

Designação do projeto | Campanhas de sensibilização e de promoção da eficiência energética na Habitação Particular

Código do projeto | POSEUR-01-1204-FC-000002

Objetivo principal | Eixo 1 - Apoiar a transição para uma economia com baixas emissões de carbono

Região de intervenção | Continente

Entidade beneficiária | ADENE - Agência para a Energia

Data de aprovação | 30-09-2016

Data de início | 01-09-2016

Data de conclusão | 31-12-2018

Custo total elegível | 1.166.040 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | Fundo de Coesão - 991.134,00 EUR

Apoio financeiro público nacional/regional | 174,906,00 EUR



Objetivos, atividades e resultados atingidos

A Campanha de sensibilização e de promoção da eficiência energética na Habitação Particular, teve como objetivos gerais:

1. Promover novos hábitos de comportamento no público em geral no que diz respeito à eficiência energética;
2. Comunicar frequentemente a mensagem de que é possível ser-se mais eficiente em termos energéticos;
3. Dotar os diferentes públicos-alvo de ferramentas e de informações que possibilitem as mudanças de hábitos;
4. Criar consciência ambiental e económica relacionada com a eficiência energética;
5. Desmistificar e simplificar as mudanças para que a Campanha perdure no tempo e atinja gerações futuras, impactando os seus hábitos de consumo energético.

A Campanha, que teve como mote “Certificar é Valorizar” visava ainda:

- Informar os indivíduos sobre práticas e medidas concretas a tomar, despoletando alterações de comportamentos que promovam a Eficiência Energética;
- Dar a conhecer ao consumidor em geral, a nível nacional, as vantagens da Eficiência Energética, apelando à utilização responsável da energia;
- Criar a necessidade de obtenção do Certificado Energético (CE);
- Destacar as vantagens do Certificado Energético, sendo o mesmo uma ajuda fundamental na identificação das oportunidades para os proprietários valorizarem o seu imóvel, assim como os benefícios diretos, a curto prazo, a nível da poupança e redução dos custos energéticos mensais que advém da implementação das medidas de melhoria do CE.
- Enfatizar que a Certificação Energética aumenta o valor comercial das casas e facilita a sua comercialização, induzindo o consumidor a implementar medidas no sentido da melhoria do desempenho energético da casa: habitar uma casa energeticamente eficiente é menos dispendioso, mais confortável e mais gratificante.



Os conteúdos e meios da Campanha e respetivos resultados estão resumidos de seguida:

1. **Assessoria de comunicação e Relações Públicas:** Para esta atividade foi criado e implementado um **Plano de Comunicação** que inclui, entre outras atividades, a elaboração de conteúdos informativos que resultaram em 6 Press Releases, 1 Artigo de Opinião e 2 Entrevistas, sendo que os mesmos foram publicados em diversos meios de comunicação.
2. Desenvolvimento de **Estudos de Mercado**, pré e pós campanha. Foram assim realizados dois estudos, sendo que a primeira vaga, pré-campanha, foi realizada junto do público-alvo da Campanha designadamente os consumidores, visou identificar os principais constrangimentos ao desenvolvimento de projetos de eficiência energética na Habitação Particular, bem como apoiar na delineação e ajustes nas ações a implementar de forma a maximizar a eficácia da mesma. A segunda vaga, no final da Campanha, visou avaliar a evolução do público-alvo em virtude da Campanha implementada.
3. Implementação de uma **Campanha Criativa** que assentou no mote “Certificar é Valorizar”, no âmbito da qual foram explorados os benefícios inerentes à melhoria da eficiência energética na habitação, nomeadamente na vertente económica, ambiental e conforto, com repercussões também na saúde dos utilizadores e na valorização dos imóveis, além de contribuir para a reabilitação energética do parque edificado.
4. Disponibilização de um **Microsite da Campanha**, como meio de comunicação da Campanha por excelência. O microsite esteve disponível durante a Campanha em www.certificarevalorizar.pt, e incorporou o [Simulador CasA+](#), informação sobre boas práticas de eficiência energética na habitação, e despoletou algumas iniciativas nomeadamente o **passatempo Família+**. Atualmente a informação que perdura está em <https://www.sce.pt/certificarevalorizar/>. O [Simulador CasA+](#) inclui três ferramentas de simulação: Habitação, que ajuda o consumidor a saber mais como poupar ao aplicar medidas de melhoria na sua habitação; Eletrodomésticos, que ajuda o consumidor a saber como poupar através da escolha de eletrodomésticos mais eficientes; Iluminação que ajuda o consumidor a saber como poupar através da escolha de soluções de iluminação mais eficientes. Estas três ferramentas de simulação foram preparadas para serem disponibilizadas em forma de aplicação móvel nas lojas mais procuradas pelos utilizadores.

