despesas inerentes à utilização do espaço; apoio técnico à montagem da exposição.

Entidade Oficina Colectiva

Tipo de apoio Não financeiro

Valor 650.00 EUR

Descrição Cedência do espaço expositivo da montra e do interior da loja; despesas inerentes à utilização do espaço; apoio técnico à montagem da exposição.

Entidade Associação Cão Solteiro

Tipo de apoio Não financeiro

Valor 1000.00 EUR

Descrição Cedência do espaço expositivo da montra e do interior da loja; despesas inerentes à utilização do espaço; apoio técnico à montagem da exposição; utilização de material e equipamento.



FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

| | |
|----------------------|--|
| <i>Entidade</i> | Clube Royale |
| <i>Tipo de apoio</i> | Não financeiro |
| <i>Valor</i> | 650.00 EUR |
| <i>Descrição</i> | Cedência do espaço expositivo da montra e do interior da loja; despesas inerentes à utilização do espaço; apoio técnico à montagem da exposição. |
| <i>Entidade</i> | Grupo Informal Poço de Ideias |
| <i>Tipo de apoio</i> | Não financeiro |
| <i>Valor</i> | 5600.00 EUR |
| <i>Descrição</i> | Cedência de espaço expositivo; despesas inerentes à utilização do espaço expositivo; apoio técnico à montagem; cedência de material; apoio produção; cedência de espaço na fase de organização; comunicação e divulgação |
| <i>Entidade</i> | Rés do Chão 119 |
| <i>Tipo de apoio</i> | Não financeiro |
| <i>Valor</i> | 300.00 EUR |
| <i>Descrição</i> | Cedência de espaço |
| <i>Entidade</i> | Oficina Colectiva |
| <i>Tipo de apoio</i> | Financeiro |
| <i>Valor</i> | 200.00 EUR |
| <i>Descrição</i> | Cedência de espaço |

TOTAIS

| | |
|--|-----------|
| <i>Total das Actividades</i> | 47730 EUR |
| <i>Total de Outras Fontes de Financiamento</i> | 47730 EUR |
| <i>Total do Projeto</i> | 59456 EUR |
| <i>Total dos Destinatários</i> | 12500 |

