

RELATÓRIO DE EVENTO

Decorreu de 17 a 20 e de 24 a 27 de Outubro de 2013, em Santa Maria, Ilha do Sal – Cabo Verde, a primeira edição da **SALANIMA**[®], um Festival Cultural Cabo Verdiano, que animou o coração de Santa Maria e encheu as ruas de artesanato, música, arte, palhaços, estátuas vivas, *koq e bafa*, entre muitas outras acções que evidenciaram a cultura e autenticidade das gentes de Cabo Verde. Esta iniciativa foi organizada pela **Câmara de Turismo de Cabo Verde**, e coordenada pela **CPL Meetings & Events**.

Dado o curto espaço de tempo, iniciado apenas a 19 de Agosto 2013 (que por norma, para um evento desta dimensão, exige a preparação de um mínimo de 12 a 18 meses de antecedência), foi necessário adicionar mais 4 pessoas à equipa para reforçar a acção de Marketing, prospecção e angariação de patrocínios e feed nas redes sociais.

DADOS DO EVENTO:

- Cliente – Câmara de Turismo de Cabo Verde: Dr. Amando Ferreira
- Gestor: Dra. Linda Pereira
- Coordenador: Andreia Mendes
- Data: de 17 a 20 e de 24 a 27 de Outubro 2013
- Local: Santa Maria, Ilha do Sal – Cabo Verde

INFORMAÇÃO ADICIONAL:

As empresas locais com quem a CPL Meetings & Events trabalha em consórcio são:

- Contacto Visual para design, produção e impressão de todos os materiais necessários à organização do projecto “Salanima”.
- Morabatur para a contratualização de viagens entre ilhas, viagens internacionais, transfers/transportes, hotéis e F&B.

COMENTÁRIOS ÀS DIVERSAS FASES DO EVENTO (pré, durante e pós SALANIMA): neste ponto, será relatado os diferentes acontecimentos inerentes a cada uma das fases do evento, evidenciando os pontos a melhorar.

PLANEAMENTO E CONCEPTUALIZAÇÃO:

Definição da estratégia a adoptar e acções a implementar para a concretização do evento. Foi feita uma checklist *master*, subdividindo em checklists correspondentes a cada uma das áreas com os diversos pontos a focar para o desenvolvimento de cada uma das acções projectadas para o evento.

Criou-se como merchandising, t-shirts e pins alusivos ao evento para venda directa no local do evento, na tenda SALANIMA.

FINANÇAS E PATROCÍNIOS:

Preparou-se um *Call for Sponsors*, com um leque de oportunidades e sugestões de patrocínios que vão ao encontro das necessidades do evento e que permitem direccionar os patrocínios monetários e/ou em géneros para as necessidades do evento. Neste sentido, foi também aproveitada a base de dados de entidades locais e potenciais patrocinadores disponibilizada pela Câmara de Turismo de Cabo Verde (CTCV) para envio da primeira informação referente à Salanima, seguida de contacto telefónico para verificação da recepção do email enviado e necessidade de esclarecimento e/ou informação adicional do pedido em causa.

Para além da base de dados disponibilizada à CPL Meetings & Events, reuniu-se muitos mais contactos de outras entidades e organizações para captação de fundos monetários para a sustentabilidade económica do evento.

Durante a fase de follow-up, houve imensas respostas negativas demonstrando desinteresse ou então, prolongavam o tempo de ‘espera’ até que finalmente nos davam feedback...mas negativo. As entidades e organizações locais com maior capacidade de resposta financeira, recusaram os nossos pedidos evocando estarem com dificuldades financeiras, reestruturações internas, muito em cima do acontecimento, nesta edição não nos é possível mas esperam poder ajudar na próxima, entre outros feedbacks semelhantes. Por incrível que pareça, entidades como a DGT, ASA, Caixa Económica, Unitel, TACV (preços especiais), TAP, Strela, Câmara Municipal do Sal, BCA... não apoiaram de forma nenhuma o evento.

Além destas entidades, foram poucos os hotéis e operadores turísticos que apoiaram a iniciativa, mesmo que fosse insuficiente para as necessidades do evento, conseguiu-se algum apoio em serviços como por exemplo alguns quartos (muito insuficientes às necessidades, visto que tivemos que optar por quartos triplos para hospedar maior número de pessoas, o que levou ao desagrado e desconforto dos artistas) para a organização e artistas, voos e transfers. Inclusivamente, tivemos imensa dificuldade em arranjar um carro para a aorganização, nem pago, nem patrocinado, etc... obrigando-nos a entrar com mais custos para a deslocação e transporte de materiais.

