



Programa Inovação e Transição Digital



Plano de Comunicação



Cofinanciado pela
União Europeia

Ficha técnica

Título: Plano de Comunicação COMPETE 2030

Editor: Unidade de Comunicação | Autoridade de Gestão do COMPETE 2030

Edifício Expo 98 Av. D. João II, Lote 1.07.2.1 3.º Piso | 1998-014 Lisboa

(+351) 211 548 700 | (+351) 211 548 799

Website: www.compete2030.gov.pt

Elaboração: Unidade de Comunicação

Controlo de versões:

| Versão | Data de Reporte | Data de Aprovação | Descrição |
|---------|------------------------|------------------------|---|
| N.º 1.1 | 24 de novembro de 2023 | 14 de dezembro de 2023 | Aprovada pelo Comité de Acompanhamento, por procedimento de consulta escrita. |

Índice

| | |
|---|----|
| Siglas e Abreviaturas | 3 |
| 1. Introdução | 4 |
| 2. Enquadramento..... | 6 |
| 3. Diagnóstico | 8 |
| 4. Público-alvo e Segmentação | 13 |
| 5. Identidade COMPETE 2030 | 14 |
| 5.1 Normas Gráficas da Marca COMPETE 2030 | 15 |
| 6. Plano de Comunicação | 17 |
| 6.1. Objetivos | 17 |
| 6.2. Meios..... | 19 |
| 6.3. Ações de Comunicação..... | 21 |
| 7. Programação Financeira Indicativa | 28 |
| 8. Monitorização e Avaliação | 29 |
| 9. Entidades Intervenientes no Plano de Comunicação | 32 |
| 10. Regras de Informação e Comunicação | 34 |
| 11. Operações de Importância Estratégica..... | 35 |
| 12. Rede de Comunicação Portugal 2030..... | 36 |

Siglas e Abreviaturas

AD&C – Agência para o Desenvolvimento e Coesão

AG - Autoridade de Gestão

CA - Comité de Acompanhamento

CCP - Código dos Contratos Públicos

EC - Estratégia de Comunicação

FSE+ - Fundo Social Europeu +

IEFP - Instituto do Emprego e Formação Profissional

INE - Instituto Nacional de Estatística

ISS - Instituto da Segurança Social

PDQI - Programa Demografia, Qualificações e Inclusão

PEC - Plano Estratégico de Comunicação

PEDS - Pilar Europeu dos Direitos Sociais

PGA PT2030 - Plano Global de Avaliação do Portugal 2030

PGC PT 2030 - Plano Global de Comunicação do PT 2030

POCH - Programa Operacional Capital Humano

POISE - Programa Operacional Inclusão Social e Emprego

PT2020 - Portugal 2020

PT2030 - Portugal 2030

1. Introdução

A estratégia de comunicação do Programa Inovação e Transição Digital – COMPETE 2030, tem como principal objetivo apresentar os eixos e as linhas de orientação para todas as iniciativas, canais e quaisquer oportunidades de interação entre a marca, a organização e a grande diversidade de públicos.

A comunicação é uma área estratégica em qualquer organização, promovendo mais oportunidades para que as marcas espelhem a sua missão e alcancem o suporte dos seus *stakeholders* para o cumprimento dos seus objetivos. O Plano de Comunicação do COMPETE 2030 pretende, em linha com a sua missão, fomentar um ambiente propício para o crescimento e desenvolvimento das empresas portuguesas, alinhando-se com os objetivos estratégicos da União Europeia e do Governo português.

A estratégia apresentada neste documento é um componente relevante do Sistema de Gestão e Controlo, que procura promover uma abordagem inclusiva e informada sobre os Fundos Europeus e os seus benefícios para a inovação e a competitividade das empresas portuguesas. Através do desenvolvimento da estratégia e implementação do Plano de Comunicação, o COMPETE 2030 visa alcançar um público mais amplo, aumentar a notoriedade dos Fundos Europeus e reforçar a importância da inovação e da dupla transição para a competitividade e sustentabilidade do setor empresarial português.

Através de uma comunicação clara e acessível, a estratégia de comunicação do COMPETE 2030 contribuirá para o sucesso e impacto positivo deste Programa no panorama empresarial nacional. Alinhado com a estratégia do Portugal 2030, o presente Plano assume um conjunto de medidas condutoras para uma comunicação global.

O Plano de Comunicação do COMPETE 2030 integra ações para concretizar e reforçar:

- A missão e objetivo da organização;
- A segmentação e posicionamento;
- A marca COMPETE 2030;

- A estratégia de comunicação para beneficiários, potenciais beneficiários e público em geral;
- As prioridades de comunicação e as ações de comunicação de largo espectro implementadas à escala nacional;
- As medidas destinadas a informar os potenciais beneficiários sobre as oportunidades de financiamento e a forma de tornar acessível aos cidadãos a informação sobre a aplicação dos Fundos Europeus;
- As oportunidades para maximizar sinergias em matéria de comunicação e de publicitação entre Programas;
- A identificação da equipa técnica que vai desenvolver e aplicar a estratégia.

A proposta apresentada diz respeito ao período 2021-2027, independentemente dos necessários ajustamentos anuais, e organiza-se em seis pontos principais:

- Enquadramento;
- Marca COMPETE 2030;
- Programação Financeira Indicativa;
- Monitorização e Avaliação;
- Entidades Intervinentes;
- Regras de Informação e Comunicação.

2. Enquadramento

O presente Plano de Comunicação considera a estratégia de comunicação do Portugal 2030 e a necessária articulação com aquela, conforme fixado no artigo 38.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, que estabelece o Modelo de Governação do Portugal 2030.

A comunicação do COMPETE 2030 atua alinhada com os pressupostos e desafios elencados no âmbito do plano alargado da Rede de Comunicação do Portugal 2030, previsto no artigo 30.º, bem como no artigo 48.º, do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021.

O princípio geral de distinção atribuí à estratégia global de Comunicação do Portugal 2030 todas as iniciativas de âmbito transversal aos vários Programas e Fundos Europeus - sem prejuízo da abordagem de temas específicos e à estratégia de comunicação de cada Programa, com o foco exclusivo nas suas ações, em particular as que se dirigem aos seus beneficiários e/ou destinatários finais.

O Plano encontra-se igualmente alinhado com a visão, missão e objetivos estratégicos do COMPETE 2030, na medida em que a comunicação, interna e externa, é um fator de otimização do trabalho de toda a organização.

