

Relatório Final

“SÉCUR’ÉTÉ 2020 – Verão em Portugal” Eixo de transumância

Julho-Setembro de 2020



1. O ano de 2020 e a crise sanitária mundial	2
2. Descrição da Campanha	3
a. Informação	3
b. Sensibilização	7
c. Parcerias	11
d. Carta Europeia de Segurança Rodoviária	12
3. Visibilidade da campanha	12
4. Balanço da campanha “Sécur’été 2020”	16
5. Propostas para 2021	17
6. Anexos	17

1. O ano de 2020 e a crise sanitária mundial

O ano de 2020 ficará marcado pela crise sanitária provocada pelo Covid-19 e as inúmeras consequências impostas por essa situação.

Em Março de 2020, o mundo viu surgir esta epidemia. Seguiu-se rapidamente um confinamento, em França, compreendido entre os meses de Março e Maio de 2020, período durante o qual nenhuma ação pôde ser organizada, que se seguiu por um período de retoma progressiva das atividades, mas ainda assim, marcado pela diminuição de possibilidades de eventos e/ou de prevenção. A crise sanitária permitiu, igualmente, um desenvolvimento do mundo digital, que por vezes, veio substituir as ações, habitualmente, organizadas de forma presencial.

As ações da associação Cap Magellan não foram poupadas por esta realidade. Assim, em comparação com o dossier elaborado e apresentado no final de 2019, num momento em que nada anunciava esta crise pandémica, e suas consequências, passamos, agora, a fazer uma avaliação das ações realizadas apesar da crise sanitária, e do resultado dessas mesmas adaptações.

A associação trabalhou para manter as ações que ainda foram possíveis realizar tendo em conta a crise pandémica, respeitando as diversas medidas de precaução sanitária dos governos envolvidos e preservando a saúde dos seus funcionários e voluntários e dos diversos públicos-alvo.

Este relatório fornece um resumo das ações que foram possíveis realizar nas circunstâncias descritas. Esta crise também permitiu diversificar as nossas ações de prevenção: ao habitual eixo da prevenção rodoviária, aqui discutido, também foi acrescentado constantemente um eixo da prevenção sanitária.

2. Descrição da Campanha

Todos os anos, os objetivos da campanha são os seguintes: a) informar os condutores das precauções que devem ter durante as suas longas viagens de viatura; b) divulgar as informações sobre o código da estrada nos países atravessados (França, Espanha, Portugal); c) alertar para os perigos da condução sob o efeito de álcool/substâncias ilícitas, nomeadamente, após as saídas noturnas. O ano de 2020 pediu, naturalmente, a adaptação de algumas destas ações, com uma passagem pelo digital e também a criação de um novo eixo de prevenção ligado à prevenção sanitária com a sensibilização às medidas barreira.

A campanha baseia-se em 4 pilares: Informação, Sensibilização, Parceiras, Carta Europeia da Segurança Rodoviária.

a. Informação

Os materiais de sensibilização da “Sécur’été” foram concebidos com base nos materiais de sensibilização das edições anteriores da campanha. Procedemos a uma actualização dos conteúdos (regras de trânsito e conselhos aos viajantes) que foi revisto pela Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária, parceira da campanha. Criámos um novo layout e adoptámos uma mensagem generalista de prevenção dos perigos da estrada durante as viagens longas.

Os materiais de informação e sensibilização produzidos e distribuídos pela Cap Magellan no âmbito da campanha “Sécur’été” são os seguintes:

Guia do Verão em Portugal: Guia com 64 páginas editado a 250.000 exemplares, contendo informações práticas sobre o que fazer durante o Verão em Portugal (Itinerários, Património Cultural, Gastronomia, Música, Festivais, Bares, Exposições, Desporto, Praias, Segurança Rodoviária, Saúde, Informações Práticas). O Guia 2020 inclui **4 páginas exclusivamente dedicadas à Segurança Rodoviária** nas quais foram abordadas as seguintes questões: prevenir os riscos, a velocidade, o álcool, a droga, o cinto de segurança, a utilização do telemóvel, o que fazer em caso de acidente, as distâncias de segurança, a velocidade em Portugal, triângulo e colete, transporte de crianças. Também inclui publicidades institucionais dos diferentes parceiros da campanha.