Face à ausência de feedbacks positivos aos pedidos de patrocínio, a CPL Meetings & Events aumentou a equipa destacada para esta tarefa de modo a acelerar o processo de análise das entidades contactadas, follow-up mais rápido e persistência junto de todos até uma resposta positiva.

É de referenciar, que mesmo após o evento ter começado, manteve-se insistentemente o contacto junto das entidades/organizações até ao fim, com objectivo de angariar fundos para as necessidades financeiras do evento.

HOTÉIS E PARCEIROS:

Fez-se um levantamento dos hotéis locais e reuniu-se os contactos dos Directores de cada um deles para contacto directo, apresentação da Salanima e pedido de patrocínios e parcerias. Para além dos contactos emails e telefónicos, a CPL deslocou-se a todos os hotéis para obtenção de apoios da parte dos mesmos e pedir também a sua colaboração na divulgação do evento junto dos seus hóspedes e colocação de posters e flyers no mesmo. Apenas alguns hotéis cederam alguns quartos em regime B&B, e excepcionalmente outros disponibilizaram animação para o programa da Salanima e materiais necessários à realização do evento.

A ausência de disponibilidade de refeições para os artistas hospedados nos diferentes hotéis, dificultou imenso a angariação de refeições para os mesmos durante o evento, a título de patrocínio.

Em termos de selecção de fornecedores, foi feito o contacto junto dos fornecedores recomendados para garantir a qualidade e eficiência dos trabalhos pedidos, maior abertura à iniciativa que estava a ser implementada e maior poder de negociação e criação de sinergias para as próximas edições. No que diz respeito aos fornecedores mais pertinentes à concretização do espectáculo (palcos, som e iluminação), e apesar das limitações orçamentais, optou-se por confirmar o interesse no *Tchida Productions* para todo o sistema de som, *Faísca* para produção, palcos, tendas e iluminação, e *Edson*

Rocha como representante para a segurança dos equipamentos (condição exigida pela pessoa César Fortes da entidade *Faísca*).

LINHAS AÉREAS: Desde o início que foi feito o contacto directamente com a Direcção da TACV e da TAP, e o feedback foi apenas descontos nos voos. Houve imensa dificuldade em obter o patrocínio total das viagens das companhias aéreas, tendo a TAP disponibilizado apenas um valor de desconto de 20% nos voos necessários (e sem cedência de bagagem adicional), e a TACV diminuiu relativamente a tarifa. Contudo a TACV, apesar dos custos que as viagens ainda acarretaram para a organização, a TACV disponibilizou-se sem custos adicionais para rectificar os nomes dos bilhetes, cedência de bagagem extra e rectificação de datas.

PRODUÇÃO:

PALCOS: O evento foi planeado para a existência de dois palcos, um no Pontão e um segundo na Praça dos Correios, onde ambos teriam actuações em horários diferentes para manter as atenções num só espaço. Por motivos de falta de condições, ausência de energia e ligações eléctricas, condições de segurança, incumprimento de horários e atritos entre o responsável da Faísca, César Fortes, e a equipa operacional não foi possível avançar com as actuações em dois palcos para a Salanima. De modo, que optou-se por concentrar todo o programa num só palco, na Praça dos Correios, que reunia melhores condições de execução e segurança para todos (público e organização). Para além de reduzirmos o número de palcos do evento, o mesmo não estava devidamente estável (colocando em risco algumas actuações que exigissem mais movimentos) e com as estruturas de base sem qualquer protecção para evitar por exemplo, a passagem de crianças por baixo.

AÚDIO: A Tchida Productions como fornecedor do sistema de som, ficou responsável pelo equipamento necessário para as actuações dos dois palcos definidos para o evento. Numa fase inicial, tinha-se apresentado a situação de colocar música ambiente nas ruas e ter um ponto de autofalante para fazer anúncios gerais ao público, sobre o programa e/ou acções que estão a começar mas ficou sem efeito para diminuir os custos inerentes ao serviço.

PROJECCÃO E ILUMINAÇÃO: Para diminuição de custos, adoptou-se por um conjunto de ecrã led's e iluminação para fazer resposta à cenografia do palco para as actuações de palco, tirando proveito de projectar e evidenciar os patrocinadores e parceiros do evento.

