

projectos
transformar
experiências
parcerias
novo ciclo



HABITAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO
LOCAL Câmara Municipal Lisboa

Programa Parcerias Locais

BIP/ZIP

Programa BIP/ZIP 2024
Dimensão: Dimensão Ignição
FICHA DE CANDIDATURA

Refª: 026

Estação 1300



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 Associação Amigos B2M - Bairro Alto da Ajuda
 Designação LOCALS APPROACH

ENTIDADES PARCEIRAS

Designação EV - Liga de Associações pela Cidadania Rodoviária, Mobilidade Segura e Sustentável
 Designação Junta de Freguesia da Ajuda
 Designação DEP - Divulgar e Partilhar
 Designação Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas
 Designação Faculdade de Arquitetura - ULisboa
 Designação APSI - Associação para a Promoção da Segurança Infantil

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Dimensão Dimensão Ignição
 Designação Estação 1300
 BIP/ZIP em que pretende intervir 2. Dois de Maio
 ODS 2030 Erradicar a Fome
 Trabalho Digno e Crescimento Económico
 Cidades e Comunidades Sustentáveis
 Síntese do Projeto

 Fase de execução Estação 1300 visa continuar a transformação do panorama alimentar do Bº Alto da Ajuda através da implementação de uma estratégia de comunicação territorial, que trabalha na sensibilização da comunidade em diversas frentes para a adoção de práticas alimentares saudáveis como forma de prevenção de doenças não transmissíveis. O projeto procura estreitar laços entre gerações e comunidades, pelo reforço de competências e de intervenções que potenciem negócios locais no setor alimentar.

 Fase de sustentabilidade A capacitação do tecido social (cidadãos, organizações e empresas locais) é em si um forte contributo para a adoção de práticas alimentares saudáveis a longo-prazo. Por outro lado o estímulo do projeto à economia local, através



do reforço de competências e da valorização de produtos e serviços na área da alimentação saudável, cria condições de oferta diferenciada neste campo, combatendo assim o deserto alimentar do território.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Objetivo Geral de Projeto

Diagnóstico	<p>O acesso reduzido a ingredientes frescos e refeições saudáveis é uma das principais causas de doenças como a obesidade, diabetes, hipertensão, vasculares e respiratórias, que matam mais do que o tabaco. Segundo o INE, o rendimento médio da Ajuda e do BIP 2, está no tercil mais baixo de Lisboa e é inferior à média da cidade, se somarmos a este facto, existirem apenas 6 lugares de comida para 14.300 pessoas presentes no Bº Alto da Ajuda, somos confrontados com a escassez de alternativas alimentares e comerciais.</p> <p>O primeiro contacto sensorial que temos com a comida é através da visão. As pistas visuais orientam as nossas escolhas alimentares e a melhoria da acessibilidade visual, tem impacto nas nossas rotinas alimentares ajudando-nos a tomar escolhas saudáveis.</p> <p>Sinalizado pelo relatório Foodscapes como uma das principais necessidades, é importante dar mais visibilidade, apoiar negócios locais e estimular o aparecimento de novas iniciativas que promovam uma alimentação saudável. Na Ajuda, em média, apenas 1 em cada 5 estabelecimentos comerciais do setor alimentar vende frescos e nos 47 lugares de alimentação mapeados, as bebidas alcoólicas são o produto mais consumido e visível. Num raio de 15 min a pé do local onde as pessoas moram, estudam e trabalham, a oferta de alternativas alimentares nutritivas é muito baixa, criando um deserto alimentar.</p>
Destinatários preferenciais	Grupos vulneráveis
Temática preferencial	Melhorar a Vida no Bairro
Objectivo geral	Pretende-se continuar o trabalho de democratização da literacia alimentar desenvolvido nos últimos anos, desta vez pelo da comunicação. Iremos dar visibilidade e estimular o aparecimento de projetos, iniciativas e negócios, que reforcem a economia local no setor da alimentação saudável. Estação 1300, ajudará a criar condições de inclusão, a partir da mesa, envolvendo as



diferentes comunidades e culturas no Bairro. Com um conjunto de atividades que vão desde oficinas de gastronomia a podcast é a partir da participação da comunidade na melhoria do sistema alimentar local que vamos trabalhar a prevenção de doenças não transmissíveis. Para este efeito será co-desenhada e implementada uma estratégia de Comunicação Territorial a vários níveis:

.Na presença consistente nos meios de comunicação digitais e nas redes sociais através da criação de uma plataforma multicanal

.Na promoção de oportunidades onde a comunidade se poderá continuar a expressar pela gastronomia, trocando experiências, valores, culturas e tradições.

.No reforço de competências que vão da criação estratégica de negócios, à comunicação e promoção

.Através de uma campanha de marketing de guerrilha no terreno que comunicará com a comunidade a partir de dispositivos físicos efémeros, situados no espaço público da freguesia ao longo de percursos que culminam no BIP 2. Pela ativação do espaço público a partir das atividades do projeto.

Objetivos Específicos de Projeto

Objetivo Específico de Projeto 1

Descrição	Estação 1300 será um vetor de transformação na paisagem alimentar da Ajuda, pelo reforço de competências ao nível da comunicação e pelo estímulo de iniciativas empreendedoras no território. Para incentivar ainda mais este espírito empreendedor a fim de otimizar o sistema alimentar, o projeto lançará um concurso de ideias para gerar/identificar e desenvolver ideias. Ao longo deste os participantes terão acesso a um intensivo programa de capacitação para que estas ideias de alto potencial se transformem em projetos viáveis (at.4) com impacto no território e no seu sistema alimentar. Paralelamente será criada uma comunidade de embaixadores digitais através do reforço de competências de comunicação direcionado aos jovens do BIP 2, aos estudantes do Pólo Universitário e aos técnicos das organizações locais (at.2). Esta formação de cariz teórico-prático incide em projetos e negócios locais que trabalhem com alimentação saudável. O objeto de estudo e laboratório de aplicação de conteúdos, por forma a melhorar a comunicação destes negócios aumentando assim a sua visibilidade e alcance, contribuindo diretamente para o reforço e estímulo da economia local.
-----------	--

Sustentabilidade	A aposta na formação terá sempre a sua sustentabilidade
------------------	---



garantida, sobretudo quando se tratam de competências cada vez mais procuradas no mercado, como é o caso da comunicação (at2). Cada vez são mais requisitados, gestores de redes sociais, copywriters até influencers que pela suas capacidades de leitura e interpretação das geografias digitais e respetivas tendências conseguem alavancar produtos, negócios e causas a níveis de alta performance, que sem este tipo de expertise seria impossível. A aposta neste tipo de competências no território é fundamental, tendo em conta a escassez deste tipo de mão-de-obra. Por outro lado a inclusão de técnicos das organizações locais nestas formações poderá ser diferenciador na melhoria do nível de comunicação destas. Haverá estímulo para aparecimento de novas iniciativas empreendedoras (at.4) no Alto da Ajuda ligadas ao setor da alimentação e é fundamental para se combater o deserto alimentar do território e estimular a economia local a partir da resolução deste problema, potenciando não só o aparecimento de novos stakeholders, mas valorizando igualmente produtos e serviços existentes.