Visão

A Autoridade de Gestão (AG) do COMPETE 2030 ambiciona ser uma **entidade de referência no apoio à competitividade das empresas**, impulsionando a transformação estrutural da economia portuguesa e a melhoria do seu perfil de especialização, contribuindo para **um Portugal mais competitivo, mais verde e mais social**. Até 2027, o COMPETE 2030 pretende continuar a estimular a inovação, o desenvolvimento de atividades intensivas em conhecimento e tecnologia, a capacitação e a qualificação das empresas, dos empresários e dos seus trabalhadores, a sustentabilidade e a capacidade de resposta à dupla transição digital e energética, fomentando simultaneamente a orientação exportadora das PME e a sua integração em cadeias de valor globais. Para o efeito, propõe-se apoiar o desenvolvimento de projetos de

elevado impacto, de natureza inovadora e qualidade reconhecida, com foco em setores expostos à concorrência internacional, que contribuam para o crescimento verde e sustentável e fomentem a coesão territorial, incidindo em especial nas regiões Norte, Centro e Alentejo.

Esta visão traduz-se no seguinte mote:

[COMPETE 2030, a transformar o futuro.](#)

Mote que poderá ser reforçado, em alguns contextos e materiais, pela mensagem:

[Por um Portugal mais competitivo, mais verde e mais social.](#)

Missão e propósito

A AG do COMPETE 2030, conforme definido no n.º 1 do Mapa II do Anexo à Resolução do Conselho de Ministros n.º 14/2023, de 10 de fevereiro, tem por missão a gestão, o acompanhamento e a execução do Programa Temático Inovação e Transição Digital, de acordo com os objetivos e resultados definidos no texto do Programa aprovado pela Comissão Europeia, com observância das regras de gestão constantes da legislação europeia e nacional aplicável, exercendo ainda as competências previstas no Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, nomeadamente as previstas no artigo 15.º e na alínea b) do n.º 3 do artigo 72.º, no que respeita ao encerramento do Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (COMPETE 2020).

Sem prejuízo da orientação estratégica global da comunicação do Portugal 2030, o COMPETE 2030 reforça a opção por diferentes processos de comunicação, direcionados aos diversos públicos, adaptando o conteúdo a cada um destes, através de uma estratégia multicanal, disponibilizando conteúdo de comunicação, em canais modernos e acessíveis, que responda ou esteja alinhado com os objetivos dos *stakeholders*, inspirando e promovendo relações duradouras.

Esta posição estratégica pretende responder aos desafios atuais de um *VUCA world*, acrónimo inglês para descrever o atual ambiente económico mundial de volatilidade, incerteza, complexidade e ambiguidade. Assim, a escolha dos canais e a definição do conteúdo tem sempre em consideração a sua utilidade e o contributo para um diálogo aberto e transparente que promova a estratégia e pensamento crítico dos nossos públicos através do maior conhecimento dos Fundos Europeus.

3. Diagnóstico

No período correspondente à programação do anterior Quadro (Portugal 2020), destacam-se os seguintes marcos e contributos para a estratégia de comunicação do COMPETE 2030:

Alinhamento interno do COMPETE com os valores e missão organizacionais.

A marca do Programa anterior (COMPETE 2020) definiu critérios e regras claras da sua aplicação que permitiram que os colaboradores do COMPETE conhecessem as melhores práticas para a correta utilização da marca e das mensagens-chave que deveriam aplicar nos diferentes contextos formais e informais, promovendo a coerência e a força da perceção pública da organização.

Assessoria de Imprensa

O contacto com os órgãos de comunicação social é uma das áreas em desenvolvimento. No anterior Programa foram realizadas diversas iniciativas onde o foco esteve no apoio aos projetos cofinanciados visando a divulgação dos seus resultados na imprensa. Um trabalho visível nos resultados da mancha noticiosa (*clipping*) que esteve sempre nos primeiros lugares entre os diferentes Programas. A aposta atual é da continuidade deste trabalho e reforço na deteção de oportunidades para promover na comunicação social as mensagens-chave do Programa e dos seus principais intervenientes, realçando a importância dos Fundos Europeus.

Crescimento e afirmação dos canais digitais.

Site: um canal fundamental na estratégia de comunicação do COMPETE 2030, funcionando como agregador de informação e ponto de contacto com diversos *stakeholders*. O *site* do COMPETE 2020 foi ganhando maior relevância ao longo do Programa e, em 2023, é um reportório relevante de documentação, notícias, eventos e divulgação de avisos para apresentação de candidaturas. A prioridade atual tem sido a estratégia e desenho do *site* do COMPETE 2030, com o foco na melhoria da experiência do utilizador, na otimização para motores de busca (SEO) e no estudo da integração de funcionalidades ligadas à inteligência artificial (IA). Estas iniciativas vão permitir um acesso mais fácil e intuitivo a dados relevantes, promovendo a disseminação de informação e mantendo a regularidade da interação com os *stakeholders*. O *site* é uma ferramenta essencial

para o registo de informação oficial, para a prossecução de uma comunicação eficaz, para garantir a transparência dos apoios, e desempenha um papel essencial para a promoção dos objetivos do COMPETE 2030.

Redes sociais: o crescimento das redes sociais do COMPETE 2030 está alinhado com o papel fundamental deste canal no contacto com *stakeholders* e a amplificação do alcance das iniciativas.

LinkedIn: com mais de 38.000 seguidores, esta é a principal rede de contacto, por se tratar de uma plataforma dirigida a profissionais, que permite a construção e manutenção de uma rede sólida de *stakeholders*, incluindo empresas, líderes de negócios, empreendedores, entidades não empresariais do sistema de inovação e investigação, associações empresariais, e outros parceiros relevantes, nacionais e internacionais, para as iniciativas.

Facebook: com mais de 31.000 seguidores, esta rede social continua a ser um canal relevante para o COMPETE 2030 no contacto diário com uma ampla base de utilizadores. No entanto, o Facebook tem vindo a perder a sua atratividade junto da população mais jovem e ativa, público que privilegia outras redes de conteúdo mais dinâmico. Apesar do registo da diminuição de envolvimento da população mais jovem, este canal mantém um grande número de utilizadores e permanece uma ferramenta eficaz para o contacto com potenciais beneficiários, parceiros ou outros públicos.

Twitter: com mais de 2.290 seguidores, esta é uma plataforma relevante devido ao seu papel fundamental na interação com parceiros estratégicos, nomeadamente a Comissão Europeia e a imprensa. Ainda que o número de seguidores e a taxa de crescimento sejam residuais, continua a ser uma rede relevante para a estratégia de comunicação.