5. Utilização dos **Media**, como forma mais rápida, eficaz e económica de gerar grandes coberturas e criar reações nos consumidores. Neste âmbito foi desenvolvido um **spot TV de 30"**, e um cartão de 5", alusivos ao mote da Campanha "Certificar é Valorizar", os quais foram transmitidos em duas vagas em dois canais de TV generalistas e de grandes audiências, designadamente na SIC e na TVI. A primeira vaga, que contou com duas fases, foi transmitida de 2 de abril a 02 e junho de 2018, e a segunda vaga, também com duas fases, foi transmitida de 17 de setembro a 28 de outubro de 2018. A SIC transmitiu pelo menos 618 vezes e a TVI 434, tendo resultado em 8,1 milhões de indivíduos impactados. Além destes meios (spot e cartão), o tema da Campanha foi introduzido no guião (**ações de ativação de marca**) de uma telenovela da SIC de título "Paixão", tendo resultado em três cenas distribuídas por três episódios transmitidos a 01, 09 e 11 de maio de 2018.
6. Sendo a **internet** o segundo meio em importância e investimento no mercado, foram desenvolvidos **PRE-ROLL de 15" MREC** que estiveram disponíveis nos seguintes canais: MCD, Sapo, you tube, CM, Expresso, Visão e JN. Os PRE-ROLL contaram com mais de 500.000 visualizações e os MREC com mais de 8,5 milhões de visualizações. As **redes sociais** também foram meios privilegiados para comunicar com o público-alvo sobre boas práticas de eficiência energética na habitação, tendo sido criadas contas com o mote "Certificar é Valorizar" no Facebook e no LinkedIn. Durante a Campanha, o Facebook contou com 135 posts, mais de 1.350 seguidores e mais de 1,6 milhões de impressões. O LinkedIn contou com 85 posts, mais de 220 seguidores e mais de 154.000 impressões.
7. A **Imprensa** foi utilizada pela Campanha através da **publicação de anúncios e encartes** na Visão, na Sábado, no SOL e no Expresso. Os momentos de comunicação foram o arranque da Campanha "Certificar é Valorizar" e o lançamento e divulgação do Passatempo Família+, o qual foi direcionado para as famílias. Com estas publicações foram impactados cerca de 1,5 milhões de indivíduos.
8. Para complementar a comunicação e atingir outros públicos, também foi utilizada a Rádio como meio de comunicação da Campanha através da transmissão de um spot com o mote "Certificar é Valorizar". Este **spot de Rádio de 20"** foi transmitido na ANTENA 1 e na TSF em duas vagas, à semelhança do spot de TV. A primeira vaga, que contou com duas fases, foi transmitida de 2 de abril a 08 e junho de 2018, e a segunda vaga, também com duas fases, foi transmitida de 17 de setembro a 19 de outubro de 2018. Na totalidade foram efetuadas 80 transmissões (40 na ANTENA 1 e 40 na TSF), tendo resultado em 436.8000 indivíduos impactados.