Objetivo Específico de Projeto 2

Descrição

A Estratégia de Comunicação Territorial (at.1) sensibilizará para adopção de práticas alimentares saudáveis, a partir da valorização de produtos, serviços, projetos e negócios locais. Assente em princípios de capilaridade, operacionalizados pelo envolvimento de diversos grupos envolvidos no seu desenho e implementação (cidadãos, organizações, universidades, empresas e poder local) esta será alvo das competências adquiridas pela comunidade de Embaixadores digitais que a disseminarão, assumindo-se como vetores desta no terreno (at.2). A estratégia operará em esferas digitais, mas terá sobretudo uma expressão de proximidade no terreno, junto das diversas comunidades que compõem, o cada vez mais, complexo mosaico social do B. Alto da Ajuda. Para acentuar esta expressão no território, serão construídos um conjunto de dispositivos físicos de mobiliário urbano modular móvel, que ativam espaços públicos pela promoção de estadia e de convívio e serão o suporte das atividades do projeto na rua (at.6). Será a partir de uma campanha de marketing de guerrilha no terreno, materializada por um conjunto de percursos, que culminam no Bairro 2 de Maio, que se despertará a curiosidade sobre o tema em quem passa. Para pontuar estes percursos, recorrer-se-á à construção de artefactos que apelam à interação de quem passa e despertam a curiosidade pela sua forma, cor, volumetria e mensagem (at.5). Todos estes dispositivos servirão de suporte ao evento final de Praças da Alimentação(at.6).

Sustentabilidade

Espera-se que pela intensa ação nas diferentes frentes do



projeto onde é ativamente promovida a adopção de hábitos e rotinas alimentares saudáveis, haja uma forte adesão da comunidade. Deste modo acreditamos que Estação 1300 conseguirá operar na orla da prevenção de doenças não transmissíveis pela alimentação de prevenção, a curto, médio e a longo-prazo, contribuindo desta forma para índices de saúde comunitária mais altos.

Por outro lado, ao apostar-se na valorização de produtos, negócios locais que tenham esta preocupação, operacionaliza-se um importante contributo na dinamização da economia local. A apropriação do espaço público pela implementação das diferentes atividades do projeto gerará um maior sentido de apropriação deste pela comunidade, criando deste modo não só um maior sentido de pertença, mas sendo também determinante no reforço da auto-estima coletiva sobre o mesmo. Por outro lado o facto dos percursos da campanha de guerrilha marketing (at.5) culminarem no Bairro 2 de Maio, fará deste um ponto de passagem, ao contrário do que se sucede habitualmente. Os dispositivos de mobiliário urbano móvel e modular produzidos (at.6) serão (re)utilizados noutros eventos e estarão ao dispor das entidades que constituem esta parceria como banco de recursos.

Objetivo Específico de Projeto 3

Descrição

Com a entrada de migrantes e com os estudantes Erasmus, o painel demográfico do Bairro tem-se alterado nos últimos tempos o que em si apresenta oportunidades mas também desafios de inclusão e integração.

Estação 1300 estabelecerá as bases para um diálogo intercultural tendo a gastronomia como veículo de conexão, entre diferentes culturas. Esta é uma forma de fortalecer laços comunitários e promover o respeito e a compreensão mútua.

Entendemos a comida como um veículo universal que transcende barreiras linguísticas e culturais e através de oficinas de reinterpretação gastronómica (at.3) entre estas culturas e em conjunto com os comércios locais, discutiremos não só sabores, mas também contratos sociais, diferentes formas de expressão artística e direitos humanos.

Estas oficinas serão o arranque de outras atividades, que o projeto organizará, como tertúlias, ações de formação, atuações artísticas, think tanks e outros eventos comunitários (at.1,2,3,4,5,6) que promovem a interação entre os diferentes grupos culturais pela apropriação do espaço público sob o tema da alimentação saudável e bem-estar.

Estas oficinas não só permitirão experimentar novos sabores e compreender as tradições e histórias que cada prato carrega, mas também combater a homogeneidade da oferta alimentar, introduzindo no mercado alternativas saudáveis e resultantes de miscigenação cultural do território.



