

PLANO DE COMUNICAÇÃO



Índice

Lista de Siglas e Abreviaturas.....	3
Introdução.....	4
Enquadramento Metodológico.....	6
Diagnóstico.....	8
Eurobarómetro.....	8
Sondagem IPPS / ISCTE – Os fundos europeus e as políticas públicas em Portugal.....	10
<i>Annual reports on the protection of the EU’s financial interests</i>	11
Balanço dos Fundos Comunitários Europeus Portugal 2020	12
Inquérito Balanço PO Açores 2020.....	12
Desafios e Oportunidades	14
Objetivos	15
Públicos-Alvo	17
Ecosistema dos Fundos.....	18
Beneficiários	18
Cidadãos	19
<i>Opinion Makers</i>	20
Identidade Visual.....	21
Marca Açores 2030.....	21
As marcas do Açores 2030.....	22
Aplicações do logótipo	22
Assinatura	24
Plano de Ação.....	25
Website.....	26
Redes Sociais	27
Newsletter.....	28
Eventos	29
Ações de capacitação	30

<i>Media Relations</i>	31
Ações de comunicação de <i>Mass Media</i>	31
Guia do Beneficiário.....	32
Plano Anual de Avisos	32
Lista de Operações Aprovadas.....	33
Boletim Trimestral.....	33
Operações de Importância Estratégica	36
Complementaridades	39
Monitorização.....	40
Orçamento.....	42
Responsabilidade.....	43

Lista de Siglas e Abreviaturas

AG- Autoridade de Gestão

CA- Comité de Acompanhamento

CE – Comissão Europeia

DRPFE – Direção Regional do Planeamento e Fundos Estruturais

FEDER- Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

FSE+ – Fundo Social Europeu Mais

OI- Organismo Intermédio

PME- Pequenas e Médias Empresas

PO- Programa Operacional

PRR- Plano de Recuperação e Resiliência

RAA – Região Autónoma dos Açores

SEO- *Search Engine Optimization*

UE- União Europeia

Introdução

O Programa Açores 2030 é um programa financiado pelos Fundos Europeus FEDER (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional) e FSE+ (Fundo Social Europeu Mais), para o período de programação 2021-2027, que contempla as diversas vertentes de políticas públicas orientadas para o crescimento económico inteligente, do fomento do emprego qualificado, da coesão social, da mobilidade enquanto pilar da coesão económica e social, da sustentabilidade ambiental e resiliência às alterações climáticas e da digitalização e proximidade da administração pública.

De acordo com o estipulado na alínea w) do artigo 15º do Decreto-Lei n.º 5/2023 de 25 de janeiro, que define as competências das Autoridades de Gestão (AG), é referido que a esta cabe a responsabilidade *elaborar e submeter para aprovação pelo respetivo comité de acompanhamento (CA), e tendo em conta o plano global de comunicação, o plano de comunicação do programa e assegurar a respetiva execução, garantindo o cumprimento dos requisitos em matéria de informação e publicidade estabelecidos nos normativos europeus e nacionais aplicáveis [...]*.

A Política de Comunicação do Açores 2030, assume-se como uma ferramenta estrutural, permitindo o planeamento atempado das principais ações a executar para projeção da imagem institucional do programa e da notoriedade da sua ação.

Os fundos europeus apoiam anualmente milhares de projetos por toda a Europa, materializando a intervenção da União Europeia (UE) nas Regiões. Uma adequada comunicação destas intervenções permitirá aumentar a notoriedade e perceção positiva dos cidadãos relativamente aos benefícios que estas intervenções representam no seu dia a dia.

Em alinhamento, o enquadramento regulamentar em matéria de transparência e notoriedade dos fundos tem evoluído ao longo dos últimos períodos de programação, sendo novamente reforçadas, por exemplo, ao nível da publicitação de operações de importância estratégica, da fixação de correções financeiras em caso de incumprimento ou da monitorização da execução do Plano de Comunicação pelos CAs.

Por outro lado, e sendo certo que o sucesso dos esforços dependerá do compromisso efetivo dos beneficiários, torna-se importante promover a sua sensibilização para as vantagens da melhoria da comunicação dos seus projetos, que não deve constituir um encargo burocrático, mas um benefício para todos os envolvidos.

O sucesso da comunicação com os cidadãos beneficiará também da adoção de iniciativas que visem o e envolvimento ativo dos vários públicos, fomentadoras do debate e participação.

Face ao exposto, o presente Plano, mais do que o cumprimento de uma regra europeia, pretende ser um instrumento técnico de valor acrescentado na estruturação da atuação da unidade de comunicação, contributivo para a boa implementação do programa ao longo de todo o seu ciclo de execução. Constitui-se, assim, como um importante referencial de atuação para a AG, bem como de todos os atores com intervenção relevante.

Refletindo o reforço da ambição e de intervenção, e em alinhamento com os pilares de comunicação estipulados no Plano Global de Comunicação do Portugal 2030, o presente Plano prevê o reforço da presença digital, através, por exemplo, do aumento do leque de redes sociais utilizadas, promovendo também a aposta na simplificação, materializada no reforço das sessões de capacitação para os vários públicos e das ferramentas de apoio disponíveis. A implementação de parcerias de *media*, enquanto amplificadoras e disseminadoras da mensagem, ganha também especial relevo na atual proposta de Plano de Comunicação.

Para o desenho do atual Plano, foram especialmente relevantes as interações estabelecidas com a Rede de Comunicação do Portugal 2030, assim como a experiência acumulada por via da implementação da Estratégia de Comunicação em vigor no anterior período de programação.

Este é um documento orientador, que se pretende dinâmico e flexível, permitindo incorporar as melhorias que se verificarem necessárias para o alcance dos objetivos delineados. Para o efeito, assume-se como especialmente relevantes a monitorização assente no conjunto de indicadores definidos.

Enquadramento Metodológico

A elaboração do Plano de Comunicação do Açores 2030 assentou num processo estruturado e sequencial.

Este processo teve início com a realização de uma abrangente análise diagnóstica, recorrendo, simultaneamente, às conclusões de um inquérito promovido pela AG e ao conjunto de instrumentos de diagnósticos já disponíveis, de que é exemplo o Eurobarómetro. Esta análise permitiu determinar o ponto de partida ao nível de indicadores, como a notoriedade e perceção pública, identificando as prioridades de intervenção.