YouTube: com 92 subscritores, este canal funciona como repositório de conteúdo e base para a posterior divulgação nos restantes canais. Para aumentar a visibilidade e interação, a aposta tem sido no investimento na produção de conteúdo de alta qualidade otimizando as descrições e as palavras-chave para melhorar a posição dos vídeos entre os resultados de pesquisa online, promover conteúdo em parceria e com a participação de convidados relevantes. Ao incentivar a interação e a subscrição nos restantes canais digitais, o canal promove o crescimento de uma comunidade de seguidores ativa, fortalecendo assim sua presença e impacto.

Newsletter: com uma base de dados de perto de 11.000 contactos, a newsletter semanal dedicada a apresentar os projetos apoiados pelo COMPETE 2020 foi fundamental para promover o sucesso do Programa anterior. Com o início do Programa atual, o investimento tem sido na expansão do âmbito dos conteúdos da *newsletter* para que esta possa manter a relevância, numa aposta na divulgação de projetos cofinanciados e em oportunidades de apoio, em novos formatos multimédia e de informação prática. A inclusão de conteúdo multimédia e de informação prática/útil/simplificada atrai uma audiência mais ampla, demonstrando o compromisso contínuo do Programa na partilha de dados que são valorizados pelos seus *stakeholders*. A newsletter adapta-se, desta forma, às mudanças no ambiente de comunicação e permite manter o COMPETE 2030 relevante e atraente para um público cada vez mais diversificado.

Reforço da notoriedade dos Fundos Europeus, da Comissão Europeia e do COMPETE 2030.

Os resultados de vários estudos indicam que um número significativo de portugueses já ouviu falar de projetos cofinanciados pela União Europeia nas suas regiões, com a maioria a referir compreender o impacto positivo destes para o desenvolvimento local. Ainda assim, a maioria dos inquiridos reconhece manifesta preocupação para com a falta de controlo e transparência na sua gestão. Destaque ainda para a crítica à burocracia e complexidade dos procedimentos relacionados com os Fundos Europeus.

Estes dados revelam que, apesar do caminho já percorrido, existe espaço para melhorar o reconhecimento dos projetos apoiados, especialmente considerando que esse reconhecimento está relacionado com a perceção positiva sobre o seu impacto nas comunidades locais.

- [Eurobarómetro](#) [estudo sobre “Conhecimento e perceções 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 [2021](#) revelam idêntica tendência, com 38% e 42%, respetivamente, da amostra portuguesa a revelar ter 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.

- [Sondagem Uso dos Fundos Europeus](#) [“Os fundos europeus e as políticas públicas em Portugal”, apresentada em outubro de 2021 pelo IPPS-ISCTE]

A maioria dos portugueses revelam um grande desconhecimento e distanciamento sobre o modo como os fundos são utilizados e fazem um balanço moderadamente positivo do impacto dos fundos estruturais em Portugal.

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.

- Barómetro [Perceção Pública sobre FEEI, Portugal 2020 e Portugal 2030, de maio de 2023]

Da amostra representativa da população portuguesa inquirida, **89% entende que os fundos da União Europeia têm contribuído para o desenvolvimento do país.**

32% acreditam que os fundos foram investidos em setores que estavam necessitados.

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, 68% já ouviu falar e, desses, 75% tem uma opinião favorável de 3,5, numa escala de 1 a 5.

- [Inquérito](#) [fevereiro de 2022, promovido pela Associação de Consultores, sobre o “Balanço dos Fundos Comunitários Europeus Portugal 2020”]

Críticas apontadas à burocracia e à complexidade dos fundos europeus.

Os inquiridos encontraram, em termos gerais, complexidade, baixa qualidade e morosidade em quase todos os procedimentos e serviços relativos às candidaturas do Portugal 2020.

54% revela 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.

- Para a notoriedade das marcas COMPETE 2020 e COMPETE 2030, no estudo **Barómetro de Perceção Pública sobre FEEI / Portugal 2020 e Portugal 2030**, de maio de 2023, é evidenciado o destaque entre os Programas (conferir imagens abaixo).



Figura 1 | Estudo Notoriedade, Conhecimento e Opinião | Programas do Portugal 2020



Figura 2 | Estudo Notoriedade, Conhecimento e Opinião | Programas do Portugal 2030

4. Público-alvo e Segmentação

O público-alvo da estratégia de comunicação espelha a visão alargada do ecossistema dos Fundos Europeus e é composto pelos interlocutores mais frequentes, mas também aqueles com quem a interação é fundamental para a concretização da missão.

Em simultâneo e com igual relevância, destacam-se outros públicos com elevado impacto na atividade em diferentes momentos do Programa.

Assim:

Público-principal:

- Atuais beneficiários;
- Potenciais beneficiários, como são as entidades com intenções de investimento nas regiões de convergência elegíveis ao Programa;
- Organismos Intermédios;
- Público interno COMPETE 2030;
- Comissão Europeia;
- Comunicação social nacional e regional.

Outros públicos:

- Entidades do Portugal 2030, nomeadamente os Programas Regionais e temáticos;
- *Opinion makers*;
- Administração pública;
- Decisores políticos e institucionais;
- Outros *stakeholders* COMPETE 2030;
- Parceiros Institucionais nacionais e regionais;
- Parceiros sociais;
- Setor corporativo e entidades do terceiro setor;
- População portuguesa no geral.

5. Identidade COMPETE 2030

O COMPETE 2030 é um dos 12 Programas que vão operacionalizar o Portugal 2030, durante o período de 2021 a 2027.

A marca foi desenhada para que refletisse os objetivos do Programa, mantendo a sobriedade e agindo como elemento agregador das diferentes iniciativas neste período.

O logótipo do COMPETE 2030 é uma evolução natural da marca anterior, mantendo os seus elementos mais distintivos (nome e esfera), com o reforço da modernidade e dinamismo. Ao mesmo tempo, mantém a simplicidade e plasticidade para que possa ser integrada em diferentes materiais gráficos, físicos e digitais.

O tipo de letra do logo é sem serifa e arredondada, o que o torna mais atual e relevante devido à sua simplicidade e modernidade, refletindo uma estética limpa e contemporânea, adequada às tendências de design atuais. O azul é a cor principal associada ao ambiente institucional e corporativo, à confiança e à versatilidade.

O monograma é uma esfera de faixas horizontais sobrepostas que espelha ciclos dinâmicos de conhecimento, de pessoas, de produtos e serviços. Este transmite perceções positivas de: expansão, movimento, conexão, eficiência, robustez.

As suas cores identificam a ligação à Comissão Europeia (azul) e ao Portugal 2030 (as cores da bandeira nacional), mas também caracterizam e são utilizadas para ilustrar as áreas de impacto social, verde e competitividade.

