



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PORTUGAL 2030

Enquadramento

O [Portugal 2030](#) materializa o Acordo de Parceria a estabelecer entre Portugal e a Comissão Europeia, fixando os grandes objetivos estratégicos para aplicação, entre 2021 e 2027, do montante global de 24.182 M€, do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), do Fundo Social Europeu + (FSE+), do Fundo de Coesão, do Fundo de Transição Justa (FTJ) e do Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos, das Pescas e da Aquicultura (FEAMPA).

Decorrente do artigo 48º do [Regulamento \(UE\) 2021/1060](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, deve existir 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 estratégia de comunicação do Portugal 2030 consubstancia as linhas de orientação comuns no que à comunicação do Portugal 2030 diz respeito, decorrente de uma visão partilhada dos seus membros.

Esta estratégia assegura a articulação e coerência entre os diversos níveis de comunicação – estratégico e operacional, nacional, temático e regional, garantindo a maximização de recursos e os melhores resultados globais.

Diagnóstico

De acordo com o [Eurobarómetro](#) sobre “Conhecimento e perceções dos cidadãos sobre a política Regional da EU”, publicado pela Comissão Europeia em outubro de 2021, **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, 76% considera que o impacto desses apoios foi positivo no desenvolvimento da cidade ou região.**

O mesmo Eurobarómetro de junho de [2019](#) revelava a mesma tendência - 38% da amostra portuguesa tinha ouvido falar de projetos apoiados por fundos europeus na sua área de residência e desses 78% considerava os impactos desses projetos positivo nos seus territórios.

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

Existe, portanto, um nível de reconhecimento dos projetos apoiados por fundos europeus que pode ser melhorado, sobretudo tendo em conta de que Portugal tem vindo a ser dos Estados Membros com maiores envelopes financeiros de apoios europeus, e que esse reconhecimento traz associado um elevado índice de perceção positiva sobre o impacto desses projetos apoiados no desenvolvimento dos territórios.

Persiste também uma perceção incorreta sobre o funcionamento e a gestão dos fundos europeus em Portugal, que pode resultar de casos de fraude no passado e/ou casos mais recentes, mas pontuais, que contaminam a imagem da gestão dos fundos, sem correspondência à realidade, uma vez que Portugal tem um [nível de fraude](#) com fundos comunitário abaixo da média europeia e conta com um apertado sistema de controlo ao nível nacional e europeu.

A par destas conclusões, são também sobejamente conhecidas as críticas relacionadas com a burocracia e a complexidade dos processos de acesso aos fundos europeus, conforme é revelado no mais recente [inquérito](#), realizado em fevereiro de 2022, pela Associação de Consultores, sobre o “Balanço dos Fundos Comunitários Europeus Portugal 2020”, que nos mostra que **os inquiridos encontram, 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.

Públicos

Para definirmos a estratégia de comunicação é essencial saber a quem nos dirigimos.

Embora os públicos possam ser segmentados em função dos diferentes objetivos e mensagens, para afeitos desta estratégia mais transversal, vamos segmentá-los em 2 grandes grupos:

- **Potenciais beneficiários e beneficiários**

Tendo em conta de que os fundos europeus são destinados a organizações que candidatam os seus projetos a apoio comunitário, o público primário dos Fundos Europeus são o que se designa de potenciais beneficiários, potenciais candidatos a apoios europeus, e beneficiários, organizações que têm projetos apoiados por fundos europeus. Esta será uma primeira linha de comunicação, que é necessário assegurar que funcione em toda a sua plenitude, para que a principal atividade da máquina dos fundos não falhe.

- **População portuguesa**



A população portuguesa, a quem, na essência, se destinam os fundos europeus, dos quais todos beneficiamos. A população que beneficia quotidianamente dos impactos da aplicação dos fundos europeus ao longo das últimas décadas e que tão pouco reconhece esse apoio. É para este vasto grupo, mas sobretudo para as cidadãs e cidadãos portugueses entre os 18 e os 65 anos, de todo o território nacional, de todas as classes, que queremos passar a intensificar a nossa comunicação.

Adicionalmente, teremos em linha de conta dois outros grupos:

Ecosistema dos Fundos

O ecossistema dos fundos é constituído pelo conjunto das entidades que de forma mais ou menos próxima desempenham um papel no funcionamento dos fundos europeus em Portugal e para os quais é necessário assegurar uma comunicação informativa regular, como sendo a Comissão Europeia, o Governo português, o Parlamento, a Inspeção Geral de Finanças, o Tribunal de Contas, entre outras.

Opinion makers

Este grupo é particularmente relevante, uma vez que é simultaneamente recetor da comunicação, mas também emissor de mensagens, personificando um papel significativo na construção da opinião pública, como sendo os jornalistas, os comentadores e outros atores da vida pública.