SEGURANÇA: Para além do contacto directo com a Polícia de Segurança Pública (PSP) local, contactada previamente, com reunião in loco com o Sr. Comandante Emanuel Teixeira da Esquadra de Santa Maria, aprovação do encerramento das ruas, partilha do programa, dias de montagens e desmontagens, aconselhamento e colocação de baias nos devidos locais, patrulhamento aos locais de evidenciados no programa, fomos também 'forçados' a recorrer à segurança privada. Por exigência da entidade responsável pelos equipamentos de palcos, iluminação e tendas tivemos que confirmar um serviço extraordinário que acarretou custou bastante elevados para garantir a presença de um número mínimo de 3 seguranças a fazer vigilância sob 24 horas. Após a desmontagem de um dos palcos pelos motivos já acima referidos, diminiui-se para 2 seguranças sob 24 horas. Contudo, na 2ª semana durante o próprio evento, a PSP começou a abrir as ruas sem aviso prévio e colocou em causa a segurança do público, artistas e principalmente das crianças, pelo que foi graças aos militares que não houve nenhum incidente.

DECORAÇÃO: Foi planeada e estruturada uma decoração a implementar nas principais ruas de Santa Maria, que identificassem as diferentes áreas, sinalizassem os pontos do palco do Pontão, do Palco da Praça dos Correios, *koq e bafa*, artesanato, *pick-up & drop-off*, Praça Central. Face ao valor orçamentado (a preço especial e a título de parceria) e necessidade de trazer materiais de fora (por exemplo da Praia – Ilha de Santiago), foi incomportável confirmar esta acção para Salanima face à ausência de apoios monetários e de recursos na ilha do Sal. Neste sentido, foi reestruturada toda a estratégia para a impressão de sinalética em folhas A4 para identificar os espaços e sinalizar os diferentes pontos do evento.

BALÕES E FOGO DE ARTIFÍCIO: Planeou-se dois momentos distintos na Salanima que evidenciassem o início de uma semana (e primeira edição) com o lançamento de balões que brilham no escuro, e fecho da semana (e primeira edição) com fogo de artifício para celebrar o momento de animação. Conseguiu-se reunir o patrocínio de balões para esta situação, mas não tínhamos hélio no local que pudesse dar resposta a esta necessidade sem o que o mesmo tivesse que ser transportado de avião (apesar de se ter visto a situação de outro meio, a partir de barco, mas o mesmo encontrava-se

avariado). O transporte de Hélio por avião é proibido, pelo que a alternativa de barco não estava disponível e levaria imenso tempo a chegar a bom porto. Em termos de Fogo de Artifício, a Ilha do Sal não dispõe de nenhum técnico especializado para a concretização desta acção em segurança, pelo que o mesmo responsável dos Balões tem formação técnica na área e poderia concretizar esta acção com a caixa de disparos disponibilizados pela Câmara Municipal do Sal. Ainda assim, não foram reunidas as condições mínimas para avançar com as despesas de voos, alojamento, alimentação e transfers para as duas semanas de evento, deixando consequentemente este ponto em stand-by para a edição seguinte. Informo que o Hotel Morabeza ainda se disponibilizou para ceder algum hélio das botijas utilizadas no ano novo, mas infelizmente o mesmo já não tinha pressão e quantidade suficiente para o efeito pretendido.

LOGÍSTICA: Para além do Júlio Rocha no terreno para levantamento dos espaços, necessidades de pontos de energia, prospecção e angariação de artistas, contactos com o comércio local, artesanato, houve mais duas visitas ao local da parte da CPL Meetings & Events, para reuniões com potenciais patrocinadores, reconhecimento do espaço definido para a Salanima, locais de acção e passagem de animação de rua, encerramento de ruas para o período de actividade, decoração, estacionamento, policiamento, produção, som, segurança, limpezas. Durante estas visitas, verificou-se que havia ainda muita coisa para negociar, confirmar e finalizar, como por exemplo o conteúdo do programa para a Salanima, onde indusivamente só a partir daí, o Júlio apercebeu-se e entendeu em concreto a dinâmica e objectivo pretendido do evento. Tendo o Júlio, aparentemente ter prometido cachets aos artistas e demonstrado uma total incapacidade de negociar o quer que fosse... Tornou-se um impedimento ao sucesso do evento, tendo mesmo aparecido só no primeiro dia e desaparecido até ao 6º dia do evento.