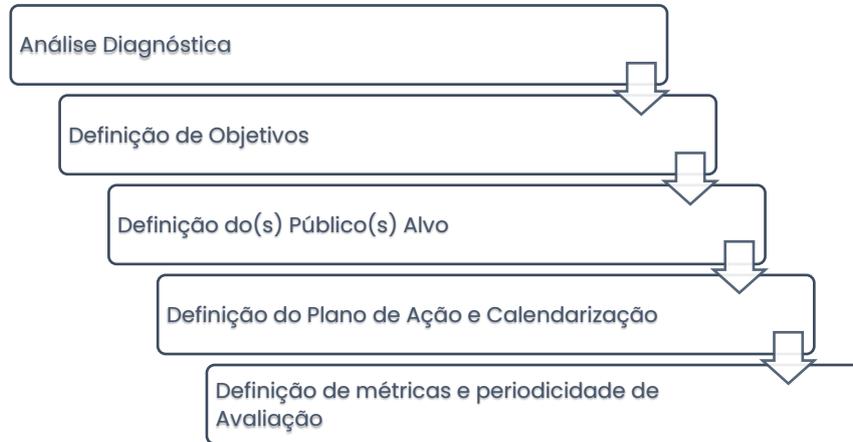
Neste seguimento, foram definidos os objetivos de comunicação a alcançar, essenciais para a orientação da ação, procurando convergir com as expectativas globais de notoriedade e de perceção e, em última instância, promover a adequada implementação do programa.

Procedeu-se, de seguida, à definição dos públicos-alvo a alcançar durante o ciclo de implementação do Plano, permitindo uma adequada segmentação e adaptação dos canais e ações de comunicação a executar junto de cada um dos públicos, perspetivando uma otimização da eficiência e alcance das mensagens.

A etapa seguinte consistiu na definição do plano ação a implementar, devidamente alinhado com os objetivos de comunicação, constituindo-se como um roteiro importante na materialização do Plano. A associação de cada ação ao respetivo público-alvo e objetivo de comunicação está também disponível, assim como a calendarização da sua implementação.

Considerando a importância de uma adequada e tempestiva monitorização da execução, que permita a deteção atempada de desvios e necessidades de ajustamento, foram definidas as diretrizes de acompanhamento e avaliação, assentes, sobretudo, num conjunto de indicadores de realização e resultado, cuja monitorização será complementada com a realização de uma avaliação abrangente à implementação do Plano, em linha com o previsto no Plano de Avaliação do Programa.

Processo metodológico do Plano de Comunicação



Diagnóstico

A realização de uma análise diagnóstica assume relevante importância, permitindo uma adequada identificação da situação atual e uma compreensão detalhada dos problemas e necessidades. Funciona, assim, como uma ferramenta crucial de suporte à tomada de decisão em todas as etapas seguintes do processo de elaboração do Plano de comunicação.

Para o efeito, foram utilizados o conjunto de instrumentos de aferição de perceções e notoriedade já disponíveis, complementados com uma auscultação promovida pela própria AG, através da realização de questionários ao público em geral e aos membros do CA do PO Açores 2020.

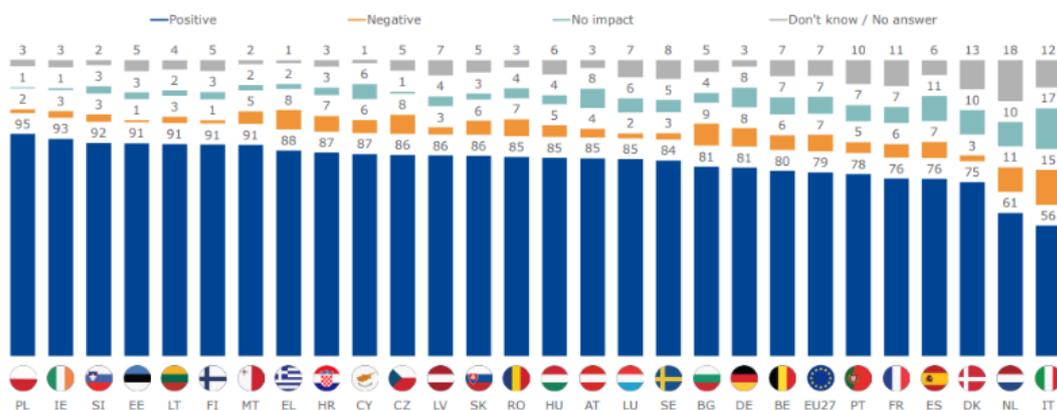
Eurobarómetro

O Eurobarómetro representa o centro de sondagens de opinião pública da UE, em funcionamento desde 1973, abordando um leque abrangente de temáticas.

Os dados do Eurobarómetro, relativo ao *Conhecimento e perceções dos cidadãos sobre a política regional da UE*, publicados em outubro de 2023, revelam a necessidade e importância do desenvolvimento de esforços de comunicação que procurem aumentar a notoriedade e perceção pública positiva dos fundos europeus no país. Apesar de 42% dos inquiridos já ter ouvido falar de algum projeto cofinanciado na área em que reside, acima da média da UE que decresceu e fixou-se nos 39%, os dados revelam em Portugal a estagnação face aos valores de 2021, quebrando a tendência de subida registada face ao Eurobarómetro de 2019.

Por outro lado, verifica-se, dos inquiridos que conhecem algum projeto cofinanciado, 78% afirmam que este teve um impacto positivo na sua região (o que representa um aumento de 2% face a 2021) e apenas 5% considera esse impacto negativo. Apesar de este registo se fixar perto da média da UE (79%), Portugal encontra-se nos países com menor performance.

Q1C Taking into consideration all the projects you have heard about, would you say that this support has had a positive or negative impact on the development of your city or region? (% by country)



Base: respondents who have heard about EU co-funded projects (n=11 835)

Adicionalmente, verifica-se que apenas 14% dos inquiridos (média da UE regista-se nos 16%) entende que beneficia no seu dia-a-dia de projetos cofinanciados, valor que registou uma quebra face a 2021. Uma significativa maioria (83%) dos inquiridos afirma não beneficiar do impacto destes projetos.

Por outro lado, destaca-se que, ao nível da forma de tomada de conhecimento dos projetos, assume maior relevância a TV Nacional (37% dos inquiridos) e os jornais locais ou regionais (24%), regista-se também um bom desempenho ao nível da internet (21%). Verifica-se, em sentido contrário, a pouca representatividade das redes sociais (com 8% dos inquiridos, sendo a terceira fonte de informação menos impactante), ainda que se verifique a sua maior relevância nas faixas etárias mais jovens.