Objetivos de comunicação

Tendo em conta as necessidades de comunicação a serem preenchidas e os públicos a quem nos vamos dirigir, estamos em condições de definir os grandes objetivos de comunicação a perseguir neste período de programação 2021-2027:

- **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.

Eixos de comunicação

Para melhor atingir os objetivos a que nos propomos, há que estabilizar os eixos de comunicação onde vai assentar a nossa estratégia de comunicação:

- **Simplificação**



- o Simplificar os processos de acesso aos fundos europeus
- o Simplificar a linguagem, descodificando o jargão dos fundos, com uma linguagem simples, clara e acessível, facilitando a compreensão das mensagens e dos procedimentos;
- **Proximidade**
 - o Criar canais e mecanismos de apoio ao potencial beneficiário, ao longo de toda a jornada de acesso aos fundos europeus;
 - o Criar um repositório de conhecimento dos conceitos, processos e funcionamento do Portugal 2030 e dos fundos europeus, com glossários, FAQ, vídeos, tutoriais e outros recursos de comunicação, que facilitem a compreensão;
- **Transparência**
 - o Dar continuidade à divulgação de resultados e indicadores e à política de dados abertos;
 - o Divulgar massivamente onde são aplicados os fundos europeus, através da divulgação dos projetos apoiados e do impacto que têm na vida das pessoas, dos territórios e das organizações.

Plano de Comunicação

O plano de comunicação consubstancia as iniciativas que vão dar corpo à Estratégia de Comunicação Portugal 2030.

Esta estratégia e plano atuam a um nível nacional e transversal, com mensagens e públicos mais abrangentes, complementadas pelas estratégias e planos temáticos e regionais, levados a cabo pelos Programas do Portugal 2030.

Tudo somado, resultará no alcance dos objetivos propostos e numa alteração substantiva da perceção pública sobre os fundos europeus, nomeadamente no que ao Portugal 2030 diz respeito.

Iniciativas de comunicação

Apresentamos de seguida iniciativas de comunicação a serem levadas a cabo a nível nacional, anualmente, ao longo de todo o ciclo de programação, em articulação com as iniciativas temáticas e regionais dos Programas, garantindo a complementaridade e o reforço das mesmas.

- **Website Portugal 2030** – o ponto central de toda a comunicação do Portugal 2030 onde serão permanentemente atualizadas todas as informações sobre este programa, entre notícias, lista de operações aprovadas, dados de monitorização e avaliação, divulgação de projetos apoiados, funcionando também como portal, ao fazer a ligação a todos os programas do RDC, e sendo a porta de entrada privilegiada para o Balcão dos Fundos, onde são submetidas as candidaturas, de acordo com o artigo 46º do



Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021.

- **Redes Sociais Portugal 2030** – contas dedicadas do Portugal 2030 nas redes sociais Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram e Youtube, que servirão de plataformas de amplificação de mensagens, nestes meios que se comprovam hoje serem de elevada eficácia e alcance.
- **Newsletter Portugal 2030** – uma forma de comunicar a informação mais relevante e útil sobre o Portugal 2030, deixado diretamente na caixa de correio dos nossos públicos, com periodicidade semanal.
- **Operações de importância estratégica** – garantir a ampla divulgação aos cidadãos destas operações, beneficiando das sinergias da Rede de Comunicação, de acordo com o artigo 46º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021.
- **Roteiro para a Capacitação do Ecosistema dos Fundos Europeus** – no âmbito desta iniciativa transversal, o projeto 6, dedicado à Comunicação, conta com ações como:
 - A Estratégia de Comunicação do Portugal 2030;
 - O Evento Anual Portugal 2030, que pode ser corporizada numa Semana dos Fundos Europeus e/ou num Roadshow dos Fundos Europeus;
 - As ações de capacitação da comunicação social sobre os Fundos, dirigidos a jornalistas de órgãos de comunicação social nacionais e regionais que acompanham os fundos europeus;
 - O programa de capacitação contínua em comunicação, dirigidos a todos os atores de comunicação dos fundos;
 - O Dicionário dos Fundos, um repositório com recursos pedagógicos sobre conceitos e funcionamento dos fundos europeus;
 - As iniciativas de capacitação de atores políticos sobre os Fundos, dirigidos a funcionários e responsáveis públicos que acompanham os fundos europeus;
 - As ações de comunicação de *mass media*, que podem incluir conteúdos em televisão sobre projetos apoiados ou outros conteúdos de cariz utilitário para informar e facilitar o acesso aos fundos, ou outras iniciativas como webinars e podcast com *media partners*.
- **Prémios Portugal 2030** – a implementação de um prémio nacional de reconhecimento de projetos de mérito apoiados por fundos europeus, permitem não só premiar casos de sucesso, mas também mostrar à população como existem projetos de grande qualidade com impactos substantivos nas suas áreas e territórios de atuação. A entrega destes prémios culminará numa Gala, no Dia da Europa.
- **Dashboard de monitorização** – uma ferramenta para consumo interno da Rede, que permite acompanhar indicadores quantitativos e qualitativos do conjunto das iniciativas dos diversos Programas do Portugal 2030.
- **Barómetro da perceção pública dos Fundos Europeus** – um questionário semestral realizado a uma amostra representativa da população portuguesa, para monitorizar a perceção pública sobre fundos europeus e o Portugal 2030, permitindo ajustar as estratégias e os planos de comunicação.