Foram, especialmente, dedicadas algumas páginas à prevenção sanitária, chamando a atenção para os gestos barreira, as regras sanitárias a aplicar nas estradas até às férias e também lembradas as atitudes a tomar à beira praia, etc.

Desdobrável “Sécur’été”: editado a 100.000 exemplares, o desdobrável contém as seguintes informações: prevenir os riscos, a fadiga, a velocidade, as distâncias de segurança, o álcool, a droga, a utilização do telemóvel, o cinto de segurança, as distâncias de segurança, o que fazer em caso de acidente, contactos úteis. Aqui também foi feita uma adaptação quanto às regras sanitárias.



Cartaz “Sécur’été”: editado a 1.000 exemplares, o cartaz inclui a mensagem global da campanha e os logotipos dos parceiros que apoiaram esta campanha. A ideia era de a focar o condutor nas principais causas de mortalidade rodoviária que são o álcool ao volante, a velocidade e a sonolência.

Muppis publicitários: vários cartazes publicitários foram afixados pelas estações rodoviárias do Norte ao Sul de Portugal com base numa parceria inédita com a Infraestruturas de Portugal.

CAPMag: revista mensal de 40 páginas, 30.000 leitores, e que tem como principais rúbricas: Tribuna, Leitores, Actualidades, Economia, Dossier, Cinema/Teatro, Música, Literatura, Exposições, Associações, Desporto, Europa, Gastronomia, Vocês e os vossos pais, TV/Rádio/Web, Ensino, Media, ADEPBA (Associação para o Desenvolvimento dos Estudos Portugueses, Brasileiros, da África e da Ásia Lusófonas), Noites lusófonas, Viagens, Estágios e empregos, Club Cap.

O público-alvo da revista CAPMag é constituído por cerca de 45.000 pessoas, das quais 80% têm entre 15 e 35 anos, 75% vivem em Paris e na região parisiense.

Em 2020, as mensagens de prevenção rodoviária estiveram constantemente presentes, quer sob forma de visuais, quer de conselhos de segurança rodoviária. Como habitualmente, a revista de Julho-Agosto foi dedicada à campanha de Verão:

CAPMag nº 295, Janeiro :

- 1 página de publicidade DSR
- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan

CAPMag nº 296, Fevereiro :

- 1 página de publicidade DSR
- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan

CAPMag nº 297, Março :

- 1 página de publicidade DSR
- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan

CAPMag nº 298, Abril :

- 1 página de publicidade DSR
- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan

CAPMag nº 299, Maio :

- 1 página de publicidade DSR
- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan



CAPMag nº 300, Junho :

- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan

CAPMag nº 301, Julho-Agosto :

- Capa : Campanha Sécur'été de prevenção rodoviária nas estradas com foco também nas medidas sanitárias ligadas ao Covid-19 a respeitar na estrada
- 2 páginas sobre a campanha "Secur'été " de prevenção rodoviário nos eixos de mais trânsito
- 2 páginas sobre os parceiros da campanha "Secur'été"
- 1 publicidade sobre a campanha de prevenção rodoviária de verão, Sécu'été2020
- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan

CAPMag nº 302, Setembro:

- 2 páginas sobre a Campanha
- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan

CAPMag nº 303, Outubro:

- 2 páginas sobre a Campanha
- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan

CAPMag nº 304, Novembro:

- 2 páginas sobre a Campanha
- Conselho de Segurança rodoviária Cap Magellan

Newsletter: Newsletter enviada duas vezes por mês, exceto no mês de Agosto, a mais de 11.000 endereços eletrônicos. Anunciamos as nossas campanhas de terreno na Newsletter e é utilizada, igualmente, para incentivar os jovens ao voluntariado. Várias animações relativas à "Sécur'été" foram disponibilizadas pela Macif, traduzidas para português, pela Cap Magellan, sendo que foram enviadas regularmente por e-mail aos aderentes (3 animações: o álcool ao volante, o cansaço, a preparação de longas viagens).



Site capmagellan.com: Site da associação lançado no quadro dos nossos 25 anos, no qual se encontram nas rubricas "Cidadania" uma área dedicada à prevenção rodoviária.