No que respeita às dimensões de intervenção mais valorizadas, destacam-se:

- ▣ infraestruturas sociais, saúde e educação;
- ▣ ambiente e energia renovável;
- ▣ apoio às PME;
- ▣ formação profissional.

O facto de estas prioridades de intervenção estarem enquadradas nos programas disponíveis para aplicação na Região, não só o Açores 2030, mas também o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR), em regime de

complementaridade, representa uma oportunidade de ir ao encontro das intervenções mais valorizadas pelos cidadãos, fomentando uma participação e perceção positiva relativa à aplicação dos fundos europeus na Região.

Por outro lado, os dados permitem transparecer que, ao reconhecimento dos projetos apoiados por fundos europeus está associada um índice satisfatório de perceção positiva sobre o impacto desses fundos no desenvolvimento dos territórios, pelo que o aumento da notoriedade poderá representar efetivos reforços de perceção positiva.

Resulta ainda a necessidade de diferenciar os canais de comunicação, adequando-os ao público-alvo a alcançar em cada iniciativa de comunicação.

Sondagem IPPS / ISCTE – Os fundos europeus e as políticas públicas em Portugal

Esta sondagem, promovida pelo IPPS-ISCTE, cujas conclusões foram apresentadas em outubro de 2021, revelam que o balanço do impacto dos fundos no desenvolvimento do país como um todo é tendencialmente positivo (44%). Também o impacto dos fundos no desenvolvimento da região foi considerado tendencialmente positivo, ainda que de forma menos intensa (31%).

Por outro lado, a maioria das pessoas não consegue recordar-se de qualquer projeto financiado pelos fundos europeus na sua região (74%). Apesar do balanço positivo quanto ao impacto dos fundos, quase metade dos inquiridos considera que os fundos foram mal utilizados (45%), sendo que apenas 22% os considera bem aplicados. O principal motivo que leva os inquiridos a considerar esta má aplicação prende-se com a perceção de falta de controlo (62%) ou a perceção de que houve pessoas que receberam para investir e não investiram (46%). A maioria (56%) dos inquiridos, considera haver falta de transparência e de controlo na gestão dos fundos, sendo que apenas 16% considera o nível de transparência elevado.

O estudo revela também que os resultados da perceção (em termos de impacto, utilização e transparência) revelam-se progressivamente mais negativos quanto menor é o nível de escolaridade dos inquiridos.

Estes resultados, globalmente alinhados com os dados do Eurobarómetro, deixam antever margem para progresso na divulgação dos projetos cofinanciados e da construção de uma adequada perceção sobre a aplicação dos fundos, assim como da existência de controlos mitigadores do risco de fraude, que têm resultado em níveis de irregularidades residuais.

A correlação entre os resultados e o nível de escolaridade indicia também o impacto positivo que a realização de ações de capacitação dos cidadãos em matéria de fundos europeus poderá ter na melhoria dos vários níveis de perceção.

Annual reports on the protection of the EU's financial interests

O *Annual reports on the protection of the EU's financial interests*, publicado anualmente, agrega dos dados reportados pelos vários Estados-Membros relativos à fraude e atividades irregulares que afetam os interesses financeiros da UE.

Tendo por base o *Annual reports on the protection of the EU's financial interests (PIF Report)* referente a 2022, apesar do número total de irregularidades e fraudes reportadas a nível europeu pelas entidades competentes e AGs ter aumentado ligeiramente em relação a 2021, refletindo também o aumento dos apoios disponíveis, os dados relativamente a Portugal continuam a demonstrar que é um país com contributo muito residual para estes indicadores, bastante abaixo da média da UE, caracterizando-se, assim, como um país cumpridor e com um sistema de controlo adequado.

Estes dados contrapõem, assim, com a perceção pública que tende a persistir sobre a aplicação irregular e pouco transparente dos fundos europeus no país.

Balanço dos Fundos Comunitários Europeus Portugal 2020

Promovido pela Associação de Consultores, em fevereiro de 2022, o inquérito sobre o Balanço dos Fundos Europeus Portugal 2020 reflete 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 um processo complexo, embora 33% avalie como boa a qualidade da documentação disponibilizada sobre as candidaturas e 56% a considere razoável. Resulta assim a necessidade de simplificação a todos os níveis, com a comunicação a desempenhar um papel crucial neste objetivo.

Inquérito Balanço PO Açores 2020

No sentido de conhecer as perceções e tendências de opinião, a AG do PO Açores 2020 realizou um questionário, de participação livre, onde foram abordadas temáticas relacionadas com o conhecimento dos fundos europeus, de forma geral, e do PO Açores 2020, em particular, assim como o respetivo impacto no desenvolvimento da Região e aproximação com o panorama europeu, nível de acessibilidade e clareza da informação e de acessibilidade dos fundos, nível de controlo e transparência, entre outros. Entre beneficiários e público em geral, o questionário contou com 753 respostas.

Foram ainda auscultados os membros do CA do PO Açores 2020, procurando apurar a respetiva perceção sobre a adequação da implementação da Estratégia de Comunicação do anterior programa e as recomendações que daí emanavam.

Através da realização destes inquéritos, verificaram-se bons níveis de notoriedade em matéria de fundos europeus (98,5%) e do Programa Operacional Açores 2020 (70,5%), ainda que a profundidade de conhecimento do programa se revele reduzido para cerca de metade destes inquiridos. O principal motivo apresentado para este desconhecimento prende-se com a perceção de falta de divulgação, sendo também sinalizada a falta de transparência nas informações divulgadas.

Verificaram-se, adicionalmente, bons níveis de perceção relativas ao impacto dos fundos europeus no desenvolvimento da Região, assim como uma perceção relativamente equilibrada sobre a adequação da aplicação dos fundos.

Registaram-se, por outro lado, níveis de resposta menos satisfatórios no que à disponibilidade da informação diz respeito, com cerca de 47% dos inquiridos a considerar que a informação não se encontra ao alcance de todos os cidadãos. Estes registos mostram-se mais positivos junto dos beneficiários do programa.

Também ao nível da possibilidade de acesso aos fundos revela alguma dispersão de entendimentos. Apesar de cerca de 38% dos inquiridos assumirem um entendimento equilibrado, 37% entende que o acesso não se encontra disponível de forma universal.