Para além da cor azul supramencionada, as cores secundárias promovem a associação visual a diferentes significados do atual contexto do Programa:

- Verde: renovação, perseverança e consciência ambiental;
- Vermelho: dinamismo, audácia e entusiasmo;
- Amarelo: otimismo e energia;
- Cinzento: tecnologia, inovação e conhecimento.

O movimento das linhas da esfera é ascendente, numa relação com a excelência, o crescimento e a audácia.

5.1 Normas Gráficas da Marca COMPETE 2030

- A marca



Figura 3 | Logo na versão principal - vertical



Figura 4 | Logo na versão secundária - horizontal

- Tipografia

Como tipografia complementar aos materiais de comunicação da marca COMPETE 2030, deve ser utilizado o tipo de letra **Nizzoli** nos estilos Light, Regular e Bold.

- Universo cromático

O logótipo é apresentado na opção preferencial a cores, sendo que a quadricromia é o processo de reprodução de cores mais usado e recomendado.

| | | | | | |
|----------------|--|--|---|--|---|
| CMYK |  C - 100 M - 79 Y - 5 K - 0 |  C - 0 M - 0 Y - 0 K - 50 |  C - 2 M - 87 Y - 85 K - 0 |  C - 75 M - 0 Y - 100 K - 0 |  C - 0 M - 45 Y - 95 K - 0 |
| PANTONE |  Pantone REFLEX BLUE CV |  Pantone cool grau 7 |  Pantone 179 |  Pantone 361 |  Pantone 157 |
| RGB |  R - 22 G - 65 B - 148 |  R - 157 G - 157 B - 156 |  R - 228 G - 60 B - 47 |  R - 61 G - 174 B - 47 |  R - 246 G - 161 B - 24 |

Figura 5 | Universo cromático do logo

- Monocromia

O logótipo do COMPETE 2030 pode, em alternativa, ser representado a uma cor. Esta versão só deve ser usada quando houver limitações ao uso da cor ou quando a técnica de reprodução o exija, salvaguardando sempre a boa legibilidade do logótipo.



Figura 6 | Versão monocromática do logótipo

- Barra de cofinanciamento

A publicitação dos apoios faz-se mediante a utilização da barra de cofinanciamento ou assinatura de referência, em que os logótipos devem estar visíveis e obedecer à seguinte sequência da esquerda para a direita:

- COMPETE 2030
- PORTUGAL 2030
- UNIÃO EUROPEIA



Figura 7 | Barra de cofinanciamento

6. Plano de Comunicação

O Plano de Comunicação do COMPETE 2030 integra objetivos e ações específicas para o Programa, em estreita complementaridade com os objetivos comuns da estratégia global de comunicação do Portugal 2030.

6.1. Objetivos

- **Aumentar a visibilidade e notoriedade do COMPETE 2030**, alinhado com os objetivos do Portugal 2030 e da Comissão Europeia;
- **Reforçar a perceção positiva do COMPETE 2030 e da aplicação dos Fundos Europeus em Portugal**;
- **Simplificar a perceção do acesso aos Fundos Europeus em Portugal**;
- **Melhorar a compreensão pública sobre a gestão dos Fundos Europeus em Portugal**.
- **Aumentar as oportunidades da interação com os *stakeholders*, através da aposta em eventos, conteúdos e canais que correspondam às expetativas setoriais, regionais e outras**;
- **Conquistar novos públicos de diferentes setores, mas também nas camadas mais jovens da sociedade**, através da aposta em novos formatos de comunicação e na integração de novos canais digitais;
- **Contribuir ativamente para a coordenação e complementaridade entre os diversos canais de informação do Portugal 2030**;
- **Relevar o papel da União Europeia, destacando o valor acrescentado dos Fundos Europeus e do COMPETE 2030 para a economia portuguesa**;
- **Promover o sentido de pertença à União Europeia e o valor acrescentado da participação dos Fundos Europeus no crescimento da economia nacional**;
- **A proteção dos direitos fundamentais na União Europeia**, através da proativa implementação de melhorias nos canais que promovam a inclusão e a acessibilidade por todas as pessoas. Especial destaque para a publicação de conteúdos digitais inclusivos e

acessíveis para as pessoas com deficiência. Maior critério e atenção na escolha de parceiros e fornecedores que privilegiem os mesmos direitos;

- **Promover as iniciativas e conteúdo editorial nas áreas de intervenção prioritárias do Programa;**
- Estímulo à **Inovação e Competitividade**, comunicando as iniciativas que promovem a inovação e a competitividade da economia, destacando os investimentos em investigação, desenvolvimento e tecnologia que impulsionam o crescimento económico, a criação de emprego qualificado e a participação ativa de empresas e empreendedores;
- Comunicar de forma eficaz a transição para uma **economia mais verde**, destacando os benefícios ambientais, como a redução de emissões de carbono e o uso eficiente dos recursos, para aumentar a consciencialização pública e o envolvimento em práticas sustentáveis.

Objetivos específicos no lançamento do Programa:

- Adaptar canais atuais e implementar novos, para melhorar a identidade visual do Programa;
- Aumentar a notoriedade da marca COMPETE 2030;
- Promover mais e melhores oportunidades de contacto com os públicos-alvo principais, estimulando a procura pelos apoios disponíveis;
- Ativar canais de comunicação que promovam a pesquisa e partilha da informação do Programa no digital (aposta na otimização dos motores de busca);
- Apostar na comunicação “descomplicada” e “transparente”, através da simplificação dos termos técnicos, do reforço da utilização de imagens e conteúdos gráficos intuitivos e pela exposição clara das regras e regulamentos.

Objetivos no encerramento do Programa anterior e atual:

- Divulgar os resultados do Programa e o seu impacto na economia nacional, reforçando o objetivo de potenciar um ciclo de desenvolvimento económico do país na linha de convergência com os níveis de crescimento da União Europeia;
- Promover o debate e reflexão sobre o valor acrescentado dos Fundos Europeus.

6.2. Meios

No que respeita à opção pelos meios, o Plano de Comunicação privilegia os canais de comunicação digital, conjugando com os meios mais tradicionais como são a assessoria de imprensa, os eventos, as brochuras e os diversos materiais informativos.

O **site** do COMPETE 2030 foi criado para ser uma estrutura dinâmica que arquiva toda a informação de base. A plataforma base é do Wordpress, uma das mais utilizadas internacionalmente, permitindo ir acompanhado a velocidade acelerada da inovação tecnológica. As páginas são criadas valorizando a experiência do utilizador com a arrumação da informação por forma a que a navegação seja intuitiva, tanto no computador, quanto nos demais dispositivos móveis.