Marca Portugal 2030

O [logótipo do Portugal 2030](#) segue a linha do logótipo do anterior quadro Portugal 2020, com a continuidade quer da designação quer do símbolo e das cores nacionais, garantindo, não só, que não se perde o capital de notoriedade já conquistado, mas também facilitando a apreensão pública do novo quadro. Simultaneamente, foi atualizado o design e adicionaram-se as cores da bandeira da União Europeia – o azul e o amarelo.



Universo de marcas Fundos

Tendo em conta a existência de serviços satélites dos fundos, alguns deles que servem Portugal 2020, Portugal 2030 e PRR, foi desenvolvido um universo de marcas “Fundos”, que agregam os principais traços gráficos das diversas marcas, dando corpo, unidade e coerência, a um universo que, na sua essência e no seu conjunto, tem o propósito comum de prestar o melhor serviço aos destinatários e utilizadores dos fundos europeus em Portugal.

Assim, criámos marcas para:

- a Linha dos Fundos, o serviço de apoio aos beneficiários;
- o Balcão dos Fundos, o website onde serão efetuadas as candidaturas;
- o Roteiro para a Capacitação do Ecosistema dos Fundos, um programa a ser implementado para a capacitação do ecossistema,
- A Academia dos Fundos – o projeto pivot do Roteiro da Capacitação;
- O ABC dos Fundos – um repositório com recursos pedagógicos sobre o Portugal 2030 e o funcionamento dos Fundos Europeus;
- As Redes do Portugal 2030.



8

Assinatura

Para reforçar a passagem dos eixos de comunicação nas diversas mensagens veiculadas, deve ser utilizada, sempre que possível e pertinente, a assinatura:

Portugal 2030 - Os Fundos Europeus mais próximos de si.

Ou

Linha dos Fundos - Os Fundos Europeus mais próximos de si.

Ou

Balcão dos Fundos - Os Fundos Europeus mais próximos de si.

Uma assinatura que sublinha a importância dos Fundos Europeus na vida de cada um de nós. Não só remete para o esforço de simplificação e acessibilidade que está a ser levado a cabo no processo de acesso aos fundos e posterior acompanhamento, como também sinaliza que estão próximos de cada um de nós, através dos projetos que são apoiados no nosso território e nas nossas organizações, e que pontuam o nosso dia a dia, ao longo de toda a nossa vida.

Funcionamento da Rede de Comunicação

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.”

Âmbito

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.

Membros

A Rede de Comunicação do Portugal 2030 é coordenada pela AD&C, 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.

Formatos

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.

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 Demografia, qualificações e inclusão;
- Programa Inovação e transição digital;
- Programa Ação climática e sustentabilidade;
- Programa Mar;
- Programa Norte;
- Programa Centro;
- Programa Lisboa;
- Programa Alentejo;
- Programa Algarve;
- Programa Açores;
- Programa Madeira;
- Programa Cooperação Territorial Europeia;
- Programa Assistência Técnica.

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;



- 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;
- Representação da Comissão Europeia em Portugal;
- Gabinete de Ligação do Parlamento Europeu;
- Centros de informação Europe Direct;

Embora não integrem o Regulamento das Disposições Comuns, dada a sua natureza e atribuições, propomos que façam também parte deste formato representantes do:

- Programa de Recuperação e Resiliência;
- Fundo Europeu Agrícola para o Desenvolvimento Rural.

Periodicidade das reuniões

O formato restrito deverá reunir três vezes ao ano e o formato alargado reunirá uma vez ao ano, sem prejuízo de reuniões adicionais que se demonstrem necessárias.

Monitorização e avaliação

A monitorização e avaliação desta estratégia e dos seus objetivos será feita através de:

- Dashboard da Rede de Comunicação, onde serão acompanhados os indicadores de performance quanto às diversas atividades de comunicação dos diversos Programas, permitindo contabilizar o alcance das iniciativas no conjunto da rede de comunicação;
- Barómetro semestral da perceção pública sobre Fundos Europeus, realizado através de um inquérito a uma amostra representativa da população portuguesa;
- Avaliação qualitativa intercalar e final, realizada ao longo do período de programação.

Orçamento

O orçamento da Rede de Comunicação está incluído no orçamento de comunicação da AD&C, enquanto órgão coordenador desta rede, tendo uma dotação prevista de cerca de 500 mil euros anuais, ajustáveis à medida das necessidades.