MARKETING: Falou-se directamente com a Rádio Cabo Verde, Rádio Comunitária, Canal de Televisão Cabo Verde (RTC), o Jornal “A Semana”, entre outros bloggers e newsletters locais para promoção e divulgação da Salanima. Para além dos órgãos de comunicação social (OCS), foi criada uma página oficial de facebook do evento para complementar a informação, atingir um público maior e concentrar actualizar com maior rapidez os conteúdos associados ao evento, desde updates do programa, colocação de imagens, posts de vídeos, feedbacks, etc. A Câmara de Turismo também enviou *Press Releases* para o efeito.

Para além dos OCS, a Câmara Municipal do Sal cedeu os dois Outdoors que dispõe para promover a Salanima em Espargos e em Santa Maria, pelo que também foi distribuído com pelo menos 2 semanas de antecedência (que até comunicaram que seria prematuro) posters por Espargos, e com maior foco pelo comércio local e hotéis de Santa Maria, disponibilizando na última semana antes do evento flyers alusivos ao evento pelos mesmos pontos, incluindo táxis e/ou carrinhas de transporte público da população Salense e estrangeira. Para complementar e reforçar a informação junto dos hóspedes todos, foram feitas traduções pela CPL Meetings & Events para que as mesmas fossem colocadas pelos hotéis nos quartos dos hóspedes e atraiassem mais turistas internacionais.

SEDE DA ORGANIZAÇÃO/EQUIPA OPERACIONAL: Foi acordado previamente com a CTCV a disponibilização de um espaço físico junto ao evento para reuniões de briefing e debriefing do staff, colocação de materiais, arrumações, concentração de águas, vestuário, etc. Contudo, toda esta movimentação e entrada e saída de cerca de 20 a 30 pessoas diariamente, deixou conseqüentemente o espaço sujo e a necessitar de uma limpeza mais cuidada. Durante o período do evento, deparou-se na 2ª semana o estrago de uma mesa (que foi encontrada no dia seguinte no chão com o material todo espalho em redor) e por fim, uma pequena parte do corrimão desencaixou/descolou ficando impróprio para o apoio às escadas. Após o evento, recebi o contacto da Sónia Leite a informar da situação, e ficou combinado a Sónia tratar da pessoa que iria arranjar, e o custo desse trabalho ser adicionado ao orçamento do evento Salanima.

ARTISTAS: Como num primeiro contacto, os artistas em geral foram abordados com o interesse da sua participação na Salanima com remuneração ou gratificação, esta acção dificultou imenso a participação de artistas Cabo Verdianos na Salanima a título de cortesia e afirmação do País a nível nacional e internacional. Neste sentido, fomos forçados a recomençar todo um trabalho já começado pelo Júlio Fortes que angariou uma série de cantores, músicos, artistas, animadores, palhaços, etc para o conteúdo programático da Salanima com custos elevados e inoportáveis para a organização.

Houve uma série de contactos telefónicos feitos ao levantamento de artistas feito para novo contacto, no sentido de confirmar a presença deles no evento a título de patrocínio, contacto prioritário para a próxima edição, e disponibilidade (sempre que aplicável) de voos, alojamento, alimentação e transfers.

Após fecho do programa, cada artista teve a garantia de voo, alojamento, F&B, transfers, e as taxas de turismo assumidas pela CPL Meetings & Events, e também um elemento do staff da Salanima onsite à sua disposição para acompanhá-los desde o *sound check*, confirmação do rider técnico, águas, horário de actuação, local e hora de almoço e/ou jantar, ajuda no transporte de materiais, área reservada aos artistas junto ao palco, hora de transfer (se aplicável), entre outros pontos que o artista pudesse precisar no momento.

Face à ausência de apoios, foi extremamente difícil assumir os transfers personalizados para cada um dos artistas, de modo que estes estivessem à sua disposição um meio de transporte para os ensaios, *sound checks*, actuações e regresso ao hotel/casa.

TRANSPORTES: Face à dimensão do evento, deparou-se com diversas necessidades de transporte que conseqüentemente originavam transfers personalizados e praticamente individuais para cada uma das situações, ou seja, não nos era possível aproveitar um só transfer para o transporte e deslocação de artistas, staff, materiais, equipamentos, entre outras necessidades que precisávamos de solucionar *in loco*.

ALOJAMENTO, TRANSFERS e F&B: Numa fase inicial, estes serviços seriam da responsabilidade da Morabitur, pelo que na realidade os mesmos foram geridos e atribuídos pela CPL Meetings & Eventos, onde a Morabitur realizou o transporte dos oradores, artistas e organizadores. Todo o restante trabalho foi resultado da equipa da CPL que teve a confirmar os voos, alojamento e alimentação dos elementos envolventes no evento.