As **redes sociais** mantêm-se no topo dos canais em destaque. Numa era de excesso de informação e na qual o público em geral privilegia conteúdo resumido ou sintético, as redes sociais servem de “montra” para versões mais compactas e de leitura breve do conteúdo principal. Todos os conteúdos partilhados apelam à interação com os diversos públicos e convidam à visita ao *site*, onde estão disponíveis versões mais completas de toda a informação. Para o atual Programa mantêm-se como principais redes sociais, o LinkedIn e o Twitter, passando o Facebook a rede secundária. A aposta no estudo da criação de páginas em novos canais (como o Instagram) para o reforço da posição junto das atuais e futuras gerações - que valorizam a forma organizada e dinâmica de apresentação de conteúdo destas páginas, com destaque para a potencialidade do conteúdo multimédia em detrimento do texto.

A **newsletter** do COMPETE 2030 mantêm-se igualmente com um dos principais canais, com uma edição semanal para a promoção da atividade dos beneficiários. No atual Programa está prevista a integração de novos conteúdos e funcionalidades, com o foco na partilha de conhecimento,

incluindo informação sobre a própria atividade do COMPETE 2030, a promoção e visibilidade dos projetos apoiados e o reforço dos temas que sirvam o interesse dos beneficiários para a consulta de informação atual e fidedigna que suporte a gestão das suas organizações.

Os **eventos** (próprios ou em parceria) veem reforçada, no atual Programa, a sua importância estratégica para a promoção da atividade do COMPETE 2030 e como lugar por excelência para a interação direta com os diversos públicos.

A **imprensa**, nos seus diversos formatos, continuará a ser um canal intermédio para alcançar os objetivos do Programa, tanto pela ação de relações-públicas na partilha de conteúdo com os jornalistas e na aposta de sessões que promovam notícias mais completas e fidedignas, quanto pelo investimento na publicidade direta e indireta aos projetos apoiados e aos apoios disponíveis. A aposta prevê o contacto regular com a imprensa económica nacional, mas também a interação com a imprensa especializada por setores de atividade e/ou de carácter regional.

Os **conteúdos multimédia** são também uma das apostas na comunicação para o Programa atual. Neste sentido, produziremos diferentes formatos, entre os quais o vídeo, entrevistas *podcast* ou infografia, para promover informação diversa. Destaque para o formato de vídeo na promoção das operações, respetivos objetivos e resultados, para operações cujo custo elegível financiado seja superior a € 500 000, com uma duração não inferior a um minuto, com a cedência de direitos de autor às entidades financiadoras, conforme disposto no artigo 15º, do Decreto-Lei n.º 20-A/2023, de 22 de março.

A aposta no desenvolvimento de uma **brochura** síntese do Programa e de peças informativas que possam ser distribuídas digitalmente e em eventos e reuniões é igualmente uma aposta para o atual período de programação.

6.3. Ações de Comunicação

A tabela abaixo apresenta as principais ações previstas para a concretização do Plano de Comunicação, enunciando as iniciativas que serão desenvolvidas para maximizar a visibilidade, a interação e a compreensão das mensagens-chave relacionadas com o Programa. As ações apresentadas são planeadas e desenvolvidas com o intuito de contribuir para a concretização dos objetivos gerais de comunicação, visando não apenas informar, mas também envolver e inspirar.

Tabela 1 | Ações de Comunicação do COMPETE 2030

Legenda

* durante toda a vigência do COMPETE 2030

** durante o período de encerramento do COMPETE 2020 e vigência do COMPETE 2030

| Ação | Descrição | Objetivo principal | Meio | Calendário |
|--------------------|--|--|---|--|
| Marca | Criação da identidade visual do COMPETE 2030 | Uniformizar a identidade do Programa, tornando-o reconhecível, associado aos seus valores, com uma imagem institucional forte, e ampliando o conhecimento entre os cidadãos. | Todos os suportes de comunicação. | Lançamento: junho de 2023 * |
| Site | Criação do site do COMPETE 2030 | Informar os beneficiários, divulgar os apoios, aumentar a notoriedade através de uma imagem inovadora e acessível para todos. | Internet | Lançamento: junho de 2023 * |
| Newsletter (atual) | Newsletter semanal com 4 projetos cofinanciados pelo COMPETE 2020 e destaque para os avisos abertos. | Promover a procura qualificada dos apoios disponíveis e elevar a notoriedade do Programa e da União Europeia. | Internet, email marketing, site e redes sociais | ** semanalmente |
| Newsletter | Lançamento e edição de uma newsletter semanal do COMPETE 2030 | Maior envolvimento dos públicos-principais. | Internet, email marketing, site e redes sociais | Lançamento: dezembro de 2023 ** semanalmente |

| Ação | Descrição | Objetivo principal | Meio | Calendário |
|--------------------------------------|--|--|----------------------|--------------------------------|
| Redes sociais | Atualizar marca e conteúdo descritivo das páginas atuais para o novo Programa. (LinkedIn, Twitter, YouTube, Facebook) | Aumentar a notoriedade do Programa. | Internet | * |
| Redes sociais (novos conteúdos) | Aplicar inovação através da aposta em conteúdos multimédia. | Aumentar <i>engagement</i> com os seguidores. | Internet | Lançamento: outubro 2023 * |
| Redes sociais - rubricas | Lançamento de rubricas semanais focadas nos objetivos estratégicos e nos temas mais relevantes à atividade do Programa. P.Ex: "Mais Competitivo", já em vigor, onde são divulgados projetos inovadores cofinanciados pelo COMPETE 2020 e, posteriormente, pelo COMPETE 2030 | Aumentar a notoriedade dos Programas e da União Europeia. Divulgar boas práticas. | Internet | * |
| Redes sociais - Instagram | Criação e lançamento da página no Instagram | Atrair novos utilizadores e promover mais oportunidades de contacto com os atuais. | Internet | Lançamento: março de 2024 * |
| Lista de Operações | Publicação no site da lista de operações aprovadas, com disponibilização dos ficheiros em pdf e excel. | Promover a transparência associada ao processo de concessão de apoios, Aumentar a visibilidade do apoio comunitário em cada projeto. | Site; Redes sociais | Quadrimestralmente * |
| Operações de Importância Estratégica | Identificar os principais projetos do Programa para informar a UE e os promover de forma consertada. | Promover o carácter estratégico dos Fundos Europeus. | Comunicação com a UE | * |

