



PLANO DE COMUNICAÇÃO



Cofinanciado pela
União Europeia

Os Fundos Europeus mais próximos de si.

1.	ENQUADRAMENTO.....	5
2.	DIAGNÓSTICO.....	8
3.	A PERCEÇÃO DOS FUNDOS EUROPEUS.....	10
4.	PLANO DE COMUNICAÇÃO	12
4.1	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE COMUNICAÇÃO	13
4.2	PÚBLICOS.....	15
4.2.1	Potenciais beneficiários e beneficiários	15
4.2.2	População portuguesa.....	15
4.2.3	Órgãos de Comunicação Social	16
4.2.4	Opinion makers	16
4.3	PARCEIROS.....	17
4.3.1	Rede de Comunicação do Portugal 2030	17
4.3.2	Ecosistema dos Fundos - Entidades do Modelo de Governação	18
4.3.3	Comité de Acompanhamento	18
4.4	EIXOS DE COMUNICAÇÃO	19
4.4.1	Simplificação	19
4.4.2	Proximidade	19
4.4.3	Transparência	20
5.	AÇÕES ESTRATÉGICAS DE COMUNICAÇÃO	21
5.1	Comunicação Digital.....	21
5.1.1	Website	21
5.1.2	Redes Sociais ALENTEJO 2030	22
5.1.3	Newsletters.....	23
5.2	Comunicação Integrada.....	24
5.2.1	Marca ALENTEJO 2030	24
5.2.2	Barra de Cofinanciamento.....	25
5.2.3	Vídeo Institucional e vídeos de divulgação	26
5.2.4	Merchandising.....	27
5.2.5	Guia de apoio ao beneficiário	28
5.2.6	Plano de avisos e lançamento de avisos	29
5.2.7	Lista de operações aprovadas	30
5.3	Eventos e participações institucionais	31
5.3.1	Participação em feiras e eventos públicos	31

5.3.2	Organização de Eventos	32
5.4	Outras Ações de Comunicação	32
5.4.1	Composição do Comité de Acompanhamento do Programa	32
5.4.2	Ações de comunicação de mass media	32
5.4.3	Iniciativa de comunicação anual Portugal 2030	33
6.	OPERAÇÕES DE IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA	34
6.1	Lista de Operações	34
6.1.1	Ferrovia – OP3	34
6.1.2	Digitalização - Instalação de redes de banda larga – OP1	35
6.1.3	Inovação Social – OP4	35
6.1.4	Comunidades de Energia Renovável – OP2	35
6.1.5	ITI CIM – OP5	36
6.1.6	Diversificação económica – FTJ	36
6.2	Critérios de Seleção	36
7.	AÇÕES DE CAPACITAÇÃO	37
7.1	Capacitação comunicação social	37
7.2	Capacitação key stakeholders	37
7.3	Capacitação da rede	38
8.	ORÇAMENTO INDICATIVO	39
9.	AUTORIDADE DE GESTÃO	39
10.	ANEXOS	40
•	ANEXO I – Plano de Ações de comunicação	40
•	ANEXO II – Manual de Identidade ALENTEJO 2030	40
•	ANEXO III – Barra de Cofinanciamento	40
10.1	ANEXO I – Plano de Ações de Comunicação	41
	ANEXO II – Manual de Identidade	42
10.2	ANEXO III – Barra de Cofinanciamento	54
10.2.1	Modelos de barras de cofinanciamento (cores)	54
10.2.2	Modelos de Barra de Cofinanciamento (Negativo/Branco)	55
10.2.3	Modelos de Barra de Cofinanciamento (Preto)	56
11.	Links úteis:	57

1. ENQUADRAMENTO

A Comissão Europeia aprovou o Programa Regional do Alentejo (Alentejo 2030) para o próximo período de programação 2021-2027. Através deste Programa, a região Alentejo dispõe de uma dotação global 1.104,3 milhões de euros de fundos europeus para financiar investimentos na região, dos quais 875,5 Milhões de euros FEDER, 129,9 Milhões de euros FSE e 98,9 Milhões de euros FTJ.

O Programa é constituído por 5 Objetivos Estratégicos que se articulam com as Prioridades e os Objetivos Específicos.

O Programa Alentejo 2030 destina-se a promover a competitividade da economia, a sustentabilidade ambiental e a valorização do território e das pessoas na região, no quadro da Política de Coesão da União Europeia. Através deste programa pretende-se operacionalizar a estratégia de desenvolvimento da região, as estratégias sub-regionais das Comunidades Intermunicipais, assim como do Plano Territorial para uma Transição Justa (PTTJ) para o Alentejo Litoral.

O FTJ assegura que a transição para uma economia com impacto neutro no clima seja feita de maneira justa, garantindo que ninguém seja deixado para trás, especialmente nas regiões afetadas. O apoio da União Europeia será crucial para promover uma transição climática justa nas áreas do Alentejo Litoral, Médio Tejo e na cidade de Matosinhos.

Durante as negociações dos acordos de parceria de 2021-2027 e dos programas associados entre as autoridades portuguesas e a Comissão, estes territórios foram identificados. No Alentejo Litoral, o FTJ visa diversificar a economia local, apoiando a pesquisa e inovação de pequenas e médias empresas (PMEs) nos setores de energias renováveis, agroalimentar e turismo, e investindo numa mobilidade local sustentável.

Antecipa-se que o Fundo venha a criar aproximadamente 200 novos empregos, enquanto proporcionará apoio à reconversão profissional dos trabalhadores na

região afetada pelo encerramento da central termoelétrica. Isso será alcançado através de atividades de formação e requalificação. O FTJ vai apoiar também iniciativas de trabalho autónomo e empreendedorismo inovador.

Os PTTJ, desenvolvidos pelas autoridades nacionais e regionais em estreita colaboração com os parceiros locais, identificam os desafios, necessidades e estratégias de desenvolvimento em cada território. Além disso, estabelecem metas a serem alcançadas até 2030 e delineiam ações planeadas, juntamente com os mecanismos específicos de governação associados.

A Estratégia de Comunicação pretende assegurar o pleno cumprimento do normativo comunitário em vigor (Reg. (UE) 2021/1060), garantindo o objetivo central de dar a conhecer objetivos, oportunidades de financiamento e principais resultados. Estará alinhada com Estratégia Comunicação Portugal 2030, a qual irá prever um conjunto de ações de comunicação transversais e contemplarão 5 objetivos estratégicos da UE: Europa mais inteligente, mais verde, mais social, mais conectada e mais próxima dos cidadãos.

Deve-se promover uma ampla disseminação do programa ALENTEJO 2030 na região, direcionada para o público em geral, os beneficiários, potenciais beneficiários e os meios de comunicação, com o intuito de fomentar uma perspetiva de futuro e estabelecer uma relação positiva entre o programa e os diversos grupos-alvo.

O objetivo é garantir que o programa ganhe um amplo reconhecimento a nível regional, o que, por sua vez, irá contribuir para uma avaliação favorável da utilização dos fundos da União Europeia em Portugal, sobretudo na região.

A aplicação dos fundos europeus no Alentejo é uma matéria de reconhecida importância para o desenvolvimento económico e social da região.

O papel da comunicação neste âmbito é estratégico e fundamental, quer para facilitar o acesso aos fundos, através da simplificação da linguagem e das mensagens,

quer para garantir uma cada vez maior transparência e prestação de contas, contribuindo para a consolidação de uma opinião pública mais, e melhor, esclarecida sobre a aplicação dos fundos europeus em Portugal.

Além disso, é crucial intensificar os esforços para promover e elevar a notoriedade e visibilidade do financiamento originário da União Europeia, adotando uma abordagem de comunicação que seja não apenas simples, mas também clara, abrangente e integrada.

Este aprimoramento na divulgação procura assegurar que todas as partes interessadas compreendam de forma inequívoca o impacto positivo e as oportunidades proporcionadas pelo financiamento da UE.