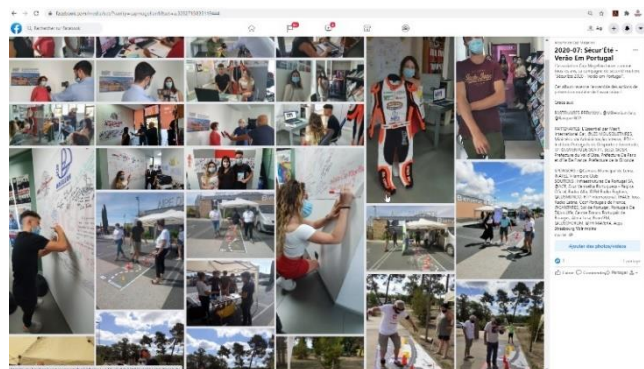
Novo site www.vacancesportugalcovid.com : no âmbito das habituais ações de segurança rodoviária durante o verão, a Cap Magellan pôs em prática um site dedicado a todas as informações para que fosse possível passar as melhores férias em Portugal, apesar da Covid-19. O Site **VancancesPortugalCovid.com** foi, portanto, criado para responder a todas as questões que surgiram, para lutar contra as falsas informações durante toda a viagem até Portugal e o retorno. A primeira parte da informação sobre o site são as relativas à situação em França, a situação nas estradas francesas. Tudo isto estava fixado na rubrica “Au départ”. É no âmbito da rubrica “Au retour” que encontrávamos informações sobre as condições de regresso a França. Nesta rubrica está disponibilizado informações diretas da Delegação de Segurança Rodoviária Francesa, relativas às condições de utilização das estradas do Sul de França, atravessadas pelos automobilistas. Estes conteúdos foram utilizados em banners.



- Objetivo: informar sobre as precauções sanitárias a adoptar nas estradas francesas desde a sua partida para férias;
- Alvo: o grande público. Mesmo se o site foi feito em primeira linha para os residentes em França que se deslocavam até Portugal neste verão, todas as pessoas poderiam encontrar informações sobre as condições de circulação nas estradas francesas, conectadas ao Covid-19.
- Lançado a 25/05/2020.

Facebook: A Cap Magellan está presente nas redes sociais e utiliza-as, como já o fez em 2011, para promover a segurança rodoviária e dar mais visibilidade à campanha.

Reforço do digital: retransmissão das campanhas do DSR Living Together em nossas redes sociais: Facebook 11.000 curtidas e Newsletter enviada a mais de 11.000 emails, a cada duas semanas. Também no site da associação www.capmagellan.com



TELEVISÃO:

- ⇒ **Participação em 2 programas de televisão em Portugal:** A Cap Magellan esteve presente em 2 programas de televisão da RTP, o canal nacional de Portugal: 7 Maravilhas da Cultura Portuguesa na Trofa, e Aqui Portugal em Lisboa. Foi ainda alvo de várias reportagens e entrevistas em directo para o serviço de informação da RTP, SIC, e outros órgãos da imprensa como: a LusoPress, France 3, ACP – AutoClube.
- ⇒ **Reportagem de imprensa sobre as ações de transumância nas áreas de serviço em França:**

- France 3 régional e France Tv Infos Auvergne na ação RCEA na área de Vêrîtes à Moulins;
- France Bleue na ação Cestas na área de Bordéus – Cestas.

Spots radios: realizamos 4 spots que passaram nas seguintes rádios durante o Verão: Radio Alfa, LusoPress TV, Agência Lusa, RTP Internacional.

Comunicados de Imprensa: Logo em Junho, vários comunicados de imprensa foram enviados à imprensa, mas também aos parceiros, aos voluntários, às associações, aos professores de português e a algumas personalidades para os informar do desenrolar da campanha.

b. Sensibilização

A campanha “Sécur’été” decorreu durante os meses de Julho e Agosto, e contou com a participação de uma centena de voluntários.

Abaixo descrevemos os principais eixos da campanha, que se desenvolveu em três países:

França

- **Conferência de imprensa de Lançamento:** a campanha foi lançada oficialmente no dia 17 de Julho na Sede da Cap Magellan por um “Live” no Facebook acompanhado por centenas de pessoas em direto. O evento contou com a presença **dos afilhados da ação, Mickael Mota e Janyce da Cruz, ambos pilotos de Karting**. Durante esta conferência, houve entrevistas pela SIC, e por outros órgãos de comunicação social.