Sustentabilidade

O Bº Alto da Ajuda tem sido palco de Inovação Social ao longo destes últimos 10 anos, contudo o seu painel demográfico tem estado em manifesta alteração, seja pela saída de muitos ajudenses, pela entrada de muitos migrantes e pelo crescente número de estudantes erasmus, que encontram no Bairro 2 de Maio, um lugar seguro para arrendar casa ou quarto. Estes são factores com os quais temos de contar, e o facto do projeto se assumir como uma plataforma de dialogo entre estas diferentes culturas e nacionalidades, permite-nos lançar as bases sobre as quais temos vindo a operar no sentido de criar uma comunidade forte, resiliente e altamente motivada a partir de um sentimento de pertença e de identidade fortes. É neste que tudo o resto começa, pois a Inovação Social, está na base de qualquer outro tipo de Inovação que queiramos trazer para o território.

Por si, estes factores são fundamentais, porém se a esta equação adicionarmos uma variável que assenta na criação de iniciativas e negócios ancorados na identidade local, e que estes têm como objetivo robustecer o sistema alimentar local, esta assume um papel de ainda maior preponderância, pois está na base de uma operação de melhoria das condições de saúde da comunidade.

Podemos afirmar que quanto mais forte e inclusiva for a identidade da comunidade, mais eficazes serão as respostas criadas que visem melhorar o sistema alimentar do território.

CALENDARIZAÇÃO DO PROJETO

Actividade 1	Estação 1300
Recursos humanos	Coordenador; Gestor Financeiro; Arquiteto, Designer, Animadores Locais
Local: entidade(s)	Associação Amigos do B2M
Valor	27289 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	3600
Objectivos especificos para que concorre	1, 2, 3
Actividade 2	Oficina de Embaixadores



Recursos humanos	Coordenador; Gestor Financeiro; Arquiteto, Animadores Locais. Formador em Estratégia de Comunicação e Storytelling Formador em Fotografia Formador em Produção de Edição de Vídeo Formador em Edição de Áudio e Som Formador em Gestão de Redes Sociais e Marketing Digital Formador em Gestão de Plataformas Formador em Edição de Áudio e Som
Local: entidade(s)	Faculdade de Arquitectura - Universidade de Lisboa
Valor	2460 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	Pontual
Nº de destinatários	15
Objectivos específicos para que concorre	1, 2
Actividade 3	Do Mundo para a Ajuda
Recursos humanos	Coordenador; Gestor Financeiro; Arquiteto, Animadores Locais, Chef, Professor(a) de Desenho FAUL;
Local: entidade(s)	Associação Amigos do B2M
Valor	1400 EUR
Cronograma	Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9
Periodicidade	Semanal
Nº de destinatários	20
Objectivos específicos para que concorre	3
Actividade 4	Impulso Empreendedor
Recursos humanos	Coordenador; Gestor Financeiro; Arquiteto, Animadores Locais, Formador em Design Thinking Formador em Criação Estratégica de Negócio Formador em Responsabilidade Social e Ambiental Formador em Literacia Financeira e Fiscalidade Formador em Constituição de Organizações
Local: entidade(s)	Faculdade de Arquitectura



Valor	2838 EUR
Cronograma	Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12
Periodicidade	Pontual8
Nº de destinatários	30
Objectivos específicos para que concorre	1
Actividade 5	KPI - keep people informed
Recursos humanos	Coordenador; Gestor Financeiro; Arquiteto, Animadores Locais; Designer
Local: entidade(s)	Junta de Freguesia de Ajuda
Valor	4500 EUR
Cronograma	Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12
Periodicidade	Diário
Nº de destinatários	3600
Objectivos específicos para que concorre	1, 2, 3
Actividade 6	Praça(s) da Alimentação
Recursos humanos	Coordenador; Gestor Financeiro; Arquiteto, Animadores Locais.
Local: entidade(s)	Junta de Freguesia de Ajuda
Valor	9500 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	8
Objectivos específicos para que concorre	1, 2, 3
Actividade 7	Avaliação de Impacto
Recursos humanos	Equipa externa de avaliação de impacto - ISOSP



Local: entidade(s)	Associação Amigos do B2M
Valor	2000 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	0
Objectivos específicos para que concorre	1, 2, 3