No âmbito dos órgãos de articulação funcional, previstos no artigo 30º do decreto-lei n.º 5/ 2023, de 25 de janeiro, a Rede de Comunicação, sob a coordenação da Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I.P. (Agência, I.P.), constitui, por excelência, a instância para assegurar sistematicamente a articulação integral entre a Estratégia de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa Regional.

2. DIAGNÓSTICO

Disparidades económicas, sociais e territoriais - entre assimetrias e insuficiências de mercado

No Alentejo os subsistemas e centros urbanos constituem o suporte de corredores, com acessibilidade e mobilidade, enquadramentos territoriais e infraestruturas diferenciados, que é necessário consolidar, conforme expresso no PROT Oeste e Vale do Tejo e PROT Alentejo.

O sistema urbano inclui os centros urbanos regionais, enquanto pilares do policentrismo da Região, os centros urbanos estruturantes e os centros urbanos complementares, numa lógica de multifuncionalidade e articulação. Os subsistemas incluem o do Litoral Alentejano (AL), articula a Área Metropolitana de Lisboa, o AL e o Algarve; o Alto Alentejo (AA), espaço de relacionamento com os sistemas urbanos do Médio Tejo, da Beira Interior e transfronteiriço com a Extremadura; o do Alentejo Central (AC), associado ao corredor urbano-logístico de ligação à AML e a Espanha; o do Baixo Alentejo (BA) com o eixo industrial (Castro Verde-Aljustrel), a envolvente de Alqueva e a ligação transfronteiriça com a Andaluzia; o da Lezíria do Tejo (LT) que tem como principal elemento agregador o rio Tejo no contexto do grande sistema fluvial Ibérico.

A demografia continua a assumir-se como uma das principais condicionantes do Alentejo. Entre 2011 e 2021, a população da Região passou de 757.302 para 704.934 residentes, num contexto de duplo envelhecimento. A quebra estende-se a todas as NUTSIII afetando mais as que já tinham um cenário demográfico deprimido, como o AA que perde 11,4% e o BA com uma redução de 9,3%. O AC diminui 8,3%, sendo a LT (-4,6%) e o AL (-1,5%) os territórios menos afetados. O decréscimo afeta mais os centros urbanos complementares (redução de 9,9%), os centros regionais diminuem 6,2% e os centros estruturantes 5,5%. Assim, são os centros de nível intermédio que resistem melhor à erosão demográfica.

A dimensão média dos 58 concelhos pouco ultrapassa os 12 mil residentes, apenas 2 municípios têm mais de 50 mil pessoas e, entre 2011 e 2021, só dois concelhos resistem à perda demográfica, Benavente (LT) que cresce 2,5% e Odemira (AL) que, beneficiando da fixação de população imigrante, aumenta 13,3%.

No desempenho económico, o Alentejo representa cerca de 6,2% do PIB e do VAB (2020) nacional, o PIB per capita corresponde a 69,7% da média da UE 27 (73,3% em 2015) e numa perspetiva sub-regional, o AL regista um valor superior à média regional e nacional, em contraste com as outras sub-regiões do Alentejo (PT = 100; ALT = 91,2; AA 79,3; AC 91,4; BA 96,5; AL 105,6 e LT 88,1).

A nível empresarial, no total nacional, o Alentejo representa 7,5% das empresas, 5,2% do pessoal ao serviço e 4,3% do VAB, com contributo sub-regional maior na LT e menor no AA. A proporção do VAB das empresas em setores de alta e média alta tecnologia é de 8,4% (PT = 11,2%) e as exportações regionais de bens de alta tecnologia registaram em 2021 um peso relativo inferior ao de 2015, contrariando a tendência nacional (ALT 2,41% em 2015 e 1,56% em 2021; PT 3,81% em 2015 e 4,61% em 2021).

Tendências recentes mostram trajetórias sub-regionais diferenciadas, afirmação de produções agroalimentares (BA, AL e LT), estruturação do cluster aeronáutico (AA e AC), dinâmica do turismo (todas as NUTS3, com diferentes ativos e oferta turística), atração de serviços de inovação (AC e AL), investimentos nas energias renováveis (fotovoltaica) (BA e AC) e em polos de I&DT em áreas de especialização regional (AC e AL).

Comparando o bem-estar, o desempenho competitivo e a qualidade ambiental, o Índice Sintético de Desenvolvimento Regional (ISDR) mostra o Alentejo com valor global de 95,5 (em 2020), índice ambiental acima da média nacional em quatro NUTS3 (AA, AC, BA e LT) e a NUT3 mais competitiva (AL) a registar menor qualidade ambiental e a NUT3 com melhor desempenho ambiental (AA) a ter menor valorização na competitividade.

3. A PERCEÇÃO DOS FUNDOS EUROPEUS

De acordo com o Eurobarómetro sobre “Conhecimento e percepções dos cidadãos sobre a política regional da UE”, publicado pela Comissão Europeia em outubro de 2023, **42% dos inquiridos da amostra da população portuguesa diz já ter ouvido falar sobre algum projeto cofinanciado pela UE destinado a melhorar a área onde reside e, desses, 78% considera que o impacto desses apoios foi positivo no desenvolvimento da cidade ou região.**

O mesmo Eurobarómetro de junho de 2019 e o de 2011 revelam a mesma tendência, 38% e 42%, respetivamente, da amostra portuguesa tinha ouvido falar de projetos apoiados por fundos europeus na sua área de residência e, desses, 78% e 76%, respetivamente, considerava os impactos desses projetos positivo nos seus territórios.

A “Sondagem Uso dos Fundos Europeus- Os fundos europeus e as políticas públicas em Portugal”, apresentada em outubro de 2021 pelo IPPS-ISCTE, refere que **a maioria dos portugueses revelam um grande desconhecimento e distanciamento sobre o modo como os fundos são utilizados e que fazem um balanço moderadamente positivo do impacto dos fundos estruturais em Portugal.**

Também nesta sondagem é referido que 45% dos inquiridos considera que os fundos foram mal utilizados, sendo que 62% acreditam que o principal motivo dessa má utilização foi a falta de controlo e 56% pensa que há falta de transparência e controlo na gestão dos fundos.

O mais recente “Barómetro de Perceção Pública sobre FEEI, Portugal 2020 e Portugal 2030”, de maio de 2023, reforça esta visão, revelando-nos que, da amostra representativa da população portuguesa inquirida, **89% entende que os fundos da União Europeia têm contribuído para o desenvolvimento do país. Destes, 32% acreditam que os fundos foram investidos em setores que estavam necessitados e 28% creem que melhoraram as condições de vida da população. No entanto, 52% acreditam que há falta de controlo e 28% julgam que há pessoas que receberam para**

investir e não investiram. Quanto à notoriedade do Portugal 2020 especificamente, 68% já ouviu falar e, desses, 75% tem uma opinião favorável de 3,5, numa escala de 1 a 5.

A par destes resultados, são também conhecidas as críticas apontadas à burocracia e à complexidade dos fundos europeus, conforme é revelado no inquérito de fevereiro de 2022, promovido pela Associação de Consultores, sobre o “Balanço dos Fundos Comunitários Europeus Portugal 2020”, que nos mostra que **os inquiridos encontraram, em termos gerais, complexidade, baixa qualidade e morosidade em quase todos os procedimentos e serviços relativos às candidaturas do Portugal 2020**, com 54% a revelar que os formulários para as candidaturas e respetivo preenchimento se mostraram ser um processo complexo, embora 33% avalie como boa a qualidade da documentação disponibilizada sobre as candidaturas e 56% considera ser razoável.

Existe, portanto, um nível de reconhecimento dos projetos apoiados por fundos europeus que pode ser melhorado, sobretudo tendo em conta que esse reconhecimento traz associado um elevado índice de perceção positiva sobre o impacto desses projetos no desenvolvimento dos territórios, e continua a persistir uma imagem negativa sobre o funcionamento e a gestão dos fundos europeus em Portugal.