| Ação | Descrição | Objetivo principal | Meio | Calendário |
|--|---|---|----------|--------------------|
| Eventos – Apresentação do Programa | Participação da Comissão Diretiva/Secretários Técnicos do Programa, em conferências e seminários temáticos, com intervenções sobre o Programa e/ou as suas áreas temáticas. | Aumentar a notoriedade do Programa. | Evento | * |
| Evento anual do Programa | Apresentação dos resultados do Programa anterior ou atual, com possível integração num evento do Portugal 2030. | Aumentar a notoriedade do Programa e dos apoios da União Europeia. Divulgar os apoios disponíveis e aumentar a procura qualificada. | Evento | Lançamento: 2024.* |
| Imprensa – relações-públicas | Promover trabalhos com a imprensa nacional e regional. | Gerar mais oportunidades de promoção do Programa. | Imprensa | * |
| Imprensa – formação e sensibilização | Dotar a comunicação social de maior e melhor conhecimento técnico sobre o Programa e os Fundos Europeus em geral. | Promover notícias mais fidedignas; combater as <i>fake-news</i> ; gerar melhor relacionamento com a imprensa. | Imprensa | * |
| Imprensa - publicidade | Investimento em meios de comunicação social estratégicos. | Aumentar momentos de contacto com atuais e potenciais beneficiários. | Imprensa | * |
| Comunicação com Beneficiários (visitas, reuniões, sessões de esclarecimento) | Iniciativa essencial para um diálogo direto, promovendo oportunidades, esclarecendo dúvidas e fortalecendo o relacionamento. | Gerar maior envolvimento para que estes sejam também influenciadores positivos da opinião pública. | Evento | * |

| Ação | Descrição | Objetivo principal | Meio | Calendário |
|---|--|---|-----------------------------|------------|
| Publicitação das operações aprovadas | Publicitação das operações aprovadas em jornais nacionais, regionais e locais, em suporte de papel e eletrónico. | Promover a transparência e aumentar a notoriedade dos FEEI. | Imprensa | * |
| Apoio informativo | Gestão dos canais digitais para o esclarecimento de dúvidas; construção de documentos de mensagem-chave e perguntas/respostas. | Proximidade e transparência. | Email, site e redes sociais | * |
| Formação sobre “Regras de Publicitação” | Realização de sessão informativa interna sobre diretrizes de divulgação; lançamento público do manual de normas gráficas; disponibilização do logótipo do Programa e do manual para as entidades responsáveis pela divulgação. | Proatividade no cumprimento das regras de publicitação da UE. | Formação | * |
| Brochura Institucional | Brochura institucional do Programa com toda a informação em torno dos eixos e objetivos. | Notoriedade do Programa. | Suporte físico e digital. | * |
| Folhetos temáticos | Edição de Folhetos temáticos, em formato físico e/ou digital com informação sobre os apoios. | Notoriedade do Programa. | Internet | * |
| Assessoria de Imprensa | Contacto com os meios de comunicação social. | Notoriedade e transparência. | Imprensa | ** |

| Ação | Descrição | Objetivo principal | Meio | Calendário |
|-------------------------------------|---|--|-------------------------------|-----------------|
| Press Kits | Dossier de imprensa com informação sobre o Programa, apresentação dos principais intervenientes. | Notoriedade e transparência. | Imprensa | ** |
| Clipping | Gestão e partilha diária da mancha noticiosa na imprensa nacional sobre o Programa e os Fundos Europeus. | Monitorizar a presença mediática. | Email | ** |
| Intranet | Desenvolvimento da intranet para ser um canal interno fiável | Estimular a partilha da informação para maior envolvimento e alinhamento com os objetivos organizacionais. | Intranet | ** |
| Sessão de encerramento do Programa | Evento de encerramento para destacar os resultados do Programa. | Promover o conhecimento sobre o impacto do Programa e dos Fundos Europeus. | Evento | ** |
| Celebração do dia da União Europeia | Promover conteúdo informativo e dinâmico sobre a UE em geral e os Fundos Europeus em particular. | Assinalar o Dia da Europa; estimular o sentido de pertença à União Europeia. | Site e redes sociais. | 9 de maio * |
| Multimédia – video e podcast | Vídeos e podcasts com entrevistas curtas a promotores de projetos apoiados, a entidades parceiras e às equipas de gestão do COMPETE 2030. | Notoriedade. | Youtube, site e redes sociais | * |
| Vídeo institucional do Programa | Produção de um vídeo institucional do COMPETE 2030 para comunicar a identidade e os valores do Programa. | Promover a credibilidade e notoriedade e estabelecer uma conexão emocional com o público. | Youtube, site e redes sociais | Setembro 2023 * |

| Ação | Descrição | Objetivo principal | Meio | Calendário |
|--|--|---|--------------------------------|------------|
| Roteiro Nacional | Ciclo de eventos para promover o Programa nas regiões de convergência. | Notoriedade, proximidade e transparência. | Evento, redes sociais, site | 2024. * |
| Gestão da presença online | Monitorização frequente da presença com uma estratégia SEO aliada à criação de perfil corporativo em fóruns, na Wikipedia e no Google My Business. | Exponenciar o alcance das mensagens online. | Internet | * |
| Merchandising sustentável | Material promocional do COMPETE2030, apostando em materiais sustentáveis alinhados com um dos objetivos estratégicos do Programa. | Notoriedade; sustentabilidade. | Brindes | * |
| Plano de Avisos e Abertura de Concursos | Publicação do plano anual de abertura de avisos e promover os concursos abertos. | Informação e notoriedade. | Site, redes sociais e imprensa | * |
| Publicação e Informação da monitorização e avaliação | Publicação regular (quadrimestral) no site e informação nas redes sociais. | Apresentação da lista das operações selecionadas no site e promoção nas redes sociais a este conteúdo. | Site, Redes Sociais | * |
| | Divulgação no site de informação relacionadas com estudos e monitorização. | Integrar no site, nos menus principais, de uma página para incluir informação da monitorização e avaliação. | Site | * |
| Iniciativas Europeias | Associar o COMPETE 2030 a iniciativas europeias como o Dia da Europa e Prémios RegioStars. | Notoriedade do Programa e dos Fundos Europeus, a nível nacional e internacional. | Site, redes sociais e imprensa | * |

| Ação | Descrição | Objetivo principal | Meio | Calendário |
|---------------------------|--|---|---------------------------|--|
| Eventos Internos | Iniciativas internas para formação e informação sobre o Programa e os seus intervenientes. | Reforçar a cultura organizacional. | Evento | * |
| Inclusão e Acessibilidade | Avaliar acessibilidade no site e conteúdos digitais | Avaliação anual da acessibilidade no site e canais digitais segundo parâmetros da “Web Content Accessibility Guidelines” (WCAG) adoptado pela UE e emitido pelo World Wide Web Consortium (W3C). | Site e Conteúdos digitais | Anual – durante toda a vigência do Programa. |
| | Integrar acessibilidade em todos os eventos | Integrar nos eventos a realizar pelo Programa de medidas de acessibilidade seguindo os padrões de qualidade da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência das Nações Unidas (UNCRPD) | Eventos | Durante toda a vigência do Programa. |