É ainda notória a perceção de falta de controlo sobre a aplicação dos fundos na Região, com 69% dos inquiridos a concordarem com controlos mais rígidos a este nível.

Reduzindo o universo de inquiridos aos beneficiários do programa, verificam-se melhorias ao nível da perceção sobre a utilidade e clareza da informação disponibilizada pelo programa, assim como relativa aos níveis percecionados de transparência e controlo.

Apurou-se ainda que 72% dos beneficiários inquiridos afirmam que não teriam avançado com os respetivos projetos em caso de inexistência do cofinanciamento europeu e 19% teriam avançado com alterações ao projeto.

Analisando as várias fases do processo, verifica-se uma maior concentração de dificuldades ao nível da utilização do Balcão 2020 e submissão de candidaturas, com uma clara sinalização no que respeita às dificuldades sentidas em matéria de contratação pública.

Por outro lado, apurou-se que cerca de 9% dos inquiridos que conhecem o PO Açores 2020 registou interesse em avançar com candidatura, tendo acabado por não avançar, destacando-se, como principal motivo, a complexidade do processo de formalização da candidatura.

No mesmo âmbito, foram auscultados os membros do CA do PO Açores 2020, tendo sido sinalizada a necessidade de maior presença nos *media* (por exemplo, ao nível da divulgação de avisos), a antecipação da divulgação de

informação que permita um maior planeamento pelos beneficiários, assim como uma clarificação e simplificação dos conteúdos, ao nível das potencialidades de financiamento, critérios de elegibilidade e beneficiários elegíveis.

Desafios e Oportunidades

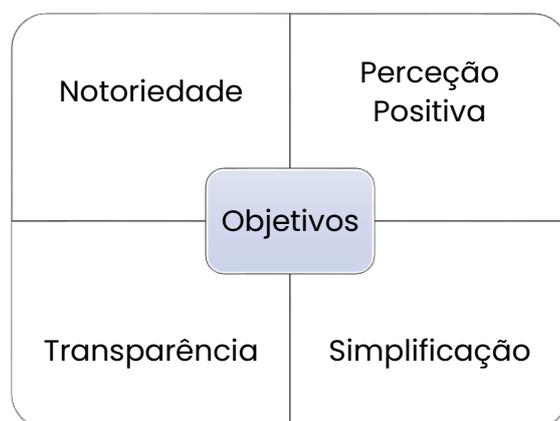
Do conjunto de instrumentos disponíveis, resulta um conhecimento detalhado das principais perceções e opiniões dos vários públicos, que permitem sustentar a tomada de decisão nas fases subsequentes da elaboração do Plano de comunicação. Da identificação dos vários desafios a ultrapassar ao longo do presente período de programação, resultam também um conjunto de oportunidades a que as atividades de comunicação não devem ficar alheias.

Desafios	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ▀ Reduzido nível de reconhecimento de projetos cofinanciados; ▀ Reduzido nível de perceção dos cidadãos sobre os benefícios no seu quotidiano dos projetos cofinanciados; ▀ Significativos níveis de perceção de aplicação pouco adequada dos fundos europeus; ▀ Entendimento representativo de margem para reforço dos níveis de controlo e transparência na gestão dos fundos europeus; ▀ Perceção de complexidade e morosidade dos processos de candidatura; e ▀ Perceção de acessibilidade global dos fundos europeus pouco representativa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▀ Elevada perceção de impacto positivo dos projetos financiados para o desenvolvimento das regiões (junto de quem reconhece projetos financiados); ▀ Correspondência entre as áreas de intervenção mais valorizadas e as prioridades previstas no Programa; ▀ Correlação entre o aumento dos níveis de perceção (em termos de impacto, utilização e transparência) e o aumento do nível de escolaridade e literacia; ▀ Imaterialidade dos níveis de fraude e irregularidades com fundos europeus registados em Portugal; e ▀ Elevado impacto dos fundos na viabilização dos projetos, medido pelo nível de beneficiários que afirmaram não ter avançado com os projetos em caso de ausência de cofinanciamento.

Objetivos

A definição inequívoca de objetivos é uma etapa fundamental para garantir o sucesso das atividades de comunicação e a eficácia da implementação do Programa Açores 2030. Tendo em conta as necessidades identificadas, foram definidos como objetivos de comunicação:

- Aumentar a notoriedade do Programa AÇORES 2030, promovendo maior visibilidade à aplicação dos Fundos Europeus na Região, nomeadamente, no que toca às operações de importância estratégica, e garantindo a disponibilização de toda a informação sobre os apoios disponíveis aos beneficiários e potenciais beneficiários do Programa;
- Reforçar a perceção pública positiva sobre a aplicação dos fundos europeus, destacando junto dos cidadãos o contributo positivo destes fundos para o desenvolvimento da Região e para o seu quotidiano;
- Reforçar a transparência da aplicação dos Fundos Europeus na Região, incrementando a confiança dos cidadãos;
- Promover a simplificação no acesso aos fundos, através da capacitação e apoio aos diversos intervenientes.



De forma a promover o alcance dos objetivos gerais elencados, procedeu-se à sua desagregação em objetivos específicos, nomeadamente:

- Promover a projeção da marca Açores 2030, contribuindo para o sucesso da Implementação do programa;

- ❖ Divulgar junto dos beneficiários, potenciais ou efetivos, as possibilidades de apoio e financiamento;
- ❖ Reforçar a notoriedade dos projetos apoiados, em especial das operações de importância estratégica;
- ❖ Promover o envolvimento ativo dos beneficiários, enquanto parceiros de comunicação das operações por si promovidas;
- ❖ Reforçar a perceção de impacto positivo da aplicação dos fundos na Região, através da divulgação dos resultados alcançados;
- ❖ Promover, junto dos cidadãos, a notoriedade dos benefícios quotidianos resultantes de operações financiadas;
- ❖ Promover o envolvimento ativo de todos os públicos nas atividades realizadas, proporcionado a interação e aproximação indutoras da notoriedade e do reforço da perceção pública positiva;
- ❖ Promover a colaboração e envolvimento ativo dos Organismos Intermédios (OIs), enquanto atores fundamentais no sucesso do Plano de comunicação;
- ❖ Promover a divulgação e amplificação das mensagens, através da colocação de notícias nos *media* com favorabilidade mediática positiva;
- ❖ Promover a criação de instrumentos de apoio aos beneficiários no acesso aos fundos e acompanhamento das respetivas operações, reforçando também a simplificação no acompanhamento da execução do programa e das suas realizações por parte dos restantes públicos;
- ❖ Promoção da transparência na aplicação dos fundos, através da partilha de informação acessível, tempestiva e adequada às necessidades de cada público;
- ❖ Promoção da notoriedade dos controlos instituídos sobre a aplicação dos fundos, e do respetivo impacto positivo nos níveis de irregularidades reportadas.