9. Foram ainda promovidas várias sessões de sensibilização dirigidas a diferentes públicos-alvo, designadamente:

a. Famílias, estudantes e jovens, através das seguintes ações:

- i. **Passatempo Família+.** Por forma a envolver as famílias de forma dinâmica e contribuir para aumentar os conhecimentos destes sobre eficiência energética na habitação, foi promovido o Passatempo Família+, que decorreu entre 1 e 15 de novembro de 2018, através do microsite da Campanha “Certificarevalorizar.pt”, e consistiu num quiz de 3 etapas com níveis de dificuldade distintas. O Concurso culminou com a entrega dos respetivos prémios aos seis melhores classificados, após validação dos respetivos participantes. O primeiro classificado recebeu 2.500 € e os classificados entre o 2º e o 6º lugar foram premiados com 500€ cada. Neste Concurso participaram 1.375 pessoas (conforme registos efetuados).
- ii. **Programa de TV.** Foram desenvolvidos três programas de 1 minuto cada com mensagens sobre eficiência energética na habitação, incluindo o certificado energético. Este programa teve a participação de Rogério Martins e foram transmitidos na SIC Noticias, entre 01 de novembro e 30 de novembro de 2018.
- iii. **Campanha junto dos Escuteiros.** Foi estabelecida uma parceria com a CNE – Corpo Nacional de Escutas, no âmbito da qual foi promovida uma campanha digital entre 10 e 15 de novembro de 2018 junto de todos os seguidores das páginas do CNE e subscritores da newsletter (recorrendo a newsletter Noticia@s, site da revista Flor de Lis, e as várias páginas das redes sociais). O alcance (orgânico e pago) desta campanha foi de 30.179, com 1.189 cliques. Adicionalmente, desenvolveu-se um díptico dirigido aos mais jovens sobre “Eficiência Energética, Em casa e na Escola”, o qual foi distribuído pelos jovens das várias seções juntamente com o kit composto por um saco de pano, uma t-shirt, um boné, um caderno e um lápis.
- iv. **Ações de rua.** Foram realizadas pelo menos duas ações de rua, em Lisboa, que consistiu na distribuição dos materiais informativos e promocionais, nomeadamente os Trípticos “5 Passos para obter o Certificado Energético” e “Guia de utilização do Certificado Energético” e o kit composto por um saco de pano, uma t-shirt, um boné, um caderno e um lápis.

- b. Quadros Médios e Superiores e Proprietários, através da participação dos seguintes eventos:
- i. **Tektónica 2018** – Feira Internacional de Construção e Obras Públicas, de 17 a 19 de maio de 2018, com a entrega de materiais, nomeadamente o folheto informativo “5 Passos para Obter o Certificado Energético” e “Guia de Utilização do Certificado Energético”.
 - ii. **SIP 2018** – Salão Imobiliário do Porto, 07 a 10 de junho de 2018, com um stand de 9 m², com a mecânica de participação através de um passatempo/roleta que dá a conhecer as medidas de melhoria.
 - iii. **SIL 2018** – Salão Imobiliário de Portugal, de 03 a 07 de outubro de 2018, com um stand de 27 m², no qual aconteceu o lançamento oficial do Simulador CasA+, a 04 de outubro de 2018 e onde também foi promovido o passatempo/roleta que dá a conhecer medidas de melhoria.
 - iv. **SRUP 2018** – Semana da Reabilitação Urbana do Porto, 26 de novembro a 01 de dezembro de 2018, com um stand de 4m² e distribuição de folhetos informativos e materiais promocionais alusivos à Campanha, e realização de uma apresentação no dia 27 com a Campanha Certificar é Valorizar e Simulador CasA +.
 - v. **Imotec 2018**, no dia 29 de novembro de 2018 com a entrega de materiais, nomeadamente o folheto informativo “5 Passos para Obter o Certificado Energético” e “Guia de Utilização do Certificado Energético”.