7. Programação Financeira Indicativa

A programação financeira do Plano de Comunicação considerou como pressupostos:

- A execução do período de programação 2014/2020, nas rubricas similares;
- O cumprimento de todas as obrigações legais da Autoridade de Gestão em matéria de comunicação;
- Uma lógica de sinergia entre os *stakeholders* que permite capitalizar recursos, em lógicas de trabalhos em rede;
- O equilíbrio entre ações nacionais (enquadradas no trabalho da rede) e as ações específicas do COMPETE 2030.

| | Ano | | | | Total |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | |
| Rubricas | | | | | |
| Web e web marketing | 0 € | 30 000 € | 30 000 € | 30 000 € | 90 000,00 € |
| Identidade Visual e Corporativa | 0 € | 20 000 € | 25 000 € | 30 000 € | 75 000,00 € |
| Eventos | 105 000 € | 100 000 € | 100 000 € | 100 000 € | 405 000,00 € |
| Merchandising (prémios, brindes, ofertas) | 35 000 € | 35 000 € | 35 000 € | 35 000 € | 140 000,00 € |
| Publicidade obrigatória (inclui também publicações em DR) | 11 000 € | 24 000 € | 25 000 € | 30 000 € | 90 000,00 € |
| Publicidade Institucional (redes sociais, produção filmes) | 50 000 € | 50 000 € | 50 000 € | 50 000 € | 200 000,00 € |
| Publicidade – outros (p.ex. Rádio e Televisão) | 50 000 € | 50 000 € | 50 000 € | 50 000 € | 200 000,00 € |
| Outros (deslocações, estadias) | 50 000 € | 50 000 € | 50 000 € | 50 000 € | 200 000,00 € |
| Total | 301 000,00 € | 359 000,00 € | 365 000,00 € | 375 000,00 € | 1 400 000,00 € |

Nota: Considera-se prudente assumir um desvio de 15 %.

8. Monitorização e Avaliação

O Plano de Comunicação deve ser entendido como um instrumento flexível e dinâmico, com a adequação das iniciativas à realidade macroeconómica e social. Esta perceção implica uma contínua monitorização, considerando o cumprimento dos seus objetivos, através da utilização de um conjunto de indicadores (quantitativos e qualitativos).

Para medir o retorno do investimento feito nas ações de comunicação é necessário avaliar o impacto das mesmas, nomeadamente em visibilidade (notoriedade, grau de compreensão, memorização e aceitação) e conhecimento do COMPETE 2030 e do papel desempenhado pela União Europeia.

Para além da avaliação através de métodos quantitativos, baseados sobretudo em estatísticas, está previsto o recurso a métodos qualitativos, envolvendo a realização de questionários, designadamente sobre a qualidade da informação, aos beneficiários e inquéritos de satisfação aos participantes nos vários eventos.

No site do COMPETE 2030 prevê-se a integração de questionários e inquéritos com vista à aferição do nível de entendimento do Programa, identificação com as iniciativas propostas, com o conteúdo produzido e com a notoriedade e visibilidade da marca.

Incluiremos ainda a análise mais abrangente realizada pelo Plano Global de Comunicação do Portugal 2030, para completar a análise à eficácia da estratégia de comunicação do Programa e monitorizar os dados em comparação com os demais Programas.

Tabela 2 | Métricas gerais do COMPETE 2030, partilhadas com a Rede de Comunicação do Portugal 2030

| Ações | Indicadores | | | | | |
|---|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | Métrica | Meta | | | | |
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| Websites | | | | | | |
| Website COMPETE 2030 | Interação (visitas e páginas) | 250 000 | 275 000 | 300 000 | 325 000 | 350 000 |
| Redes Sociais | | | | | | |
| Redes Sociais COMPETE 2030 | Seguidores. | 72 000 | 79 200 | 79 913 | 80 472 | 80 875 |
| Newsletter | | | | | | |
| Newsletter COMPETE 2030 | Subscritores. | 1 750 | 2 250 | 2 750 | 3 250 | 3 750 |
| Plano Anual de Avisos | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Publicação no site. | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Lista de operações aprovadas | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Publicação no site. | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Composição dos CA dos Programas | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Publicação no site. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Guia de apoio ao beneficiário | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Atualização no site. | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Dicionário dos Fundos | | | | | | |
| Portugal 2030 | Publicado? Sim = 1/ Não = 0 | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Ações de comunicação de mass media * (publicidade, parcerias mediáticas ou outras) | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Número de iniciativas. | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Iniciativa de comunicação anual Portugal 2030 | | | | | | |
| Portugal 2030 | Número de iniciativas. | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Eventos (divulgação de resultados e oportunidades de financiamento) | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Número de eventos. | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Operações de Importância Estratégica | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| COMPETE 2030 | Identificação e ponto de situação. | | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Relações-Públicas | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Notícias em imprensa. | 2 000 | 2 500 | 2 750 | 3 000 | 3 250 |
| Avaliação da performance mediática | | | | | | |
| Compete 2030 | Análise ao número de notícias publicadas na imprensa. | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Capacitação comunicação social | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Sessões informativas com a comunicação social. | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Capacitação key stakeholders | | | | | | |
| | Sessões informativas com stakeholders. | | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Capacitação da Rede | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Sessões informativas para a rede. | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Avaliação | | | | | | |
| COMPETE 2030 | Avaliação geral das iniciativas. | 0 | 3 | 2 | 2 | 0 |

Estudo de Avaliação da Satisfação

Está prevista a realização de um Estudo de Avaliação da Satisfação dos beneficiários, participantes e público-geral do COMPETE 2030, no início e no final do programa. Uma análise com uma entidade certificada que permita a avaliação da eficácia do Programa e a identificação das áreas de atuação onde devemos apostar para maior compreensão pelos públicos principais dos objetivos do Programa e do papel dos Fundos Europeus.

9. Entidades Intervenientes no Plano de Comunicação

Entidade Responsável

O Plano de Comunicação do COMPETE 2030 é da responsabilidade da AG do Programa e a sua concretização envolve todos os seus órgãos, incluindo ainda as entidades que venham a ser protocoladas como organismos intermédios.

Para o planeamento, acompanhamento da execução e monitorização deste Plano, o COMPETE 2030 tem uma área de suporte de carácter horizontal, designada “Unidade de Comunicação”, composta por um Coordenador e uma equipa com competência técnica específica nas áreas do *design*, da comunicação digital, da redação e revisão de conteúdos, da gestão de eventos, da assessoria de imprensa e da comunicação interna.