Públicos-Alvo

Atendendo à amplitude da potencial audiência do Programa, a segmentação dos públicos-alvo assume-se como de importância relevante, permitindo direcionar eficazmente os esforços de comunicação, impactando-a de forma relevante e agregadora de valor, contribuindo para o sucesso da implementação do Programa e alcance dos objetivos definidos.

Para o efeito, os públicos-alvo foram organizados nos seguintes segmentos:

- i) **Ecosistema dos Fundos**, que contempla todos os parceiros de governação e entidades que, de forma direta ou indireta, têm intervenção no funcionamento e gestão dos fundos, onde a informação veiculada contribuí para a consecução dos objetivos de gestão do Programa;
- ii) **Beneficiários**, agregando tanto os beneficiários efetivos como os potenciais;
- iii) **Cidadãos** em geral, enquanto último destinatário da intervenção europeia; e
- iv) **Opinion markers**, que enquadra os elementos com particular impacto na construção da opinião pública sobre os fundos europeus, com ampla capacidade de disseminação e amplificação das mensagens.



Ecosistema
dos Fundos



Beneficiários



Cidadãos



Opinion Makers

Ecossistema dos Fundos

Constituem o ecossistema dos fundos todos os atores que desempenham um papel relevante no funcionamento dos fundos na Região, carecendo de informação específica, atempada e regular para que possam dar cumprimento às suas atribuições com a proficiência necessária.

Enquadram-se neste público:

- ▀ Estrutura técnica da AG;
- ▀ OIs, responsáveis também pela implementação ativa do Plano de Comunicação, em articulação com a AG;
- ▀ CA, responsável pela monitorização do desempenho do programa;
- ▀ Atores Governamentais, responsáveis pela adequada alocação dos fundos disponíveis e pela tomada de decisão que maximize o impacto dos recursos disponíveis;

Atendendo às necessidades específicas de informação que decorrem das respetivas responsabilidades de gestão, comunicação, monitorização ou aprovação, torna-se essencial a disponibilização dos elementos informativos necessários tempestivamente. Informação relativa à programação ou estado de execução, indicadores de realização e resultado alcançados, resultados das políticas implementadas com a intervenção do Programa, entre outros, assumem-se de especial importância para este tipo de público, devendo ser privilegiadas, iniciativas de comunicação que promovam o debate e reflexão, a análise de resultados e a partilha de conhecimentos, capacitando os diversos intervenientes. Assim, conferências, *webinars*, sessões de capacitação ou entrevistas assumem-se como iniciativas a privilegiar.

Beneficiários

Este público-alvo abrange, de modo geral, todos os beneficiários potenciais ou efetivos (indivíduos/organizações que têm projetos apoiados por fundos europeus ou que, não tendo, são potenciais candidatos aos mesmos), assumindo-se, também eles, como atores chave no processo de comunicação.

Enquadram-se, deste modo, a título exemplificativo:

- ▀ Administração pública regional e local;
- ▀ Institutos, empresas e associações públicas;
- ▀ Instituições de ensino superior;
- ▀ Entidades públicas e privadas sem fins lucrativos;
- ▀ Empresas privadas;
- ▀ Associações empresariais;
- ▀ Entidades formadoras certificadas;
- ▀ Instituições particulares de solidariedade social.

Junto deste público devem ser divulgadas, de forma rigorosa, mas simplificada, todas as oportunidades de cofinanciamento disponíveis, os procedimentos de apresentação de candidaturas e respetivas condições de acesso, procedimentos de análise de candidaturas ou pontos de contacto para obtenção de informações e esclarecimentos adicionais. Importa, assim, promover a capacitação deste público para a adequada gestão de toda a operação e cumprimento dos requisitos em vigor (por exemplo, em matéria de publicidade e comunicação dos projetos), sensibilizando e promovendo a sua valorização enquanto parceiro-chave na comunicação das suas operações e respetivas realizações, com destaque para o apoio na comunicação das operações de importância estratégica.

Neste sentido, devem ser destinadas aos beneficiários, por um lado, ações de comunicação de amplo alcance, que garanta o conhecimento próximo do programa e das suas potencialidades de financiamento, mas simultaneamente, ações complementares de simplificação e apoio, figurando como exemplos os guias de beneficiário, os conteúdos de apoio presentes no website ou as sessões de capacitação a realizar.

Cidadãos

Enquadra todos os cidadãos que, de forma direta ou indireta, beneficiam dos impactos positivos das realizações do Programa, figurando como destinatário último da intervenção europeia.

Através de uma comunicação inclusiva, apelativa e abrangente, importa promover ações que permitam alcançar as várias faixas etárias e sociais, através da utilização integrada de diversas ferramentas de comunicação, devidamente adaptadas na sua mensagem. Desconstruir perceções pouco sustentadas, ao nível dos impactos ou adequação da aplicação dos fundos, da transparência ou complexidade do seu acesso, representarão benefícios múltiplos, promovendo o envolvimento e participação de todos nas ações programadas.

Opinion Makers

Enquadrando todos os elementos com impacto relevante na informação e construção da opinião pública sobre o tema dos fundos europeus, abrange meios de comunicação social, jornalistas, comentadores ou cronistas e todos aqueles com potencial de amplificação da atuação do Programa Açores 2030. Também os centros de informação europeia, enquanto parceiros de comunicação, se enquadram neste público.

Pelo potencial influenciador e amplificador, importa, além do desenvolvimento de atividades de relações públicas (indutoras de notícias regulares com elevados níveis de favorabilidade), promover o estabelecimento de relações de parceira na realização de ações de *mass media*, que permitam impactar um público abrangente e variado.

Aliado às potencialidades de disseminação da mensagem, pela sua penetração em diferentes segmentos da sociedade, os *opinion makers* apresentam um elevado contributo potencial para o aumento da compreensão pública e da transparência. Para o efeito, também a promoção de sessões de capacitação destinadas a este público ganha especial relevo.