- Ações de **sensibilização em França:** envio de material de informação e sensibilização (Guia de Verão em Portugal que acolhe anualmente várias páginas relacionadas com a segurança rodoviária; desdobráveis actualizados com informação da Covid; posters) a associações e locais estratégicos. Até o momento, as seguintes cidades estão confirmadas:

- Paris e todos os departamentos da Ile-de-France
- Lille
- Strasbourg
- Dijon
- Tours
- Orléans
- Nantes
- Poitiers
- Bourges
- Clermont-Ferrand
- Lyon
- Bordeaux
- Montpellier
 - **Objetivo** : enviar suportes de comunicação que permitam sensibilizar os automobilistas antes da sua partida.
 - **Alvo** : automobilistas em geral
 - **Data** : inícios de julho

- A caminho de Portugal – ação especial na RCEA (Route Centre-Europe Atlantique) e na área de serviço Bordeaux-Cestas, na região de Bordéus.

* 25 de Julho: ações nas áreas de Bordéus-Cestas, em parceria com a Préfecture de Gironde e a Associação Sol de Portugal.

* 25 e 26 de Julho: Pela quarta vez, um fim de semana especial sobre a RCEA com a associação Centro Franco Português de Bourges. Esta estrada conheceu dois terríveis acidentes mortais com portugueses implicados no mês de Março de 2016 e Janeiro de 2017: a Cap Magellan tinha por obrigação de incluir este eixo na sua campanha e de alertar para a prática de transportes inapropriados de passageiros que ainda é praticada.

- **Objetivo** : realização de ações de prevenção com materiais do tipo tapetes de simulação de cansaço, distribuição de suportes de comunicação, e testes de álcool
- **Alvo** : automobilistas em geral
- **Datas** : 25 e 26 Julho 2020

Espanha

- Ações de sensibilização a caminho de Portugal: ações nas áreas de serviço Nuevo Poblado, San Sebastian, Vitoria, Burgos, Torquemada e Valladolid. Em cada área de serviço, os voluntários distribuíram os materiais de informação e sensibilização da campanha, respeitando sempre os gestos barreira.

Portugal

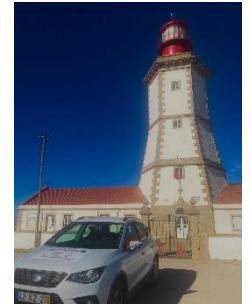
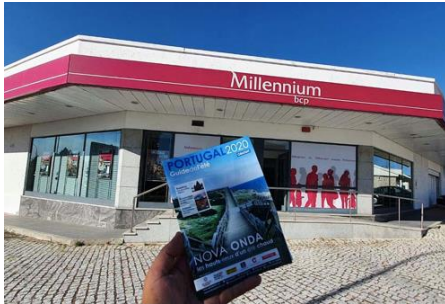
As ações em território português decorreram entre **26 de Julho a 17 de Agosto**.

- Nas fronteiras: como habitualmente, equipas de voluntários estiveram presentes nas 3 principais fronteiras em simultâneo durante o último fim-de-semana de julho: **Chaves/Vila Verde da Raia, Valença e Vilar Formoso**, sendo este o principal posto fronteiriço terrestre de Portugal que acolheu também 3 secretários de Estado: a Secretária de Estado das Comunidades Portuguesas, Berta Nunes, o Secretário de Estado da Juventude e do Desporto, João Paulo Rebelo e a Secretária de Estado da Administração Interna, Patrícia Gaspar. Rui Ribeiro, presidente da ANSR (Autoridade nacional de segurança rodoviária) também esteve presente. Durante as ações nas fronteiras, os automobilistas recebiam diversos suportes da campanha, bem como brindes dos parceiros (testes de álcool descartáveis, medidores de tempo de reação, medidores de pressão dos pneus, mapas, canetas, porta-chaves, sumos, e outro merchandising...). Uma forte cobertura mediática ocorreu nesse dia (ver abaixo). Evidentemente, uma aplicação estrita dos gestos barreira e as recomendações sanitárias foram postas em prática e lembradas aos automobilistas.

- Parques de estacionamento e locais turísticos: Desenvolvemos ações de sensibilização em parques de estacionamento e praias de algumas localidades do norte e centro do país onde a presença dos emigrantes e luso-descendentes é importante, designadamente: Bragança, Bombarral, Chaves, Coimbra, Fafe, Fátima, Figueira da Foz, Figueira de Castelo Rodrigo, Foz Côa, Guimarães, Lisboa, Melgaço, Mira de Aire, Miranda do Douro, Mogadouro, Monção, Nazaré, Pedrógao, Pombal, Porto, Porto de Mós, São Pedro da Torre, São Pedro de Moel, Sintra, Valença, Viana do Castelo, Vieira de Leiria, Vidago, Vinhais.