Assim, é de extrema importância que um dos focos da estratégia de comunicação seja o aumento substancial da visibilidade do financiamento proveniente da União Europeia. Esta evidência reforça a necessidade de destacar de maneira proeminente e eficaz os benefícios e contributos significativos que resultam do apoio financeiro da UE. Desta forma, procura-se não apenas informar, mas também criar uma consciencialização mais abrangente sobre o papel crucial desempenhado pelo financiamento da UE em iniciativas e projetos diversos.

4. PLANO DE COMUNICAÇÃO

É com este enquadramento e diagnóstico que a Rede de Comunicação do Portugal 2030 apresenta o seu Plano Global de Comunicação para o período 2021 – 2027, com o objetivo de aumentar o nível de reconhecimento dos fundos europeus em Portugal, designadamente do Portugal 2030, dos seus Programas e do Programa FAMI, bem como o de reforçar a perceção pública positiva associada à aplicação dos mesmos, reforçando a mensagem da simplificação e da transparência.

O Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa FAMI consubstancia as linhas de orientação comuns e transversais, decorrente de uma visão partilhada dos seus membros, determinando, ao nível da marca Portugal 2030, quais os principais objetivos de comunicação a atingir, que públicos impactar, com que mensagens, através de que meios e com que iniciativas, recursos e calendarização.

De acordo o modelo de governação dos fundos europeus para o período de programação 2021-2027, o Plano de Comunicação do ALENTEJO 2030 é enquadrado pelo Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e aprovado pela Comissão de Acompanhamento (alínea d, do n.1 artigoº 22º Decreto-Lei 5/2023), mediante proposta da Autoridade de Gestão (AG).

O Plano funciona como um instrumento de orientação na divulgação e informação sobre as oportunidades de financiamento, de forma clara, acessível e transparente a todas as pessoas e instituições; aumentar a notoriedade e perceção pública, de forma positiva, do ALENTEJO 2030, em torno da sua marca; e garantir a divulgação dos resultados, estimando a importância dos Fundos Europeus para o desenvolvimento económico, social e territorial da região.

A implementação do Plano de Comunicação assenta num processo coerente, integrado, personalizado e regular de forma a credibilizar e dar notoriedade ao Programa e aos projetos financiados.

A divulgação na região é dirigida ao público em geral, aos beneficiários, aos potenciais beneficiários e órgãos de comunicação social. Pretende-se uma visão de futuro e dando origem à boa relação entre o Programa e os diferentes públicos-alvo. Em linha com o modelo de governação do Portugal 2030, prevê-se a definição e divulgação de um Plano Anual de Avisos de concursos/convites para apresentação de candidaturas. Este plano, passível de revisão periódica, é divulgado nos websites do Portugal 2030 e do ALENTEJO 2030, após a sua aprovação pela Comissão Interministerial de Coordenação (CIC).

4.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE COMUNICAÇÃO

De acordo com o Plano Geral de Comunicação do Portugal 2030, tendo em conta as necessidades de comunicação identificadas e os públicos a afetar, são definidos quatro objetivos gerais de comunicação a perseguir neste período de programação:

- **aumentar a notoriedade** dos fundos europeus em Portugal, em particular do Portugal 2030;
- **reforçar a perceção pública positiva** sobre a aplicação dos fundos europeus em Portugal, em particular do Portugal 2030;
- **aumentar a perceção de simplificação** de acesso aos fundos europeus em Portugal;
- **melhorar a perceção pública sobre a gestão** dos fundos europeus em Portugal.

De acordo com o Programa do ALENTEJO 2030, são objetivos estratégicos para a comunicação:

- **aumentar notoriedade** do Programa junto de públicos-alvo;
- **aumentar perceção positiva** da UE /Fundos da UE no desenvolvimento da região;

- estimular o surgimento e valorização pública de projetos capazes de se distinguirem pelo caráter inovador;
- **reforçar transparência e equidade** na gestão do Programa;
- **aumentar perceção da existência de informação suficiente** sobre os fundos europeus.

Tendo em conta estes elementos, o trabalho desenvolvido de recolha e sistematização de informação essencial para suportar este Plano, **podemos definir como os Objetivos Gerais do Plano Estratégico de Comunicação do ALENTEJO 2030 os seguintes:**

- **Aumentar a notoriedade da marca ALENTEJO 2030**, através da sua projeção, ativação e aplicação, contribuindo ativamente para o sucesso do Programa, no âmbito das suas intervenções, estratégias e projetos;
- **Reforçar a imagem de transparência, rigor, confiança, acessibilidade e credibilidade do Programa;**
- **Promover a transparência e a simplicidade no acesso à informação** sobre as oportunidades de financiamento, garantindo que esta é clara e acessível a todas as pessoas e instituições;
- **Melhorar a perceção positiva e de simplificação no acesso e na aplicação** dos fundos europeus no Alentejo;
- **Divulgar os apoios e iniciativas que o Programa vai implementar** nas diversas áreas de atuação e dar notoriedade pública aos objetivos e resultados do Programa, nomeadamente em termos de planeamento, execução e avaliação da intervenção;
- **Dinamizar uma procura qualificada**, estimulando a literacia de forma apelativa e criativa sobre tudo o que esteja relacionado com o Programa, nas diferentes plataformas reforçando a utilização eficiente dos Fundos;
- **Fomentar a interação direta com os públicos-alvo do Programa**, visando divulgar os seus apoios e iniciativas e, assim, expandir a diversidade de participantes nas atividades de comunicação propostas.

4.2 PÚBLICOS

Identificar os públicos-alvo é fundamental para aprimorar a comunicação, tornando-a mais direta e eficiente, possibilitando assim adaptar a mensagem de forma apropriada.

Esta abordagem estratégica permitirá que adaptemos as nossas mensagens de acordo com as necessidades e interesses específicos de cada grupo, maximizando o impacto da comunicação.

4.2.1 Potenciais beneficiários e beneficiários

Este plano é direcionado para um grupo diversificado de participantes, incluindo aqueles que podem receber financiamento da União Europeia e aqueles que já o recebem. O objetivo principal é ajudar as entidades que desejam financiamento a melhorar as suas candidaturas e a compreender os critérios de seleção.

Além disso, pretende garantir que as entidades que já recebem apoio saibam usar os fundos de forma eficiente, em conformidade com as regras. O propósito subjacente é tornar o processo de obtenção e uso de fundos europeus mais eficiente e responsável.

Este público é caracterizado por particulares, empresas, autarquias, organismos públicos, cooperativas, associações, instituições particulares de solidariedade social, e outras entidades privadas, de todo o território do Alentejo, com atividade nas áreas de atuação apoiadas pelo Alentejo 2030.

4.2.2 População portuguesa

A população portuguesa, a quem, na essência, se destinam os fundos europeus, é um dos principais públicos a atingir, dada a ausência de notoriedade e conhecimento dos fundos europeus revelada por este público, e dada a perceção distorcida que tem em relação a alguns aspetos da sua gestão.

Este público é caracterizado por cidadãos e cidadãos portugueses, entre os 18 e os 65 anos, de todo o território nacional, de todas as classes.

4.2.3 Órgãos de Comunicação Social

Serão implementadas ações de capacitação direcionadas para os profissionais da comunicação social, com o objetivo de capacitá-los para desempenharem um papel central na divulgação de avisos e na transmissão de resultados aos cidadãos, visto que atuam como mediadores de informação.

Neste contexto, a Autoridade de Gestão tem como intenção estabelecer e fortalecer a sua relação com os meios de comunicação, realçando o importante papel que desempenham na disseminação de informações.

Esta interação será uma atividade regular conduzida com precisão e transparência.

Serão fornecidos, com a regularidade necessária, comunicados e notas de imprensa aos órgãos de comunicação social, tanto a nível nacional como regional, relacionados às atividades do Programa, incluindo a divulgação de avisos do ALENTEJO 2030 e os principais resultados alcançados.

Os principais canais de comunicação a serem utilizados serão os meios de comunicação regionais. Ocasionalmente, serão realizadas colaborações com meios de comunicação de alcance nacional, preferencialmente aqueles especializados na área económica.