Identidade Visual

Marca Açores 2030

O logótipo do Açores 2030 assume uma não continuidade estética face ao logótipo do Açores 2020, visando garantir uma maior coerência e simplificação para com a marca do Portugal 2030.

Deste modo, e procurando capitalizar a notoriedade já associada à marca do Portugal 2020, optou-se por adaptar o logótipo deste novo período de programação, incorporando as cores da Região Autónoma dos Açores (RAA) – azul e branco. O logótipo foi, assim, desenhado tendo por referência os logótipos do Portugal 2020 e Portugal 2030.

O *namming* deste Programa tem a mesma designação que o período de programação anterior, apenas com a atualização da terminologia para 2030, permitindo, desta forma, dar continuidade à marca.



A logomarca do Açores 2030 pretende assumir-se como um elemento central em todas as ações de comunicação, visando o reforço da sua notoriedade. Assim, será presença permanente em todos os materiais de comunicação da AG e restantes atores relevantes no processo de implementação do Plano de Comunicação.

As marcas do Açores 2030

Para o programa Açores 2030 foi criada a marca “Construir 2030”, destinada ao sistema de incentivos às empresas da Região. Foram, neste âmbito, desenvolvidos quatro subsistemas de incentivos com adaptações ao logótipo do Construir 2030.

Esta medida permite criar uma maior proximidade com as empresas da Região.



Aplicações do logótipo



1. Merchandise



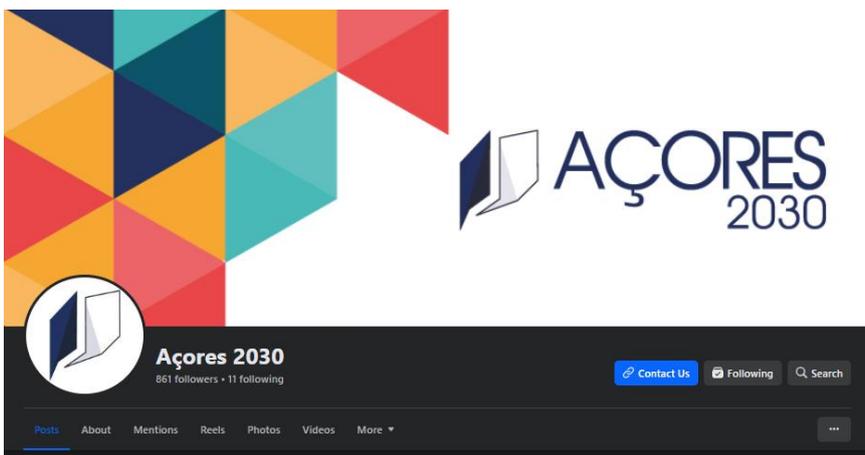
2. Website Açores 2030



3. Website Construir 2030



4. Posts Social Media



5. LinkedIn e Facebook



Assinatura

De forma a capitalizar a notoriedade associada à existência de uma assinatura comum nos vários programas do Portugal 2030, enquadrada também pelo objetivo comum de reforço da proximidade, o Açores 2030 adotou a mesma assinatura:

Os Fundos Europeus mais próximos de si.

A assinatura destaca a presença dos Fundos Europeus no dia-a-dia dos cidadãos, bem como a proximidade e acessibilidade crescentes dos programas. Reforça também os objetivos de comunicação deste período, que são comuns a todos os programas – simplificação, proximidade e transparência.

Plano de Ação

O Plano de Ação consubstancia o conjunto de iniciativas que, de forma integrada, e ao longo dos vários momentos, serão implementadas no sentido de materializar o Plano de Comunicação, procurando alcançar os objetivos estipulados.

Para o efeito, foi priorizada a utilização dos meios digitais, amplificadores da interação e envolvimento (potenciando, sempre que possível, as vantagens permitidas pelos avanços nas ferramentas de Inteligência Artificial), não negligenciando, ainda assim, o impacto relevante que os meios tradicionais representam, através, por exemplo, da realização de eventos presenciais, materiais informativos ou dos formatos tradicionais de imprensa. Será, assim, implementado um mix de ferramentas que permita, de forma integrada, potenciar a efetividade do processo de comunicação, adaptando o canal, mensagem e tom de comunicação ao segmento de público a alcançar.

O Plano de Ação será implementado ao longo de três fases distintas, mas estrategicamente articuladas entre si: lançamento, execução e encerramento.

A fase de lançamento, relativa aos anos de 2023 e 2024, coincidirá com o início do funcionamento do Programa, sendo o foco do Plano de comunicação dar a conhecer a sua programação e as principais oportunidades de financiamento disponíveis, promovendo a sua notoriedade.

Durante a fase de execução (2025 a 2027), ainda que se mantenham os objetivos da fase anterior, começam a surgir as primeiras realizações e resultados dos investimentos. Assim, além da importância de continuar a divulgar os principais avisos e oportunidades de financiamento e tentar consolidar a notoriedade obtida, torna-se fundamental divulgar as primeiras realizações já disponíveis.

Na etapa de encerramento (2028 e 2029), a prioridade assiste na divulgação de projetos emblemáticos, que contribuam para personificar a adequada aplicação dos fundos na Região, demonstrando os impactos positivos nas principais prioridades de intervenção e os benefícios que representam no quotidiano dos cidadãos.

Importa durante todas as fases de implementação do Programa, manter uma interação e comunicação contínua com os vários públicos-alvo, apoiando os objetivos de gestão e de implementação do Programa.

Website

A existência e atualização em permanência do website do programa, continua a representar uma das ferramentas centrais do mix de comunicação, funcionando como um canal privilegiado de contacto com todos os públicos, oferecendo também um robusto repositório da informação relacionada com o Açores 2030. Funcionando em estreita articulação com as restantes ferramentas de comunicação, com destaque para as redes sociais e newsletter, o website permitirá disponibilizar, em permanência, um conjunto alargado de informação, de onde se destacam:

- ▀ Versão integral do Programa;
- ▀ Plano de Avisos;
- ▀ Avisos de concurso e respetiva documentação
- ▀ Legislação e documentação relevante;
- ▀ Lista de operações aprovadas;
- ▀ Guias de capacitação dos (potenciais) beneficiários;
- ▀ Dados relativos à execução do Programa;
- ▀ Relatórios de avaliação;
- ▀ Elementos gráficos e normas de utilização;
- ▀ Boas práticas e testemunhos;
- ▀ Notícias e destaques; e
- ▀ Áreas de ajuda.