Acções em fotos





c. Parcerias

Para desenvolver e implementar esta campanha, foi fundamental o contributo de entidades, públicas e privadas, em Portugal e em França, designadamente:

Parceiros:

- ANSR
- Banque BCP
- Millennium BCP
- MACIF
- Internacional Car
- Grupo Os Mosqueteiros
- IPDJ e Secretariado de Estado da Juventude e do Desporto
- Delegação de Segurança Rodoviária
- Préfecture de Paris
- Préfecture de Seine-et-Marne
- Préfecture de Seine-Saint-Denis
- Préfecture Hauts-de-Seine
- Préfecture du Val d'Oise
- Préfecture de la Gironde

Patrocinadores:

- Câmara municipal de Leiria
- Inatel
- Vilamoura

Apoios:

- Sumol
- Infraestruturas de Portugal
- ACP
- Cruz Vermelha Portuguesa
- Radio Alfa
- Radio IDFM
- Lusmundo
- RTP Internacional
- Trace Toca
- Radio Latina
- Associações nacionais: ACPS, Alma Lusa, BramFM, CCPF, Cantares, Chama; Centre Franco-portugais de Bourges, Association portugaise de Nantes, LusoForum, O Sol de Portugal, Primavera, ULFE.

Agradecemos o apoio de todas as entidades supracitadas, sem as quais não teria sido possível realizar esta campanha.

Agradecemos ainda todos os locais, todas as associações que nos ajudaram a divulgar a campanha e mobilizar voluntárias/os, sem esquecer todas/os as/os voluntárias/os, sem os quais a campanha não se podia realizar, nomeadamente, visto as circunstâncias excecionais como as vividas em 2020.

d. Carta Europeia de Segurança Rodoviária



A Cap Magellan tornou-se signatária da Carta Europeia de Segurança Rodoviária em 2006, procurando assim reforçar o seu compromisso na redução dos acidentes de viação dentro do seu domínio de actividades, dando destaque ao período estival.

No âmbito da assinatura da Carta Europeia de Segurança Rodoviária, a Cap Magellan comprometeu-se a sensibilizar os automobilistas para os perigos da estrada em geral, e, em particular, para os perigos da condução sob o efeito do álcool e/ou drogas, para as particularidades dos longos trajectos, e para as diferenças de legislação rodoviária nos países atravessados, na ida e no regresso de férias a Portugal, através das acções seguintes:

- **Elaboração e distribuição do Guia Prático “Verão em Portugal”** com informações úteis, incluindo um capítulo de segurança rodoviária. São, em 2020, 250.000 exemplares distribuídos durante as acções de sensibilização e através da nossa rede de parceiros.

- **Presença nas áreas de serviço das autoestradas em França, em Espanha e em Portugal**, com equipas de voluntários, com vista a chamar a atenção dos viajantes para as particularidades das longas viagens. Distribuição do Guia Prático de Verão em Portugal e de desdobráveis com conselhos práticos sobre a segurança rodoviária e com as particularidades dos códigos da estrada dos diferentes países.

- **Ações de sensibilização junto dos jovens.** Realização de ações de prevenção rodoviária com distribuição de testes de alcoolémia à saída de discotecas em Portugal e em França aquando do lançamento da campanha.

3. Visibilidade da Campanha

A campanha “Sécur’été” beneficiou de uma mediatização bastante relevante, tanto na imprensa escrita – regional, nacional e lusófona – como nas rádios e na televisão graças à originalidade do seu público-alvo: esta é a única campanha dirigida aos emigrantes e luso-descendentes e a única que ultrapassa as fronteiras nacionais.