4.2.4 Opinion makers

Este grupo desempenha também um papel crucial, uma vez que desempenha o duplo papel de recetor e emissor da mensagem, tornando-se assim num ator decisivo na formação da opinião pública. Atuam como filtro para as mensagens e, ao mesmo tempo, como amplificadores das mesmas.

Este público é composto por jornalistas, comentadores e outros atores influentes na esfera pública do território, com especializações em áreas como economia, sociedade, emprego, educação, inclusão, meio ambiente, mobilidade, assuntos marítimos, migrações, entre outras.

4.3 PARCEIROS

4.3.1 Rede de Comunicação do Portugal 2030

O ALENTEJO 2030 faz parte do formato restrito da Rede de Comunicação do Portugal 2030, coordenada pela Agência de Desenvolvimento e Coesão, I.P., enquanto organismo coordenador dos FEEI em Portugal, e é constituída pelos representantes designados dos Programas que constituem o Portugal 2030, bem como por outros *stakeholders* do ecossistema dos fundos.

A Rede de Comunicação do Portugal 2030 decorre do artigo 48º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, que prevê a existência de “(...) uma rede de comunicação em cada Estado-Membro (EM) que coordena e articula as medidas de comunicação e promoção da notoriedade dos fundos naquele EM.”

A rede reúne periodicamente para discutir, planear, articular e avaliar ações do plano ou outras iniciativas de comunicação conjuntas, trocar experiências e fazer *benchmarking* assim como promover a formação nas disciplinas da comunicação.

O funcionamento da Rede de Comunicação do Portugal 2030 acomodará um formato restrito e um formato alargado, de forma a permitir um acompanhamento mais próximo e regular das ações de comunicação do Portugal 2030, mas também um formato alargado que facilite a interação e articulação com outros *stakeholders*, agilizando pontes e parcerias que concorram para o objetivo comum do aumento da perceção positiva dos fundos europeus em Portugal.

O formato restrito deverá reunir no mínimo duas vezes por ano e o formato alargado reunirá uma vez por ano, sem prejuízo de reuniões adicionais que se demonstrem necessárias.

4.3.2 Ecosistema dos Fundos - Entidades do Modelo de Governação

O ecossistema dos fundos é constituído pelo conjunto das entidades que, de forma mais ou menos direta, desempenha um papel no funcionamento e gestão dos fundos europeus em Portugal e para os quais é necessário assegurar uma comunicação regular.

Este público é caracterizado por entidades como a Comissão Europeia, o Governo português, o Parlamento, a Inspeção Geral de Finanças, o Tribunal de Contas, os Organismos Intermédios, entre outras.

Em termos regionais são consideradas as autarquias locais, as associações empresariais, as associações profissionais e setoriais, serviços públicos, IPSS e grandes beneficiários como Universidades, Politécnicos, Instituto de Emprego e Formação Profissional, etc.

4.3.3 Comité de Acompanhamento

O Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, determina que a função de acompanhamento é assegurada, sem prejuízo de outros mecanismos, pelos Comités de Acompanhamento, enquanto órgãos responsáveis pela monitorização do desempenho do respetivo programa. Neste desígnio, para além das funções de apreciação e aprovação do Plano de Comunicação, é naturalmente essencial que os membros do Comité participem de forma ativa e permanente nas ações de comunicação desenvolvidas, sendo simultaneamente conhecedores dos principais dados retirados dos mecanismos de monitorização e avaliação que se desencadeiam em torno desse Plano.

4.4 EIXOS DE COMUNICAÇÃO

Os eixos de comunicação consubstanciam os pilares à volta dos quais é desenvolvida toda a comunicação, designadamente as mensagens e iniciativas.

4.4.1 Simplificação

A preocupação com a simplificação da linguagem e das mensagens deve ser central em todas as atividades de comunicação. É recorrente a crítica relativa à utilização de linguagem técnica e hermética, de difícil compreensão por parte de públicos não especializados, no âmbito dos fundos europeus, o que dificulta quer o acesso, quer a compreensão relativamente à sua aplicação ou gestão.

A simplificação da linguagem, decodificando o jargão dos fundos, e utilizando uma comunicação simples, clara e acessível, que facilite a compreensão das mensagens e dos procedimentos, deve ser um eixo sempre presente e transversal em todas as iniciativas de comunicação.

Deve ser também passada a mensagem de que o acesso ao Alentejo 2030 está mais facilitado, tendo sido implementados diversos procedimentos de simplificação, quer na consulta e acesso aos fundos europeus, quer no processo de candidatura, quer na aplicação dos mesmos.

4.4.2 Proximidade

Os fundos europeus querem estar mais próximos dos cidadãos.

O ecossistema dos fundos está mais próximo e disponível para ajudar quem quiser candidatar-se. Está mais próximo dos beneficiários, acompanhando-os e apoiando-os na sua jornada de aplicação dos fundos, e, embora tenha estado sempre próximo da população, quer mostrar de forma clara onde são aplicados os fundos europeus em Portugal, revelando a diversidade de apoios e quais os seus impactos no território, na economia e na sociedade.

Para além dos mecanismos de facilitação já referidos, existem diversas iniciativas de comunicação que podem aproximar e facilitar ainda mais todo o processo, como guias de apoio, ajuda contextual, vídeos tutoriais, áreas de ajuda com respostas a perguntas frequentes, glossários, sessões de divulgação de oportunidades de financiamento, sessões de esclarecimento, entre outras, que fazem sentir os potenciais beneficiários ou os beneficiários sempre apoiado ao longo dos diversos pontos de contacto da sua jornada com os fundos europeus.

4.4.3 Transparência

A gestão e a aplicação dos fundos europeus em Portugal não são matéria opaca, mas sim um sistema altamente controlado, escrutinado e transparente, assegurando sempre a boa prestação de contas.

Deve intensificar-se a divulgação da aplicação dos fundos europeus e dos seus resultados e aproveitar todas as oportunidades para se explicar, de forma pedagógica, o sistema de funcionamento dos fundos.

Para além da habitual divulgação de listas de operações aprovadas, devem encontrar-se formas regulares e criativas de divulgar projetos, resultados e impacto que têm na vida das pessoas, dos territórios e das organizações, chegando a diversos públicos, com maior alcance e impacto.

5. AÇÕES ESTRATÉGICAS DE COMUNICAÇÃO

Este ponto delinea o amplo leque de ações de comunicação que serão implementadas ao longo do período de execução do Programa.

As ações apresentadas aqui podem ser classificadas em duas categorias principais:

- aquelas que possuem um caráter **sistemático e abrangente**, como o impulsionamento das redes sociais;
- e aquelas que são **menos frequentes ou mesmo pontuais**, como campanhas específicas.

Em termos gerais, as atividades a serem desenvolvidas estarão alinhadas com duas áreas de atuação que orientarão as mensagens e ações de comunicação, com o propósito de atingir os objetivos estabelecidos.

Cada uma dessas áreas de atuação pode ser considerada como uma estratégia de comunicação que busca direcionar esforços e recursos para aspetos chave, a fim de transmitir uma mensagem clara e coerente.

Essas estratégias são utilizadas para influir a perceção pública, construir uma imagem ou reputação sólida e, ao mesmo tempo, promover a colaboração e a ação conjunta em redes de atuação.

5.1 Comunicação Digital

5.1.1 Website

O website do ALENTEJO 2030 é, por excelência, o meio preferencial para a divulgação da informação disponibilizada.

Esta é a grande ferramenta de comunicação e informação deste Programa, acessível ao público em geral, aos beneficiários e aos potenciais beneficiários, para além de fornecer e facilitar informação sobre a política de coesão, execução do Programa, esclarecimento de dúvidas e apresentação da marca.

Este meio de comunicação e difusão desempenha um papel fundamental na disseminação de informações relacionadas ao Programa ALENTEJO 2030. Nele, estará disponível e atualizada uma ampla variedade de recursos e dados, abrangendo desde avisos de concursos até comunicados de imprensa, notícias relevantes e informações sobre eventos como seminários, conferências e exposições.