MONITORIZAÇÃO DE PROJETO

	Rede (resultados)
Nº de parceiros mobilizados	11
	Constituição da equipa de projeto
Função	Coordenador
Horas realizadas para o projeto	1120
Tipo de afetação ao BIP/ZIP	Financeira
Morador no bairro do projeto	Não
	Função
	Gestora Financeira
Horas realizadas para o projeto	400
Tipo de afetação ao BIP/ZIP	Financeira
Morador no bairro do projeto	Sim
	Função
	Arquitecto
Horas realizadas para o projeto	900
Tipo de afetação ao BIP/ZIP	Financeira
Morador no bairro do projeto	Não



FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

Função Animadora Local
Horas realizadas para o projeto 400
Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
Morador no bairro do projeto Sim

Função Animadora Local
Horas realizadas para o projeto 400
Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
Morador no bairro do projeto Sim

Função Animadora Local
Horas realizadas para o projeto 400
Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
Morador no bairro do projeto Sim

Função Formador em Estratégia de Comunicação e Storytelling
Horas realizadas para o projeto 4
Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
Morador no bairro do projeto Não

Função Formador em Fotografia
Horas realizadas para o projeto 6
Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
Morador no bairro do projeto Não

Função Formador em Produção de Edição de Vídeo
Horas realizadas para o projeto 8
Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
Morador no bairro do projeto Não



Função Formador em Edição de Áudio e Som
 Horas realizadas para o projeto 2
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
 Morador no bairro do projeto Sim

Função Formador em Gestão de Redes Sociais e Marketing Digital
 Horas realizadas para o projeto 10
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
 Morador no bairro do projeto Não

Função Designer
 Horas realizadas para o projeto 50
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
 Morador no bairro do projeto Não

Função Formador em Design Thinking
 Horas realizadas para o projeto 16
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
 Morador no bairro do projeto Não

Função Formador em Criação Estratégica de Negócio
 Horas realizadas para o projeto 16
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
 Morador no bairro do projeto Não

Função Formador em Responsabilidade Social e Ambiental
 Horas realizadas para o projeto 16
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
 Morador no bairro do projeto Não



Função Formador em Literacia Financeira e Fiscalidade
 Horas realizadas para o projeto 16
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
 Morador no bairro do projeto Não

Função Formador em Constituição de Organizações
 Horas realizadas para o projeto 16
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Financeira
 Morador no bairro do projeto Não

Função Equipa externa de avaliação de impacto
 Horas realizadas para o projeto 150
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira
 Morador no bairro do projeto Não

Função Chef
 Horas realizadas para o projeto 30
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira
 Morador no bairro do projeto Não

Função Professor(a) de Desenho FAUL
 Horas realizadas para o projeto 50
 Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira
 Morador no bairro do projeto Não

Criação de emprego (Impacto)

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

2

Nº de novos postos de trabalho criados



como resultado da intervenção do projeto	1
Destinatários (Resultados)	
Nº de moradores no bairro BIP/ZIP destinatários de atividades em que é possível a identificação dos participantes (formativas, pedagógicas, lúdicas)	73
Nº total acumulado de destinatários de atividades onde não é possível a identificação clara dos participantes	7200
Nº de atividades onde não é possível a identificação clara dos participantes	3
Equidade	
Nº de destinatários com deficiência / doença mental	3
Nº de destinatários mulheres	20
Nº de destinatários desempregados	5
Nº de destinatários jovens (- de 30 anos)	14
Nº de destinatários idosos (+ de 65 anos)	10
Nº de destinatários imigrantes	6
Produtos/Elementos tangíveis da intervenção	
Nº de produtos concebidos para venda / demonstração	21
Nº de intervenções em edificado para criação de serviços ou atividades dirigidas à Comunidade	0
Nº de intervenções no espaço público	0
Nº de publicações criadas	3
Nº de páginas de Internet criadas	0
Nº de páginas de facebook criadas	7
Nº de vídeos criados	27
Nº de artigos publicados em jornais / revistas	2