Os conteúdos do site são sujeitos a atualização diária, desenvolvendo-se um conjunto de ações marketing de conteúdo, quer através de conteúdo de produção própria, quer pela otimização do conteúdo produzido pelos beneficiários, que permitam aumentar os níveis de notoriedade do Programa e de divulgação das oportunidades de financiamento. Garantindo a presença do conteúdo mais relevante e atualizado na homepage, pretende-se assegurar que o site é de fácil navegação, com conteúdo acessível e de compreensão generalizada.

O site do Açores 2030 está integrado no *multisite* do Portugal 2030, tornando a navegação do utilizador mais acessível ao fornecer conteúdos comuns e

harmonizados, bem com um design semelhante entre os programas. Apresentação visual do site é semelhante entre programas, que contribui para a simplificação e consolidação de um ecossistema coeso. Além dos benefícios do utilizador, o *backoffice* também permite a partilha de conteúdos entre programas, que podem ser ajustados de acordo com a especificidades de cada um, representando, assim, uma importante fonte de sinergias.

Recorrendo ao *SEO (Search Engine Optimization)*, ferramenta que visa a otimização do posicionamento dos sites nos resultados de pesquisa orgânica, tem-se por objetivo aumentar a visibilidade do site do Açores 2030, gerando um maior tráfego e promovendo a visibilidade digital do programa. Através da utilização de ferramenta de otimização do SEO, pretende-se assegurar a definição estratégica de títulos e palavras-chave, produção de conteúdos relevantes e informativos ou a construção de links externos.

Redes Sociais

Num contexto em que o digital é cada vez mais uma realidade consolidada, as redes sociais assumem um papel de destaque nos planos de comunicação. As redes sociais não servem apenas para dinamizar a partilha de informações, funcionando como canais privilegiados para a construção de relacionamentos, aumento do envolvimento e interação com os vários públicos, aumento da notoriedade e promoção da transparência.

Assumindo a necessidade de alinhamento entre as redes sociais utilizadas com os objetivos do programa, o Açores 2030 está presente nas redes sociais Facebook, LinkedIn, Twitter – X, Instagram e Youtube, alargando, deste modo, o espectro de redes sociais utilizadas face ao último programa.

O conteúdo será personalizado para cada uma dessas redes tendo em conta o público-alvo e o tom de comunicação mais valorizado. O formato do conteúdo será adaptado para garantir que a comunicação é eficaz na plataforma em que se insere. Uma monitorização próxima dos resultados obtidos em cada rede permitirá também um ajustamento da estratégia, privilegiando os tipos de conteúdo que se mostrem mais valorizados pelos respetivos públicos.

As redes sociais permitirão uma dinâmica partilha de conteúdos relacionados com o lançamento de avisos, eventos, notícias, boas práticas e

outros temas que se revelam boas oportunidades mediáticas a cada momento.

Adicionalmente, por via da interação que gera, permitem a obtenção de feedback, compreendendo melhor as necessidades e opiniões. Funcionará ainda como um importante veículo de geração de tráfego para os restantes canais, nomeadamente o website.

Além de uma aposta nas publicações orgânicas, geradoras, por si só, de alcance junto dos utilizadores, pretende-se complementar a presença nas redes sociais com a existência de campanhas pagas, que permitam otimizar o alcance e notoriedade.

As metas pretendidas para as redes sociais incluem aumentar o alcance, o número de seguidores e o número de publicações, enquanto contributo para o aumento da notoriedade do programa e promoção da transparência.

Newsletter

A criação de uma newsletter mensal complementa a estratégia de comunicação digital do Açores 2030. As newsletters têm o propósito de manter os beneficiários informados sobre o programa, incluindo notícias, abertura de avisos, eventos, boas práticas, atualização de documentos e outras informações relevantes. Também os *opinion makers* e elementos do ecossistema dos fundos poderão obter informação relevante ao nível da implementação do programa ou dos resultados e impactos alcançados.

Pretende-se, deste modo, promover o adequado uso das vantagens que esta ferramenta potencia, onde se destaca a possibilidade de segmentação, personalizando as mensagens difundidas de acordo com a natureza de cada público.

Aliada à disseminação de informações úteis e apelativas, a distribuição de newsletters permite estabelecer uma relação mais próxima com o público-alvo através da partilha de insights relevantes, promovendo a notoriedade do programa, que se pretende assumir como uma referência em matéria de fundos europeus.

Este poderoso canal funcionará ainda como um instrumento de geração de tráfego para os restantes canais digitais do programa.

Em complemento à newsletter, promove-se a partilha, pela estrutura técnica da AG, de um boletim de notícias diário, que agrega as principais notícias relacionadas com o programa e fundos europeus em geral, permitindo um acompanhamento contínuo da perceção mediática.

Eventos

A realização de eventos é uma estratégia eficaz para promover a proximidade dos vários públicos-alvo. Os eventos podem assumir diversos formatos: presenciais, online ou híbridos. Desempenham um papel essencial para promover a transparência dos fundos porque através deles é possível partilhar resultados, oportunidades de financiamento, conhecimento técnico sobre o programa, casos de sucesso, entre outros.

Para promover o início do programa, vão ser realizados roadshows de lançamento em várias ilhas do Arquipélago. Além de assinalar a apresentação do Açores 2030, estes roadshows temáticos, abordarão temas sinalizados numa perspetiva de capacitação e simplificação, como sejam a submissão de candidaturas, elaboração de pedidos de pagamento, obrigações de comunicação ou temas de contratação pública. O público-alvo destes roadshows são os beneficiários e os potenciais beneficiários.

Promover-se-á, adicionalmente, a realização de eventos anuais de forma a partilhar os progressos obtidos pelo Programa a cada momento. Pelo impacto mediático destas iniciativas, pretende-se que constituam momentos de debate e capacitação. O envolvimento da sociedade civil permitirá robustecer este debate, promovendo também um contributo importante para os objetivos de transparência.

O evento de encerramento será o culminar deste período de programação, promovendo o balanço da execução do Programa, destacando as suas realizações e impactos positivos potenciados por essa intervenção.

A comunicação das principais conclusões e recomendações dos processos de avaliação em que o Açores 2030 participe assumirá também especial

relevo, promovendo a transparência e a perceção do impacto da intervenção do programa nas principais áreas socioeconómicas da Região.