Imprensa:

20/07: Sic Notícias, canal de televisão portuguesa

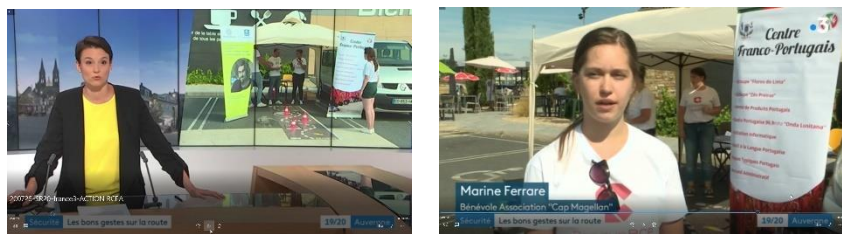
20/07: LusoPress

20/07: Programa canal ACP Tv



25/07 : France 3 régions, France Tv info Auvergne

26/07: Programa 7 Maravilhas da Cultura Popular, RTP, Trofa



01/08 : Ação em Vilar Formoso, SIC Notícias

02/08 : Ação em Vilar Formoso, RTP

09/08 : Programa Aqui Portugal, RTP, Lisboa



Mais exemplos de cobertura mediática:

Reportagens televisivas disponíveis:

<http://capmagellan.com/videos-securete/>

Imprensa escrita (exemplos):

https://www.lamontagne.fr/montlucon-03100/actualites/a-montlucon-l-association-cap-magellan-accompagne-les-usagers-de-la-rcea-qui-vont-au-portugal_13816386/

<https://sicnoticias.pt/especiais/coronavirus/2020-07-20-Emigrantes-portugueses-em-Franca-hesitantes-quanto-as-ferias-em-Portugal>

<https://www.dinheirovivo.pt/economia/importancia-dos-emigrantes-vai-muito-alem-do-envio-de-remessas-12893258.html>

<https://observador.pt/2020/08/01/emigrantes-recebidos-com-conselhos-na-fronteira-de-vilar-formoso/>

<https://radioalfa.net/covid-19-campanha-de-prevencao-rodoviaria-para-emigrantes-em-franca-arranca-em-ano-particular/?fbclid=IwAR2JvMdpF8MHCESZhqMC9abWltH91lBpT8sMZPGe4AqrxUoO5bq6uyb-54>

http://www.rjfm.net/news/departs-en-vacances-une-operation-de-prevention-hier-et-avant-hier-sur-l-aire-des-verites-61110?fbclid=IwAR3w7id-AX-hnozZdfeHow7ti9-T5GhY3Up77epXN_nvDdEt2v3qgHL2Uc

<http://portocanal.sapo.pt/noticia/229103>

<https://www.noticiasominuto.com/pais/1532525/prevencao-rodoviaria-para-emigrantes-em-franca-em-ano-particular>

<https://www.alvorada.pt/index.php/oeste/1587-regiao-oeste-acolhe-encontro-europeu-de-jovens-lusodescendentes>

<https://www.noticiasdecoimbra.pt/campanha-de-prevencao-rodoviaria-para-emigrantes-em-franca-arranca-em-ano-particular/>

<https://lusojournal.com/securete-2020-cap-magellan-en-prevention-sur-le-troncon-de-la-rcea/>

<https://lusopress.tv/pt/videos/informacao/1021-cap-magellan-apresentou-a-18-edicao-da-campanha-securete-verao-em-portugal>

https://www.lamontagne.fr/montlucon-03100/actualites/a-montlucon-l-association-cap-magellan-accompagne-les-usagers-de-la-rcea-qui-vont-au-portugal_13816386/#refresh

<https://lusojournal.com/prevention-routiere-de-cap-magellan-sur-laire-de-service-de-bordeaux-cestas/>

<https://www.lusa.pt/article/jr7TMfalCO4Lchr8PoTrzDMSZM5iuSl1/covid-19-campanha-de-preven%C3%A7%C3%A3o-rodovi%C3%A1ria-para-emigrantes-em-fran%C3%A7a-arranca-em-ano-particular>

https://lusojournal.com/securete-bertha-nunes-vai-acolher-emigrantes-amanha-em-vilar-formoso/?fbclid=IwAR0PgX1Bf9C-Qqsg7a4-SFBCbFUo03ia7_vcKMWEu19e1QeX2sm28KICzYc

4. Balanço da campanha “Sécur’été 2020”

Ao longo da campanha, contactámos com milhares de Portugueses residentes no estrangeiro que vieram a Portugal de férias este Verão.

O balanço da edição 2020 da campanha "Sécur'été" é claramente positivo. De modo geral, fomos recebidos de forma muito agradável pelo público que se mostrou receptivo ao material informativo que lhe foi distribuído.

De salientar, o impacto da ação de sensibilização quanto às novas regras sanitárias. Muitas pessoas reconheceram a utilidade da nossa presença, que permitiu a boa explicação das regras e de clarificar as informações por vezes confusas e contraditórias no quadro da travessia dos 3 países em plena crise sanitária.