À excepção do Hotel Crioula e do Hotel Odjo d'Água que disponibilizaram alojamento e refeições aos artistas que receberam, os restantes elementos necessitavam de igual modo ter as refeições asseguradas durante o período deles na Salanima, independentemente do dia de actuação, ou seja, no mínimo os artistas pernoitavam duas noites para poderem actuar um só momento... o que exigia um mínimo de 3 a 4 refeições pela sua estadia.

O Sr. Luciano do Restaurante Genuine e Espaço Cultural cedeu cerca de 300 refeições para a Salanima, pelo que foi fundamental para a alimentação não só dos artistas como do staff que estava a trabalhar para a CTCV na Salanima. Além do Sr. Luciano, tivemos mais 2 a 3 espaços de restauração que disponibilizaram alguns géneros para efeitos de alimentação do staff.

SECRETARIADO: Independentemente da Salanima não necessitar de ter uma área de secretariado, para acreditação dos participantes, é importante ter um espaço físico de apoio à logística e equipa operacional do evento onsite. Face às circunstâncias, é fundamental termos um espaço onde possamos montar temporariamente um ‘mini-escritório’ (secretária, cadeira, computador, impressora, internet, telefone, etc) por forma a dar respostas rápidas a necessidades simples, como por exemplo uma fotocópia, re-impressão de documentos (programa, flyer, informação, contactos..), envio de emails, download de informação/imagens/vídeos, update das redes sociais, etc.. e deixar os nossos pertences pessoais sem qualquer preocupação de perda e/ou de furto.

COMUNICAÇÕES: Face ao patrocínio de alguns cupões de chamadas por parte da CV Telecom, conseguiu-se diminuir os custos de chamadas junto do staff. Contudo, houve imensas situações que o Júlio Rocha não conseguia confirmar artistas, confirmar disponibilidade de materiais, cedência de transportes, etc... evocando que não tinha saldo e capacidade de realizar chamadas. Esta situação se limitação de comunicação afectou diversas vezes o planeamento e execução do evento, de modo que muitos telefonemas foram feitos a partir do telemóvel (com operadora portuguesa) da CPL Meetings & Events.

HOTÉIS: Todos os hotéis de Santa Maria foram contactados no sentido de apoiar a Salanima com a disponibilidade de quartos para os artistas, animação e/ou patrocínio monetário, pelo que apenas alguns hotéis disponibilizaram aquilo que lhes era possível, desde alojamento, alimentação, animação, equipamentos, cabos, entre outros.

ALIMENTAÇÃO: A Salanima assumiu o compromisso de garantir a alimentação dos artistas, staff, equipa de produção e som, ou seja, todos os elementos que estivessem associados ao evento por contribuirem para o programa do mesmo e/ou contribuirem para a realização do mesmo, de modo que foi extremamente difícil garantir a refeição diária do início ao fim da Salanima, indusivamente o período pré, de intervalo e pós-evento. Só para este evento, houve uma necessidade mínima de pelo menos 300 refeições, sem contar com as que foram garantidas pelos hotéis que alojavam artistas e staff. Para além da alimentação, houve uma grande gestão de águas na 1ª semana da Salanima, pelo que nem sempre era possível disponibilizar garrafas de água pequenas para os artistas durante os *sound checks* e actuações. O calor é um factor que por si só já exige a hidratação e necessidade de

água, quanto mais com movimentação e trabalho ao ar livre, quer seja pelo período da tarde ou mesmo da noite.

PALCOS: Foi planeado e projectado dois palcos fixos para a Salanima, sendo um no Pontão e o segundo na Praça dos Correios. Para espanto nosso, as pessoas não aderiram ao Palco do Pontão pelo que o mesmo foi cancelado e desmontado durante a Salanima. Assim sendo, optou-se por concentrar toda a programação no Palco da Praça dos Correios, ou seja, Palco Solférias. O Palco Solférias acabou por ser o único palco fixo existente na Salanima, onde concentrou todo o conteúdo programático num só espaço, mantendo os horários definidos para os dois palcos.

PROGRAMA: O programa sofreu diversas alterações e ajustes ao longo de todo o evento, de modo que todos os dias havia a necessidade de partilhar essa mesma informação junto do público. Para além de um plano B, C e D... havia sempre necessidade de dar resposta ao imprevisto do momento e garantir a actuação marcada para a hora em causa no Palco Solférias, situado na Praça dos Correios.