Além disso, este canal oferece acesso a informações de contato, permitindo que os interessados entrem em contato facilmente. Também estarão disponíveis atualizações regulares sobre o progresso e a execução do programa, bem como listas de operações com dados claros e informativos para maior transparência.



A comunicação do ALENTEJO 2030 compromete-se com a utilização de uma linguagem inclusiva, paritária e não discriminatória. Tornar o website acessível a todos é uma prioridade da Estratégia de Comunicação deste Programa.

O site do ALENTEJO 2030 foi criado dentro de uma estrutura global do Portugal 2030, o denominado “Multisite”. Esta estrutura base aloja não só o site do Portugal 2030, mas também os sites de todos os Programas aderentes, criando uma estrutura integrada de comunicação dos fundos europeus. Esta opção aproxima e simplifica a informação nos vários âmbitos de atuação dos fundos europeus.

5.1.2 Redes Sociais ALENTEJO 2030

Na era digital em que se vive, as redes sociais são um canal incontornável, com elevados índices de eficácia, ao permitir difundir conteúdos dirigidos a públicos

específicos, com grande alcance e baixos custos associados. Este é um veículo de comunicação por excelência que, se por um lado dissemina a informação pertinente do momento, gerando, simultaneamente, tráfego para os restantes canais de comunicação, nomeadamente para os websites, por outro, serve para captar novos seguidores, aumentando a notoriedade da marca e reforçando o seu posicionamento junto dos seus públicos.

O ALENTEJO 2030 disponibiliza contas dedicadas nas redes sociais Facebook, LinkedIn, X, Instagram e Youtube, assegurando presença constante nas redes sociais, com geometrias variáveis, de acordo com o posicionamento e os públicos respetivos.

Os conteúdos do ALENTEJO 2030 serão sempre adequados aos públicos e ao tom de cada rede social, ajustando a seleção de notícias a veicular e a forma como são apresentadas, quer ao nível do texto quer da imagem.

5.1.3 Newsletters

As newsletters completam o conjunto da comunicação digital, ao complementarem a oferta neste meio. As newsletters podem revestir-se de diversos formatos, periodicidades e estilos, dependendo dos seus objetivos e dos públicos a que se destinam.

No caso do ALENTEJO 2030, a newsletter será sobretudo dedicada ao potencial beneficiário e ao beneficiário, apresentando uma resenha regular das principais notícias e eventos, agregando informação útil e relevante para este público, como sendo a abertura de avisos de candidaturas, a realização de eventos, ou outras informações relevantes de carácter funcional.

5.2 Comunicação Integrada

As principais ações de comunicação já desenvolvidas e a desenvolver para atingir os objetivos referidos são as que a seguir se apresentam, sem prejuízo de outras que se venham a revelar úteis ao longo do ciclo de vida do ALENTEJO 2030.

5.2.1 Marca ALENTEJO 2030

A marca desempenha um papel fundamental no Plano de Comunicação do ALENTEJO 2030, assumindo o "rosto" público da organização. A sua importância é notável e estratégica na construção de uma identidade sólida e consistente, tornando mais fácil para o público em geral identificar o Programa.

A logomarca tem como objetivo principal transmitir confiança e credibilidade, com o intuito de incentivar à participação do público. Além disso, fornece um meio visualmente impactante para comunicar de forma quase instantânea os valores e a missão do Programa.



A logomarca ALENTEJO 2030 constitui elemento de identificação do Programa, correspondendo a obrigatoriedade da sua inscrição em todos os suportes comunicacionais a produzir uma garantia da sua visibilidade junto dos diferentes públicos.

Almeja desempenhar um papel distintivo, promovendo a uniformidade e fortalecimento da marca através da sua presença contínua em todos os materiais de comunicação e marketing, bem como nos materiais relacionados às operações financiadas, tanto por parte das entidades beneficiárias quanto dos parceiros.

- *Aplicação da marca ALENTEJO 2030 - A aplicação da marca deverá estar de acordo com o constante no manual de identidade (Ver ANEXO II)*
- *Regras de utilização da marca ALENTEJO 2030 - O Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho de 24 de junho de 2021 (Disposições Comuns Regulamento), nos artigos 49º e 50º, atribui responsabilidades e obrigações aos beneficiários, às autoridades de gestão e aos Estados-Membros, exigindo, entre outros, que reconheçam o apoio da União Europeia em todos os materiais de comunicação, sendo o emblema da União Europeia elemento importante e obrigatório em todos os produtos impressos e digitais, sites, órgão de comunicação social e outros produtos de comunicação, conforme indica o Anexo IX do regulamento (EU) 2021/1060.*

5.2.2 Barra de Cofinanciamento

A comunicação dos projetos financiados pelo ALENTEJO 2030, deverá ser feita mediante a utilização da Barra de Cofinanciamento, ou assinatura de referência, onde deverão estar visíveis os três emblemas e mediante a seguinte ordem (Ver ANEXO III):

- ALENTEJO 2030
- PORTUGAL 2030
- UNIÃO EUROPEIA



Os Fundos Europeus mais próximos de si.

A barra de cofinanciamento deverá assumir um papel central em todas as comunicações, desempenhando um papel vital não apenas na ampliação da

visibilidade da marca Alentejo 2030, mas também na projeção das marcas Portugal 2030 e União Europeia.

Este elemento deverá ser o epicentro estratégico da comunicação, destacando de forma proeminente a colaboração entre os diferentes níveis de financiamento.

Ao evidenciar a atenção na barra de cofinanciamento, não só se promove a identidade local representada pelo Alentejo 2030, mas também se reconhece e celebra a parceria entre iniciativas regionais, nacionais (Portugal 2030) e a dimensão continental da União Europeia.

Esta abordagem integrada reforça a mensagem de cooperação e alinhamento de objetivos, contribuindo significativamente para a compreensão clara e abrangente da origem e impacto positivo do financiamento em questão.

5.2.3 Vídeo Institucional e vídeos de divulgação

Os conteúdos em vídeo são cada vez mais estruturantes na comunicação institucional e deverão ser um recurso essencial no Plano de Comunicação do ALENTEJO 2030.

Não só pela sua capacidade de informar, mas também pelo papel crucial que desempenham na construção de uma narrativa visual que reflete a identidade, os valores, os objetivos, os apoios e o público-alvo do Programa.

O vídeo é o formato ideal para captar rapidamente a atenção do público.

O vídeo institucional vai reforçar a credibilidade da marca e facilitar a comunicação de assuntos complexos de forma acessível.

Mais do que um mero complemento à comunicação corporativa, o vídeo institucional visa melhorar a perceção do Programa.

Será planeada a produção de duas versões: uma com o máximo de cinco minutos de duração e outra com menos de um minuto (preferencialmente 30”), adequada para partilha nas redes sociais. Com a influência das redes sociais e plataformas de vídeo

online, este conteúdo tem o potencial de alcançar um público amplo e diversificado, multiplicando o seu impacto.

Num mundo saturado de informações, os vídeos destacam-se, demonstrando resultados positivos em termos de visualizações e partilhas.

Como ferramenta de divulgação, os vídeos proporcionam envolvimento visual e estabelecem uma ligação emocional com o público.

5.2.4 Merchandising

O merchandising contribui para manter a consistência na comunicação, representando um ponto de contato adicional e uma forma adicional de interação, onde a mensagem da marca é reforçada.

O merchandising do ALENTEJO 2030 desempenha várias funções instrumentais na comunicação do Programa:

- Fortalece a identidade da marca ao promovê-la em produtos físicos;
- Estes produtos funcionam como elementos consistentes da marca, aprimorando o seu reconhecimento e permanência na mente do público-alvo;
- Para além disso, funcionam como uma forma de publicidade orgânica, uma vez que aqueles que usam ou exibem esses produtos tornam-se "embaixadores não oficiais da marca", ampliando a divulgação do Programa de maneira autêntica e confiável.