De realçar: esta é a única campanha realizada por luso-descendentes e dirigida aos portugueses e luso-descendentes, residentes fora de Portugal. Por outro lado, o público com o qual contactamos abrange não só os emigrantes e luso-descendentes provenientes de França, mas também da Suíça, do Luxemburgo, Bélgica, bem como residentes em Portugal!

Destaquemos ainda as parcerias conseguidas este ano ao nível da comunicação social local e regional, que resultaram não só numa maior visibilidade da campanha como permitiram abranger um público mais vasto, não só os emigrantes e luso-descendentes que estão de férias, mas inclusive os portugueses residentes nessas regiões.

Positivo é também o facto de termos podido contar este ano com os nossos parceiros, novos ou não, (concessionárias de auto-estradas; seguradores) que vieram consolidar a campanha e sustentar a rede de contactos através da qual a campanha tem vindo a ganhar maior peso e dimensão, de ano para ano.

Caminho que ainda falta percorrer...

No futuro, gostaríamos de desenvolver ainda mais acções e de conseguir uma presença mais extensa, tanto nas estradas e fronteiras, como à porta das discotecas, que foi algo impossível realizar este ano, tendo em conta a pandemia causada pela Covid-19. A nossa meta é desenvolver acções de sensibilização, não só na ida de férias, como no percurso de regresso, de modo a reforçar a prevenção dos acidentes devido à fadiga e sonolência, frequentes nas viagens longas. Para isso, seria necessário um financiamento mais importante, que passa por conseguir envolver entidades privadas que não se têm mostrado interessadas no nosso público-alvo (p.ex. empresas ligadas à telefonia móvel ou às gasolinehas) e entidades da sociedade civil, que não possuem recursos suficientes para se associar a este tipo de acções.

Também ao nível europeu, não tem sido possível conseguir apoios financeiros, apesar de esta ser uma campanha transfronteiriça, que abrange três países (França, Espanha e Portugal), factor que não nos tem facultado o acesso a financiamentos de entidades europeias.

Por último, pretendemos mobilizar entidades espanholas, e desenvolver acções mais consistentes em território espanhol. Contudo, os recursos humanos e materiais, da Cap Magellan, não tem sido suficientes para desenvolvermos este campo.

5. Propostas para 2021

Em 2020, queremos ser mais ambiciosos e iremos tentar desenvolver novas parcerias e mais acções no terreno. Assim, tencionamos desenvolver as parcerias com:

- os medias, designadamente com TV (realização de uma mini-série com conselhos sobre segurança rodoviária antes de partir para férias; realização de uma reportagem com jornalistas a acompanharem um família que parte de França p.ex.);
- entidades ligadas às bebidas alcoólicas, dando mais enfoque às consequências do álcool ao volante;
- empresas de aluguer de automóveis, tendo em conta que são cada vez mais numerosos os que optam por ir a Portugal de avião e alugar carro durante as férias, contribuindo de qualquer forma para o aumento do tráfego rodoviário durante os meses de Verão e necessitando de informação actualizada sobre o Código da Estrada português por exemplo;
- cadeias de hotéis presentes nas áreas de serviço das auto-estradas, no sentido de incentivar os automobilistas a parar durante a viagem para descansar;
- associações/grupos de jovens, iniciando um trabalho conjunto logo no início do ano, no sentido de envolver mais jovens na campanha e de os fazer participar mais activamente na elaboração dos materiais;
- municípios das regiões onde há uma numerosa população emigrante, no sentido de desenvolver acções locais conjuntas;
- entidades luxemburguesas, belgas ou suíças, tendo em conta o número de residentes de nacionalidade portuguesa que vão de carro até Portugal nos meses de Julho e Agosto, atravessando a França.

Se conseguirmos angariar financiamento suficiente, seria ainda possível organizar acções mais longas, por exemplo: presença durante um fim-de-semana numa área de serviço de grande afluência, com animações e jogos didáticos.

Por último, esperamos conseguir angariar verbas que permitam realizar acções específicas aquando do regresso de férias durante a segunda quinzena de Agosto.

6. Anexos

1. *CAPMag de julho-agosto; CAPMag de setembro; Guia de Verão 2020 disponíveis aqui:*
<http://capmagellan.com/publications/>
2. *Mais fotos:* <https://capmagellan.com/securete-2020/>