A esta Unidade compete:

- Gerir a perceção e avaliação do desempenho organizacional e reputação corporativa, através de uma proximidade com os *stakeholders* relevantes;
- Garantir, por intermédio das relações públicas, a gestão da identidade e imagem positivas do COMPETE 2030, nos públicos interno e externo, promovendo o maior e melhor conhecimento da missão da organização;
- Assegurar a qualidade de todas as ferramentas de comunicação institucional, entre as quais: as relações públicas, o protocolo, a assessoria de imprensa, a edição editorial, a gestão de redes sociais, a identidade corporativa e o marketing público;
- Garantir o cumprimento do disposto na legislação nacional e europeia sobre notoriedade e visibilidade dos Fundos Europeus;
- Apoiar os beneficiários em matéria de informação/publicitação;
- Garantir a articulação com a Rede de Comunicação do Portugal 2030.

Contacto do Coordenador da Unidade de Comunicação do COMPETE 2030:

Lourenço Ovídio

Autoridade de Gestão do COMPETE 2030

Edifício Expo 98

Av.ª D. João II

Lote 1.07.2.1, 3º Piso 1998-014 Lisboa

Articulação com a Rede de Comunicação do Portugal 2030

O Plano de Comunicação do COMPETE 2030 beneficia da articulação com a Rede de Comunicação do Portugal 2030. O perfil de intervenção desta Rede está vertido na Estratégia de Comunicação do Portugal 2030, documento aprovado pela Comissão Interministerial de Coordenação do Portugal 2030, que prevê a realização de um conjunto de ações de comunicação transversais nas quais o COMPETE 2030 participará.

A sinergia em matéria de comunicação e de publicitação será garantida pelo alinhamento das estratégias de comunicação do Portugal 2030 e dos diferentes Programas, pela cooperação em campanhas e eventos, pela concertação entre todos os Programas e pelo compromisso do trabalho em rede. O pressuposto é o de que as ações de comunicação a desenvolver nos planos de ação assegurem a complementaridade entre si, convergindo para fins comuns, traduzidos em metas por todos partilhadas, sem prejuízo das especificidades associadas a cada um desses planos e que podem implicar metas e/ou indicadores específicos.

10. Regras de Informação e Comunicação

A divulgação e publicitação dos apoios concedidos pelos Fundos Europeus constituem uma responsabilidade dos Estados Membros, das AG e das Entidades Beneficiárias, conforme regulamentação da União Europeia e nacional.

As medidas de informação e comunicação sobre as intervenções dos Fundos Europeus têm por objetivo informar os cidadãos e os destinatários dos apoios sobre o papel desempenhado pela UE através destes fundos, assegurando a transparência relativa aos projetos e aos programas cofinanciados.

Com o objetivo de apoiar os beneficiários no cumprimento destas regras, bem como incentivar os gestores das operações a comunicar melhor os seus projetos, será colocado *online* um Guia de Informação e Comunicação, elaborado no âmbito da Rede de Comunicação do Portugal 2030.

A barra de logótipos é uma das formas obrigatórias de publicitar os apoios, no contexto dos projetos apoiados pelo COMPETE 2030, conforme definido na Estratégia Comum de Comunicação.



Figura 8 | Barra Publicitação Comissão Europeia e COMPETE 2030

11. Operações de Importância Estratégica

O COMPETE 2030 está articulado com a Comissão Europeia e os restantes Programas do Portugal 2030 para a identificação e partilha das **Operações de Importância Estratégica (OIE)**, garantindo a ampla divulgação aos cidadãos destas operações, beneficiando das sinergias da Rede de Comunicação.

Neste âmbito, será organizado, pelo menos, um evento em que o apoio da UE seja destacado, acessível aos meios de comunicação e aos eventuais interessados, podendo incluir um dia de portas abertas durante a execução do projeto.

Os beneficiários das operações enquadradas nos tipos de ação constantes no Apêndice 3 do Programa desenvolverão ações de comunicação em linha com o previsto no artigo 50.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, podendo as mesmas assumir uma natureza única, por tipo de ação, desde que envolvam todos os beneficiários.

O COMPETE 2030, em conformidade com as medidas definidas para a comunicação das OIE, vai também apostar na capacitação das suas equipas e das equipas de avaliação dos Organismos Intermédios, para a identificação antecipada destes projetos. No atual Programa está ainda prevista a articulação entre o responsável de Comunicação do Programa e os departamentos de Comunicação/Marketing dos beneficiários com OIE, para maior monitorização e avaliação das medidas de publicitação aplicadas.

12. Rede de Comunicação Portugal 2030

A Rede de Comunicação do Portugal 2030 decorre do artigo 48.º 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;
- Ter formação nas disciplinas da comunicação.

A Rede de Comunicação do Portugal 2030 é coordenada pela Agência de Desenvolvimento e Coesão (AD&C), enquanto organismo coordenador dos Fundos Europeus em Portugal, e é constituída pelos representantes designados dos Programas que constituem o Portugal 2030, bem como por outros *stakeholders* do ecossistema dos Fundos.

O funcionamento da Rede de Comunicação do Portugal 2030 acomoda um formato restrito, 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.

Do formato restrito farão parte a AD&C, enquanto organismo coordenador, e os Fundos que constituem o Portugal 2030, representados pelos seus Programas, cujos membros serão designados pelas respetivas entidades, a saber:

- Programa temático Inovação e Transição Digital – COMPETE 2030;
- Programa temático Demografia, Qualificações e Inclusão – PESSOAS 2030;
- Programa temático Ação Climática e Sustentabilidade – Sustentável 2030;
- Programa Mar 2030;

- Programa Regional Norte 2030;
- Programa Regional Centro 2030;
- Programa Regional Lisboa 2030;
- Programa Regional Alentejo 2030;
- Programa Regional Algarve 2030;
- Programa Regional Açores 2030;
- Programa Regional Madeira 2030;
- Programa Cooperação Territorial Europeia – Interreg;
- Programa Assistência Técnica – PAT 2030.

Do formato alargado farão parte, adicionalmente, entidades que incorporam o Regulamento das Disposições Comuns, cujos membros serão designados pelas respetivas entidades, a saber:

- Fundo para uma Transição Justa;
- Fundo para o Asilo, a Migração e a Integração;
- Fundo para a Segurança Interna;
- Instrumento de Apoio Financeiro à Gestão das Fronteiras e à Política de Vistos;
- Comissão Europeia;
- Gabinete de Ligação do Parlamento Europeu;
- Centros de informação Europe Direct.

Fazem também parte deste formato representantes do:

- Estrutura de Missão Recuperar Portugal;
- Fundo Europeu Agrícola para o Desenvolvimento Rural.