Toda a produção de merchadising deverá seguir as normas de aplicação da marca constantes no manual de identidade da mesma (ver ANEXO II)

5.2.5 Guia de apoio ao beneficiário

Esta é uma boa prática que se mantém de quadros anteriores e que é amplamente apreciada pelos beneficiários, para quem é especificamente desenhada.

Uma vez aprovado um projeto por fundos europeus, cabe cumprir uma série de obrigações e responsabilidades, previstas na diversa regulamentação comunitária e nacional. De forma a apoiar o beneficiário nesta etapa, e no que às obrigações de comunicação diz respeito, está a ser criado o Guia de Apoio ao Beneficiário, que o orienta e apoia nesta área, listando as obrigações de comunicação, e disponibilizando materiais de apoio para aplicação, reforçando a ideia de simplificação e de proximidade.

Serão implementadas ações abrangentes de divulgação e esclarecimento com o objetivo de oferecer suporte aos beneficiários, auxiliando-os na resolução de quaisquer dúvidas que possam surgir durante a leitura das orientações. Além disso, estas iniciativas visam garantir que os beneficiários cumpram integralmente as suas obrigações, com especial enfoque naquelas relacionadas com a comunicação.

O propósito subjacente a essas ações é evitar imprecisões ou, no mínimo, minimizar ao máximo possíveis erros que poderiam resultar em penalizações no financiamento que lhes foi atribuído.

Em última análise, esse esforço de divulgação e esclarecimento visa assegurar que os beneficiários estejam plenamente cientes de suas responsabilidades e possam cumprir os requisitos estabelecidos, garantindo uma utilização eficaz dos recursos financeiros disponíveis no âmbito do programa em questão.

Publicitação do ALENTEJO 2030

A publicitação dos financiamentos é uma responsabilidade partilhada com os beneficiários, nos termos regulamentares previstos, mostrando-se essencial a sua consciencialização para o valor acrescentado de uma boa comunicação dos seus projetos. Serão desenvolvidas ações específicas de sensibilização junto destes, assegurando meios de apoio e esclarecimento adequados.

5.2.6 Plano de avisos e lançamento de avisos

Previsto no ponto 2. do artigo 49º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, bem como no artigo 39.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, o Plano Anual de Avisos corporiza o calendário dos convites para apresentação de propostas previstos para o ano seguinte, atualizado quadrimestralmente, a ser publicitado nos websites do Portugal 2030, dos seus Programas e do Programa FAMI.

Este instrumento, especificamente dirigido aos potenciais beneficiários, permite a cidadãos e empresas conhecer, antecipadamente, quais os próximos avisos a lançar, com **claras vantagens para o planeamento das atividades e investimentos dos que se pretendem candidatar** a apoio dos fundos europeus. Trata-se de um importante instrumento de planeamento, muito mais robusto face ao passado, mais dinâmico e com uma apresentação mais amigável, que contribuirá para uma melhor informação e maior transparência e para potenciar o acesso de todos aos fundos europeus.

O Plano estrutura-se em três quadrimestres, apresentando particular detalhe no primeiro quadrimestre, com informação que permite caracterizar os avisos a publicar, como objetivos, enquadramento estratégico, programático e regulamentar, beneficiários, ações elegíveis, montantes associados e território abrangido.

Sendo em si um poderoso instrumento de comunicação, o Plano Anual de Avisos constitui-se também como o motor para uma série de iniciativas de divulgação e promoção ao seu redor, no momento das suas atualizações.

Os avisos são anunciados nos websites do Portugal 2030 e do ALENTEJO 2030, onde é publicada uma notícia informando sobre cada abertura. Além disso, a divulgação é ampliada por meio de publicações nas redes sociais do Programa.

Com o intuito de fornecer informações aos meios de comunicação, comunicados de imprensa serão também enviados para informar sobre a abertura dos avisos.

5.2.7 Lista de operações aprovadas

Previsto no ponto 3. do artigo 49º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, bem como no artigo 39.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, a Lista de Operações Aprovadas é objeto de publicitação no portal do Portugal 2030, nos websites dos respetivos programas e no portal Mais Transparência.

Embora a atualização obrigatória seja, pelo menos, quadrimestral, o Alentejo2030 tenciona fazer essa atualização trimestralmente, sempre em formato aberto, permitindo a pesquisa e o manuseamento de dados, o que revela a importância dada à transparência e à prestação de contas regulares.

Embora a Lista de Operações Aprovadas não seja, por si só, uma iniciativa de comunicação robusta, é, sem dúvida, uma matéria-prima essencial para promover e divulgar projetos apoiados por fundos europeus, com o objetivo de aumentar a transparência e aproximação à população portuguesa. A partir desta lista, podem ser realizadas várias ações de comunicação, como inaugurações, visitas, divulgação nos órgãos de comunicação social, campanhas editoriais e muito mais.

5.3 Eventos e participações institucionais

5.3.1 Participação em feiras e eventos públicos

A participação em conferências, feiras, exposições, congressos e seminários, com o objetivo de impactar o público-alvo, representa um canal de comunicação essencial.

As feiras e exposições oferecem uma excelente oportunidade para o Programa estabelecer conexões com os beneficiários finais, gerar leads, divulgar suas ações e metas, além de fortalecer a imagem do Programa.

Para assegurar que a presença da marca em feiras e exposições seja eficaz, é fundamental planejar minuciosamente a participação.

O Programa irá estabelecer seus objetivos, identificar os públicos-alvo para cada participação e desenvolver uma estratégia de comunicação adequada.

Essa presença se concretizará por meio das seguintes atividades:

- Montagem de stand institucional com materiais informativos e de divulgação dos apoios;
- Envio de comunicados de imprensa para informar sobre essa presença.

Além disso, a Autoridade de Gestão do ALENTEJO 2030 frequentemente recebe convites para participar em congressos, seminários e outros eventos públicos. Sempre que possível, ela responderá participando com representantes da Autoridade de Gestão do Programa. A participação desses representantes, incluindo membros da Comissão Diretiva e dirigentes intermediários da AG, como palestrantes em congressos, seminários ou debates, é uma forma de comunicação que confere credibilidade e autoridade ao Programa, proporcionando visibilidade direta a um público frequentemente composto por tomadores de decisão políticos e beneficiários dos apoios.

5.3.2 Organização de Eventos

Dentro desta iniciativa, cabem todas as atividades de comunicação para promover oportunidades de financiamento, destacar os resultados alcançados e disseminar informações relacionadas ao programa ALENTEJO 2030. Isso inclui uma ampla gama de eventos, sejam presenciais, online ou híbridos, como apresentações dos programas, sessões informativas direcionadas aos beneficiários e potenciais beneficiários, conferências de imprensa, roadshows, webinars, entre outros.

Estes eventos são planeados de acordo com os objetivos de comunicação específicos e têm como público-alvo pessoas de diversos grupos, dependendo dos objetivos em questão. Servem como uma excelente ferramenta para estabelecer uma comunicação próxima com esses públicos, independentemente de como esses eventos são realizados.

5.4 Outras Ações de Comunicação

5.4.1 Composição do Comité de Acompanhamento do Programa

Previsto no ponto 2. do artigo 39.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, a composição dos comités de acompanhamento é objeto de publicitação no portal do Portugal 2030 e nos websites dos respetivos programas.

Esta é mais uma iniciativa em prol da transparência, disponibilizando ao público a lista nominativa dos membros que acompanham a implementação de cada um dos Programas que atribuem os fundos do Portugal 2030.

5.4.2 Ações de comunicação de mass media

As ações de comunicação de *mass media* são eminentemente dirigidas ao grande público, divulgadas em canais de comunicação de grande alcance, sobre os resultados de aplicação dos fundos e as oportunidades de financiamento, com linguagem clara e acessível.

É sobretudo nestas iniciativas que se aposta para atingir a população portuguesa, mostrando a diversidade de projetos apoiados e os seus impactos no território, na economia e na sociedade, com o objetivo de melhorar a perceção pública sobre a aplicação dos fundos em Portugal e corrigindo perceções sobre a sua gestão e controlo.