STAFF: Para as diferentes fases do evento, a equipa foi aumentando consoante as fases do evento, pelo que a equipa operacional foi constituída por voluntários da Ilha do Sal e 2 coordenadores da CPL Meetings & Events. A Salanima contou com a presença inicial de 35 elementos, pelo que há medida que os dias passavam diminuía o número de elementos onsite. Por vezes, coincidia com trabalhos remunerados, filhos doentes, más disposições, falta de responsabilidade e compromisso, etc. Em termos de coordenação, estava a Andreia Mendes, Júlio Rocha e Ricardo Soares responsáveis pontos diferentes no evento, mas o Júlio por ter adoecido na primeira semana e o Ricardo por ter sido ameaçado pelo responsável da equipa técnica dos palcos e iluminação, ambos não concluíram o seu trabalho a 100%, pelo que o trabalho dos voluntários foi crucial na continuidade do evento e sucesso do mesmo.

PESSOAS E/OU ENTIDADES FUNDAMENTAIS NO EVENTO:

- Hotel Crioula: Vita Finzi, Humberto Brito, Devon Almeida, Quitéria, Recepção
- Hotel Odjo d'Água: Patone, Manika, Dúnia, Daniel, Ulisses
- Hotel Grupo Oásis: Ana Abade, Ana Rola, Laurinda, Zarui

- Hotel Morabeza: Sophie Vynckier, Joana Peres
- Morabatur: Benoit, Odair
- Contacto Virtual: Bruno, João
- Sr. Anacleto
- Câmara Municipal do Sal: Paulo Fernandes, Luceth, Nancy, Paulo, Tójo, Antero
- Luciano – Restaurante Genuine
- Restaurante Compad
- Cabo Verde Time
- Barracuda
- Jumbo
- Sul Productions: Sténio
- Padaria Dadó
- Café Tia Bia
- Artistas
- ...

RECOMENDAÇÕES:

Numa fase de pré-evento, é aconselhável ter uma acção mais presente no terreno junto das diversas entidades e organizações, face ao 'desprezo' e desinteresse pela informação que chega inicialmente por via email. Verifica-se uma forte necessidade em deslocarmo-nos pessoalmente às mesmas;

Disponer de um equipamento de *walkie-talkies* para contacto onsite dos Coordenadores do evento, evitando gastos exagerados de comunicações móveis;

Ter pelo menos um veículo de 5 lugares sob 24 horas, à disposição das necessidades da organização para deslocações, transporte de materiais, reuniões, staff, entre outros pontos pertinentes ao planeamento e realização do evento;

Criar uma equipa local, que faça o apoio no terreno à entidade gestora da Salanima, CPL Meetings & Events;

Em termos de apoios e/ou confirmações de presença por telefone e email, há uma enorme preocupação em ligar/falar diariamente com os responsáveis para garantir que o acordo feito anteriormente não é esquecido e/ou realiza-se conforme planeado. Sabendo que está tudo definido

e confirmado, se deixarmos de falar directamente com o responsável durante um dia que seja, corremos o risco de ter que avançar com o plano B, C e por vezes D se for o caso;

A Câmara de Turismo de Cabo Verde (CTCV) terá que ter um papel mais activo junto das entidades de interesse, para afirmação da sua identidade e interesse nas acções que desenvolve. Por vezes, o nosso contacto e persistência como empresa privada não representava o mesmo ‘peso’ que a CTCV representa junto dos mesmos;

A CTCV terá que agir e comunicar junto dos seus associados, envolvendo-os nas acções que promove de forma a angariar mais esforços e reunirem forças para o posicionamento do Destino a nível local e internacional;

Ter um responsável pelo programa, onde terá que confirmar diariamente os artistas do dia seguinte, presente dia, ponto de encontro, hora de *sound check*, rider técnico, local e horários de almoço e/ou jantar, águas, etc;

Dadas as promessas efectuadas antes do evento pela organização e pelos parceiros, que em nada se vieram a realizar, não se recomenda que se volte a fazer o evento sem que estes **compromissos sejam feitos** por escrito e com pré-financiamento. A CPL Meetings & Events toma aqui a iniciativa de dizer que o Sr. César Fortes não é considerado uma pessoa de bem e não aceitamos como tal, voltar a trabalhar com os mesmos.