

MARCA

CASCAIS Câmara  
Municipal

## **Para todo o Município, uma voz.**

A forma como uma marca fala ou escreve é essencial para uma expressão clara das suas intenções e atitudes.

Aliada à sua narrativa visual, a expressão verbal original e coerente de uma marca compõe a sua personalidade.

Uma não existe sem a outra. Sem voz – e por voz, entenda-se, mais do que declarar tecnicamente informação, é transmiti-la de forma a que exerça um movimento de comunicação para com quem se dirige - a instituição que a marca deve representar fica difícil de entender e/ou é mal interpretada.

Se em qualquer outra marca a voz é uma questão de diferenciação, para a Câmara Municipal de Cascais é também uma questão de dever.

## MARCA

Neste Município reside um cidadão exigente.

O Cascais de hoje representa, graças a anos de trabalho, na sua essência, a concretização de uma vida de qualidade.

O município demonstra que ouve as pessoas não só pelo que faz, mas também pela forma como fala sobre o que faz e o que pondera fazer.

Na maturidade da sua voz – atributo tão esclarecedor quanto inspirador – reside a importância que Cascais, enquanto marca, atribui à relação entre o Município e as pessoas que nele residem, estudam, trabalham ou visitam.

## **A narrativa do Município de Cascais é estruturada de forma a cumprir um único objetivo: união.**

Este objetivo deve estar subjacente a todas as suas tarefas:

- Dar visibilidade às iniciativas do Município
- Comunicar os serviços disponíveis
- Combater a dispersão de freguesias
- Anular assimetrias
- Simplificar e promover sinergias
- Informar
- Inspirar
- Distinguir Cascais de outros municípios: também a linguagem deverá ser uma forma de demarcação de território.
- Agregar uma pluralidade de pessoas em torno de um sentido de comunidade, orgulho e pertença.

## MISSÃO

### **Democratização da Qualidade de Vida**

Todas as pessoas - em qualquer uma das 4 freguesias ou lugares do concelho – devem ter acesso a boas escolas, a apoio social quando é preciso, a cuidados de saúde de qualidade, a uma programação cultural diversificada e a um ambiente protegido.

## VISÃO

### **Cascais como o melhor lugar para viver um dia ou uma vida inteira.**

O trabalho da Câmara Municipal de Cascais já não é uma ideia de começo, mas sim uma garantia que implica um exigente compromisso de continuidade: Qualidade de Vida é um bem adquirido por todas as pessoas que vivem (em) Cascais.

MARCA

VALORES

## Cascais é uma marca:

### Altruísta

O desenvolvimento reconhecido do Município não deixa dúvidas: o sentido de dever é elevado a devoção. Cascais dá a vida pela garantia de que os seus cidadãos têm toda a qualidade de vida. As suas necessidades, direitos, interesses e aspirações estão acima de tudo.

### Íntegra

Mais do que fazer promessas, Cascais assume compromissos e, de forma recorrente e coerente ao longo de anos, prova o seu propósito com atos de serviço. É um Município que procura sempre preservar e promover o bem-estar dos seus cidadãos, que age de forma ética no que diz respeito ao território, ao património e à natureza.

### Pragmática

Cascais é uma marca focada e dinâmica, que faz acontecer com propósito. Que não foge aos constrangimentos, pelo contrário: procura resolvê-los. Que resolve e que age de acordo com o que é expectável para uma sociedade sã e que transforma as suas ambições em realidade.

### Visionária

Exemplos como as iniciativas no âmbito de *smart city*, ou de uma consciência ambiental que já investe em hidrogénio, entre muitos outros, são provas de que a amplitude da visão do Município atinge um génio visionário: o presente governa-se, o futuro motiva-se.

Criadora de oportunidades e de contextos favoráveis à inovação, coloca ideias e atos no horizonte como soluções para garantir um futuro de qualidade. Cascais assume que um pensamento inovador, criativo e disponível perante novas formas de fazer é também essencial para o crescimento

A determinação temática e narrativa da comunicação deve seguir sempre o **ponto de vista das pessoas** e nunca o ponto de vista da entidade remetente.

PRESSUPOSTOS DE  
FUNCIONAMENTO  
INTERNO

**Facilitar**  
a criação da comunicação

**Simplificar**  
ao ponto de qualquer  
um o poder fazer

**Agilizar**  
de forma prática, sem dúvidas  
e, conseqüentemente, sem  
perder tempo

APROXIMAR

CRIAR  
RELAÇÃO

PRESSUPOSTOS DE  
REPERCURSSÃO  
EXTERNA

**Clarificar**  
porque as pessoas precisam  
ser bem informadas

**Inspirar**  
porque as pessoas querem  
mais do que sobreviver

**Envolver**  
porque as pessoas merecem  
sentir-se seguras e confiantes

## MARCA

### MARCAS CASCAIS . CATEGORIZAÇÃO E HIERARQUIAS

#### MARCA-ELEMENTAR

**CASCAIS** Câmara Municipal

#### SEGMENTOS SUPLEMENTARES

Cultura  
Desporto  
Gastronomia

Consciência  
Ambiental e  
Animal

Empreendedorismo e Investimento  
Smart Sustainability

#### PRODUTOS MUNICIPAIS / MARCAS-PRODUTO

 **LOJA CASCAIS**

**MERCADO DA VILA CASCAIS**

MUSEU  
*da vila*  
TOWN MUSEUM

*Q<sup>ta</sup>*  
**do PISAO**  
PARQUE DE NATUREZA CASCAIS

**DNA. CASCAIS**  
Empreendedorismo e Comércio

 **CASCAIS JOVEM**

#### MARCAS DE GESTÃO

 **CASCAIS ENVOLVENTE**  
Gestão Social da Habitação

 **CASCAIS AMBIENTE**  
Gestão do Ambiente Terrestre e Marítimo

 **CASCAIS PRÓXIMA**  
Gestão da Mobilidade, Espaços Urbanos e Energias

 **CASCAIS DINÂMICA**  
Gestão da Economia, Turismo e Empreendedorismo

#### INSTITUIÇÕES

 **FUNDAÇÃO D. LUIS**

 **SFAcascais**  
proteção animal

CASCAIS Câmara  
Municipal