É aqui que a lista de operações desempenha um importante papel e que as criações de conteúdo apelativo, com linguagem simples e clara, fazem a diferença na passagem da mensagem da simplificação, da transparência e da proximidade dos fundos europeus. Estas ações poderão ser conteúdos televisivos pagos, parcerias mediáticas, eventos, ou qualquer outro tipo de campanha, que garanta um alcance significativo junto do grande público.

5.4.3 Iniciativa de comunicação anual Portugal 2030

Em complementos às ações de mass media, a existência de uma iniciativa de comunicação anual, de nível nacional, de grande visibilidade e dirigida aos diversos públicos, deverá passar a ser uma ação que marca a agenda dos Fundos Europeus em Portugal, onde todas as Autoridades de Gestão serão chamadas a participar.

Pode vir a ser corporizada numa Semana dos Fundos Europeus, num Roadshow dos Fundos Europeus, numa iniciativa nacional de Prémios dos Fundos Europeus, ou noutra atividade de largo espetro e alcance, que impacte os diversos públicos, constituindo uma oportunidade única no ano para divulgar as oportunidades de financiamento do Portugal 2030 e do Programa FAMI 2030 e os seus resultados.

6. OPERAÇÕES DE IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA

O Regulamento das Disposições Comuns para o período de 2021-2027 introduz um novo procedimento comunicacional relacionado com as designadas Operações de Importância Estratégica. Estas operações caracterizam-se por terem uma natureza de aplicação sistemática, serem inovadoras, de especial relevância no contexto nacional ou regional, serem únicas/especiais, apoiarem um número elevado de destinatários e/ou terem uma dimensão financeira significativa.

Pela sua importância, a Comissão entende que devem ser organizados eventos ou atividades de comunicação que assegurem a sua divulgação e promoção, envolvendo a Comissão e a autoridade de gestão responsável.

Essa responsabilidade está prevista no artigo 50.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, e compete aos beneficiários. Cabendo ao Estado Membro, e à respetiva autoridade de Gestão, garantir a sua concretização. **A organização destas iniciativas de comunicação será levada a cabo em estreita articulação entre todos os envolvidos, e a sua ampla divulgação, junto dos cidadãos, terá um contributo significativo para alcançar os objetivos definidos neste plano, permitindo, simultaneamente, construir um *portfolio* de casos de sucesso do Portugal 2030 em todo o território e nas diversas áreas de atuação.**

Esta iniciativa é uma das mais impactantes, na medida em que tem por objetivo atingir sobretudo a população portuguesa e os *opinion makers*, dando ênfase ao eixo da proximidade da transparência, e contribuindo para o objetivo do aumento da notoriedade e da melhoria da perceção pública.

6.1 Lista de Operações

No âmbito do Alentejo 2030 a lista de Operações de Importância Estratégica prevista é a seguinte:

6.1.1 Ferrovia – OP3

- Linha do Alentejo (Troço Casa Branca-Beja)
- No troço Casa Branca – Beja será assegurada a circulação de comboios de tração elétrica e instalados sistemas de sinalização, controlo, comando e telecomunicações.
- *A executar entre 2021 e 2027.*

6.1.2 Digitalização - Instalação de redes de banda larga – OP1

- Instalação, gestão, exploração e manutenção de redes de comunicações eletrónicas de capacidade muito elevada: Infraestruturas digitais de banda larga (fixa e móvel) seguras.
- *A executar entre 2021 e 2027.*
- No caso deste tipo de ação, a AG determinará conjunto das operações de importância estratégica após a seleção das operações

6.1.3 Inovação Social – OP4

- Visa o apoio ao empreendedorismo e inovação social, nomeadamente, através do desenvolvimento e implementação de parcerias para a inovação social; apoio aos centros locais ou regionais para dinamização dos ecossistemas de inovação e empreendedorismo social.
- *A concretizar entre 2023 e 2027.*
- No caso deste tipo de ação, a AG determinará conjunto das operações de importância estratégica após a seleção das operações

6.1.4 Comunidades de Energia Renovável – OP2

- No âmbito dos recursos e ativos regionais importa referir a forte irradiação solar e o que isso representa em termos de capacidade de produção energética distribuída e autoconsumo.
- *A concretizar entre 2021 e 2027.*
- No caso deste tipo de ação, a AG determinará conjunto das operações de importância estratégica após a seleção das operações

6.1.5 ITI CIM – OP5

- Contratos para o Desenvolvimento e Coesão Territorial, celebradas com 5 CIM, apoiando estratégias integradas sub-regionais (NUTIII) e respetivos planos de ação ancorados em 3 eixos Estratégicos.
- *A concretizar entre 2023 e 2027.*
- No caso deste tipo de ação, a AG determinará conjunto das operações de importância estratégica após a seleção das operações

6.1.6 Diversificação económica – FTJ

- Programas de qualificação e requalificação para a diversificação, requalificação/upskilling dos trabalhadores.
- *A concretizar entre 2023 e 2027.*
- No caso deste tipo de ação, a AG determinará conjunto das operações de importância estratégica após a seleção das operações.

6.2 Critérios de Seleção

Relativamente aos critérios que serão utilizados no processo de seleção das operações de importância estratégica, que, por sua vez, irão definir as operações que serão alvo de um processo de comunicação de acordo com o referido no ponto anterior, estes serão desenvolvidos pela Autoridade de Gestão do Alentejo 2030 e colocados à consulta do Comité de Acompanhamento.

Posteriormente, os critérios aprovados serão integrados e revistos no contexto do Plano de Comunicação em vigor garantido que os processos de seleção e comunicação de operações de importância estratégicas permanecerão alinhados com os objetivos dinâmicos do Programa.

7. AÇÕES DE CAPACITAÇÃO

As ações de capacitação surgem no âmbito do Roteiro para a Capacitação dos Fundos, e têm em vista capacitar atores chave do ecossistema dos Fundos para um melhor desempenho nas suas áreas de atuação.

7.1 Capacitação comunicação social

As ações de capacitação da comunicação social sobre os Fundos, são especificamente dirigidas a jornalistas de órgãos de comunicação social nacionais e regionais, que acompanham a aplicação dos fundos europeus nas suas diversas áreas de apoio.

O grande objetivo desta iniciativa é capacitar estes atores chave na difusão pública de mensagens quanto a temas mais complexos do funcionamento dos fundos europeus em Portugal, explicando-os de forma pedagógica, e contribuindo assim para o combate à desinformação e para a construção de uma opinião pública mais esclarecida.

7.2 Capacitação key stakeholders

Estas sessões de capacitação dirigem-se aos designados atores políticos sobre os Fundos, como funcionários e responsáveis públicos que acompanham os fundos europeus.

Esta capacitação vai permitir robustecer o entendimento dos princípios de programação e dos seus objetivos, aproximando o desenho de projetos nas suas áreas aos objetivos de política definidos para o Portugal 2030, garantindo uma aplicação mais robusta e afinada deste quadro comunitário.

7.3 Capacitação da rede

Esta iniciativa do âmbito do Roteiro da Capacitação dos Fundos, é especificamente dedicado a todos os que trabalham na área da comunicação das entidades do Portugal 2030 e do Programa FAMI, consubstanciando-se em ações de formação ou capacitação regulares, na área da comunicação, de forma a capacitar os que trabalham nesta área, garantindo que estão sempre atualizados relativamente às últimas tendências e instrumentos disponíveis, melhorando a qualidade do seu trabalho e maximizando os seus resultados.

8. ORÇAMENTO INDICATIVO

A dotação indicativa afeta à comunicação par a duração do Programa ascende a 3 M€ (três milhões de euros).

Este orçamento será suportado entre a Assistência Técnica do ALENTEJO 2030.