Nº de novas organizações criadas
(associações / empresas, outros) 1

ORÇAMENTO TOTAL DO PROJETO

Financiamento BIP/ZIP solicitado

Encargos com pessoal interno	0 EUR
Encargos com pessoal externo	34190 EUR
Deslocações e estadias	0 EUR
Encargos com informação e publicidade	1300 EUR
Encargos gerais de funcionamento	5397 EUR
Equipamentos	9100 EUR
Obras	0 EUR
Total	49987 EUR

Montante de apoio financeiro por entidade promotora

Entidade Associação Amigos B2M - Bairro Alto da Ajuda

Valor 31337 EUR

Entidade LOCALS APPROACH

Valor 18650 EUR

Outras fontes de financiamento e respectivos montantes

Entidade Locais

Tipo de apoio Não financeiro

Valor 3000 EUR

Descrição Acompanhamento e Consultoria de Projeto.
Alocação de Ferramentas e Equipamento para o desenvolvimento de atividades do projeto e implementação do mesmo (computador portátil, máquina fotográfica, disco externo, material de desgaste, etc..).
Divulgação do Projeto pelos seus canais de comunicação e rede de contactos.
Procura de novas parcerias.

Entidade Associação Amigos B2M - Bairro Alto da Ajuda



FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	3000 EUR
Descrição	Acompanhamento e Consultoria de Projeto. Cedência de instalações e equipamentos Divulgação do Projeto pelos seus canais de comunicação e rede de contactos Procura de novas parcerias
Entidade	Faculdade de Arquitectura
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	2000 EUR
Descrição	-Cedência de espaços e equipamentos para o desenvolvimento das atividades do projeto (at.2 e 4) -Sinalização de Alunos e Alumni para integração nos processo de formação (at.2) e no concurso Impulso Empreendedor (at.4) -Divulgação do projeto e das suas atividades pelos seus canais de comunicação
Entidade	Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	2000 EUR
Descrição	-Cedência de espaços e equipamentos para o desenvolvimento das atividades do projeto (at.2 e 4) -Sinalização de Alunos e Alumni para integração nos processo de formação (at.2) e no concurso Impulso Empreendedor (at.4) -Divulgação do projeto e das suas atividades pelos seus canais de comunicação
Entidade	Junta de Freguesia da Ajuda
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	4000 EUR
Descrição	Agilização dos processos de licenciamento de ocupação de espaço público (emissão de LOTEPE's) para itinerâncias e permanências da campanha de marketing de guerrilha (at.5) e Praça(s) da Alimentação (at.6) em espaços públicos geridos pela JFA Mobilização de participantes para as atividades do projeto Divulgação do projeto por todos os canais de comunicação da Junta de Freguesia da Ajuda. Cedência dos diversos espaços da freguesia para dinamização das atividades do



projeto com o prévio acordo quanto à utilização protocolar e disponibilidade da agenda da Junta de Freguesia.

Entidade	(GI) DEP - Divulgar e Partilhar
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	1000 EUR
Descrição	Apoio no registo audiovisual e edição de vídeo Divulgação do projeto pelos seus canais de comunicação online e no terreno e junto da comunidade
Entidade	Estrada Viva
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	1000 EUR
Descrição	Consultoria na importância da mobilidade activa para a saúde pública e das crianças e idosos em particular. Consultoria na escolha das ruas para as activações e animações para uma utilização segura pelas crianças e famílias.
Entidade	APSI - Associação para a Promoção da Segurança Infantil
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	1000 EUR
Descrição	Consultoria na definição e concretização das activações e animações de ruas, na perspectiva da sua utilização pelas crianças e famílias.

TOTAIS

Total das Actividades	49987 EUR
Total de Outras Fontes de Financiamento	17000 EUR
Total do Projeto	66987 EUR
Total dos Destinatários	7273