9. AUTORIDADE DE GESTÃO

- Programa Regional do Alentejo 2021-2027 (ALENTEJO 2030)
- Av. Eng. Arantes e Oliveira, 193
- 7004-514 Évora
- Tel: +351 266 740 300
- Fax: +351 266 706 562
- alentejo2030.gabcd@ccdr-a.gov.pt

10. ANEXOS

- ANEXO I – Plano de Ações de comunicação
- ANEXO II – Manual de Identidade ALENTEJO 2030
- ANEXO III – Barra de Cofinanciamento

10.1 ANEXO I – Plano de Ações de Comunicação

Ações	Periodicidade																				Indicadores							
	2023				2024				2025				2026				2027				Métrica	Meta					2028	2029
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Website Alentejo 2030				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Visitas	35 000	40 000	45 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Redes Sociais Alentejo 2030				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Seguidores	6 500	7 000	7 500	8 000	8 500	8 500	8 500
Newsletter Alentejo 2030				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Subscritores	1 800	2 000	2 250	2 500	2 750	2 750	2 750
Plano Anual de Avisos				x		x	x	x		x	x	x		x	x	x		x	x	x	N.º de atualizações	2	3	3	3	3	3	3
Lista de operações aprovadas				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	N.º de atualizações	1	4	4	4	4	4	4
Composição dos CA dos Programas				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Publicado? Sim = 1/ Não = 0	1	1	1	1	1	1	1
Guia de apoio ao beneficiário			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Publicado? Sim = 1/ Não = 0	1	1	1	1	1	1	1
Ações de comunicação de mass media * (publicidade, parcerias mediáticas ou outras)				x		x		x		x		x		x		x		x		x	N.º de ações		2	2	2	2	2	2
Eventos (divulgação de resultados e oportunidades de financiamento)					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Nº de eventos		4	4	4	4	4	4
Operações de Importância Estratégica								x				x				x				x	N.º de iniciativas		1	1	1	1	1	1
Relações Públicas				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Nº de notícias							
Capacitação comunicação social *				x		x		x		x		x		x		x		x		x	N.º de ações	1	2	2	2	2	0	0
Capacitação key stakeholders *				x				x				x				x				x	N.º de ações		1	1	1	1	0	0
Capacitação da Rede *				x				x				x				x				x	N.º de ações	1	1	1	1	1	0	0
Avaliação												x								x	N.º de avaliações/ estudos realizados			1		1		

ANEXO II – Manual de Identidade



Um guia visual
de identidade





Um ciclo representado

Tudo o que envolve a marca visualmente deve falar por si. O Programa 2030 é uma marca que representa a essência do Alentejo. Preservamos a história e as tradições e rodeamo-nos de tecnologia e pessoas para tornar o Alentejo melhor.



Guia Visual de Identidade **Alentejo2030**



Logotipo

Descritivo

Logotipo

Este é o logotipo. A versão principal deve ser utilizada sempre que possível. O resultado entre tipografia e cores atua como rosto da marca e foi concebido para ser único e inconfundível.

Dimensões Mínimas

Para preservar a legibilidade da identidade foram definidas dimensões mínimas para impressão e digital.

Impressão		Altura 11mm		Altura 28 mm		Altura 5mm
						Altura 10mm
Digital		Altura 35px		Altura 80 px		Altura 14px
						Altura 27px

Versão
 principal
 Completa

 Versão
 Especial
 Sem Gradiente

 Versão
 Secundária
 Sem descritivo


Várias Versões

O programa deve ser comunicado na cor e formato principal e original. Quando não for possível, ou caso outra variante do logotipo em forma e cor beneficie o resultado estético, sugerimos utilizar outra combinação que não a principal. Todas as versões têm uma utilização a negativo ou positivo.

 Exemplo:
 Negativo

 Exemplo:
 Positivo

 Guia Visual de Identidade **Alentejo2030**

Versões premium

Quando a finalidade beneficiar de um logotipo mais exclusivo, pode ser utilizada a versão do logotipo em dourado, prateado, ou outra que mantenha a legibilidade do mesmo.



Guia Visual de Identidade **Alentejo2030**



Versão cromática principal
Digital



C99 M72 Y9 K0 R0 G78 B48 #004C94	C82 M5 Y0 K0 R85 G188 B238 #55BCEC
C0 M54 Y88 K0 R241 G138 B4 #F18A04	C0 M4 Y98 K0 R255 G250 B0 #FFEB00
C81 M41 Y100 K40 R46 G85 B37 #2E5525	C77 M0 Y100 K0 R40 G167 B55 #28A737
C18 M21 Y98 K3 R212 G183 B0 #D48700	C0 M18 Y80 K0 R255 G213 B121 #FFD579
C100 M91 Y43 K45 R29 G36 B67 #1D2443	
C78 M0 Y100 K0 R40 G167 B55 #28A737	

Versão cromática Especial
Pantone Offset



Pantone Cyan C	Pantone Yellow C	Pantone 354 C
Pantone 1215 C	Pantone 655 C	Pantone 802 C



Área de segurança

Garantir que o logotipo continua legível no meio de informação é fundamental. Não é permitida a utilização sem qualquer margem de segurança, uma vez que o mesmo deve respirar e destacar-se de qualquer ruído visual.

A margem aqui estipulada deve ser aumentada sempre que possível.

Guia Visual de Identidade **Alentejo2030**



Fundos sólidos

Quando o logotipo é utilizado sobre cores, deve ser pensada uma utilização que preserve contraste e leitura. Consoante a tonalidade do fundo, deve ser feita uma avaliação de legibilidade da marca.



Guia Visual de identidade **ALENTEJO2030**



Fundos complexos

A aplicação da identidade sobre fundos complexos, tanto fotográficos como padrões, deverá respeitar os parâmetros de legibilidade até aqui estipulados. Deve existir contraste suficiente entre o fundo e a marca, sendo importante dar preferência a fundos com manchas planas. Sobre fundos complexos, é aconselhado o uso das versões negativas e positivas.



Guia Visual de Identidade Alentejo2030



Utilização de uma cor não oficial.



Utilização de contornos.



Deformação do formato original.
 *Deve ser utilizada a tecla **shift** quando for necessário alterar a dimensão do logotipo.



Alterar proporção entre logotipo e descrição.



Utilização de sombras.

Alentejo 2030

Utilização da marca escrita numa fonte como logotipo.

Incorreções

São aqui demonstrados alguns dos exemplos mais frequentes de como não é permitido utilizar o logotipo do programa 2030.



Guia Visual de Identidade **Alentejo2030**

	Regular	Itálico	
THIN	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	<h1>Tipografia Institucional</h1> <p>Poppins</p> <p>Está é a tipografia que deve ser utilizada em todos os conteúdos a acompanhar a imagem do programa Alentejo 2030.</p>
EXTRALIGHT	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	
LIGHT	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	
REGULAR	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	
MEDIUM	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	<h1>Tipografia secundária</h1> <p>Se não for possível utilizar a tipografia institucional, deve ser utilizada a font Arial.</p>
SEMIBOLD	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	
BOLD	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	
EXTRABOLD	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	
BLACK	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789! "%&'()*=+	

Guia Visual de Identidade Alentejo2030

10.2 ANEXO III – Barra de Cofinanciamento

10.2.1 Modelos de barras de cofinanciamento (cores)



**Cofinanciado pela
União Europeia**

Os Fundos Europeus mais próximos de si.



**Cofinanciado pela
União Europeia**

Os Fundos Europeus mais próximos de si.

10.2.2 Modelos de Barra de Cofinanciamento (Negativo/Branco)



10.2.3 Modelos de Barra de Cofinanciamento (Preto)



**Cofinanciado pela
União Europeia**

Os Fundos Europeus mais próximos de si.



**Cofinanciado pela
União Europeia**

Os Fundos Europeus mais próximos de si.

11. Links úteis:

[Guia de Regras de Visibilidade da União Europeia](#)

[Gerador online de criador de painéis, placas e cartazes, mediante o preenchimento das informações acerca do projeto](#)

[Toolkit – Operações de Importância Estratégica](#)