Adicionalmente, e na persecução da simplificação, promover-se-ão ao longo do período de programação sessões de capacitação destinada aos beneficiários sobre os temas sinalizados como de maior complexidade.

Privilegiando-se o formato presencial, procurará assegurar-se, de forma genérica, a possibilidade de acompanhamento via *streaming*, promovendo uma participação inclusiva através da minimização dos impactos da dispersão geográfica.

Numa ótica de aproveitamento de sinergias e de amplificação das boas práticas, a associação a iniciativas de âmbito europeu ou nacional, como o *Regiostars* ou Prémios de Fundos (de cariz nacional) fazem também parte do plano de ação, através da sensibilização e assessoria aos beneficiários. Isso permite obter notoriedade transversal para projetos emblemáticos financiados pelos fundos europeus na Região.

Ações de capacitação

As ações de capacitação do Açores 2030 procuram fomentar as capacidades de intervenção dos atores nas suas áreas de atuação, sejam eles *opinion makers* ou membros do ecossistema dos fundos. Estas iniciativas têm como objetivo melhorar as competências e fornecer conhecimentos especializados sobre o Programa.

Serão, assim, promovidas ações de capacitação aos órgãos de comunicação social regionais visando a informação e simplificação de temas mais técnicos e complexos, que contribuam para a construção de uma opinião pública mais informada e esclarecida. Ao fortalecer o conhecimento deste público sobre as temáticas dos fundos europeus a transparência, notoriedade e perceção pública serão reforçadas.

No contexto do ecossistema dos fundos, as ações de capacitação vão ter um papel crucial no melhor entendimento dos princípios da programação e dos seus objetivos, garantindo uma aplicação mais robusta e otimizada do Programa e uma tomada de decisão mais informada e capacitada.

Media Relations

A implementação de uma estratégia de *media relations* afigura-se como uma ferramenta fundamental do Plano de Comunicação do Açores 2030, atendendo à elevada penetração que estes meios capitalizam junto dos vários públicos. Com elevadas potencialidades no fortalecimento da notoriedade do programa, estas atividades têm como objetivo estabelecer uma relação próxima e colaborativa com os órgãos de comunicação social, promovendo e influenciando a publicação de notícias de elevada favorabilidade, com repercussões também ao nível da opinião pública.

Para o efeito, será priorizado o envio de comunicados de imprensa, segmentados em função das oportunidades mediáticas de cada momento, a organização de entrevistas, ou o convite para participação nos eventos organizados.

O contato regular com os *opinion makers* e a gestão ativa destas relações, permitirá uma aproximação deste público, promovendo a projeção regional do Programa com melhores índices de favorabilidade, aumentando igualmente a perceção de transparência e a notoriedade do programa.

Ações de comunicação de Mass Media

Em complemento às atividades de *media relations*, o estabelecimento de relações de parceria para a realização de ações de comunicação de *mass media*, promoverá benefícios múltiplos ao nível da abrangência de público impactado.

Através de iniciativas de parceria mediáticas, que garantam um alcance significativo junto do grande público, pretende-se demonstrar a diversidade de projetos apoiados e os seus impactos no território, através de uma linguagem simples, clara e apelativa, amplificadora da proximidade e transparência.

Este tipo de iniciativas poderá também assumir a forma de publicidade paga em órgãos de comunicação regionais.

Guia do Beneficiário

Promovendo a simplificação e assessoria ao beneficiário no cumprimento das obrigações decorrentes da respetiva operação, o Açores 2030 disponibilizará o Guia do Beneficiário, documento que agregará todas as responsabilidades previstas na legislação ao nível de comunicação e publicidade, disponibilizando também materiais de apoio para o respetivo cumprimento.

Este guia, sendo uma boa prática que se mantém do período de programação anterior, assume especial importância num enquadramento onde estão previstas correções financeiras em caso de não cumprimento dos requisitos de comunicação.

Este instrumento vai fortalecer a área de ajuda do website, sendo atualizado sempre que necessário, e complementado também com as sessões e materiais de capacitação sobre o tema.

Plano Anual de Avisos

A elaboração e publicação do Plano Anual de Avisos, obrigação que figura no enquadramento normativo europeu, assume-se como um importante instrumento de planeamento para os potenciais beneficiários. Este documento corporiza o calendário de abertura dos avisos, figurando como veículo privilegiado para um vasto leque de iniciativas de divulgação e promoção.

Projetando em permanência os 12 meses seguintes, com maior nível de detalhe para o primeiro quadrimestre, o plano anual de avisos é sujeito a revisão a cada quatro meses. Dele consta informação caracterizadora sobre os avisos a publicar, como os objetivos, enquadramento estratégico, programático, beneficiários e ações elegíveis, assim como a dotação disponível.

Além de um poderoso instrumento de planeamento, contribuirá também para a melhoria da transparência e para a promoção da participação ativa na implementação do programa.

Também os avisos abertos, e a respetiva documentação de suporte, constam de menu próprio no website do Açores 2030, o qual permite a ligação ao Balcão dos Fundos para a submissão de candidatura.

Lista de Operações Aprovadas

Também decorrente de obrigação regulamentar, a publicação da lista de operações aprovadas é um importante contributo para o reforço da transparência associada à aplicação dos fundos europeus.

Além dos requisitos de transparência, a listagem de operações assume-se como um importante repositório de boas práticas, representando um *input* de relevo para iniciativas de comunicação complementares como inaugurações, visitas, ações de *mass media*, entre outras.

A listagem de operações aprovadas estará disponibilizada em permanência no website do Açores 2030, sendo sujeita a atualização numa periodicidade mensal.

Boletim Trimestral

Recorrendo a prática já adotada no período de programação anterior, o Açores 2030 promoverá, numa periodicidade trimestral, a publicação de um boletim informativo, onde constem os principais dados relativos à implementação do programa.

Informações relativas à aprovação, execução e pagamentos realizados, ou indicadores de realização e resultado estarão, assim, disponibilizadas em permanência, permitindo a informação dos vários públicos de forma regular, abrangente e tempestiva.

O boletim trimestral revela-se, assim, como uma importante ferramenta de comunicação do Açores 2030, reforçando requisitos de transparência e

confiança, promotores também de um reforço da perceção positiva sobre a aplicação dos fundos na Região.

No quadro seguinte apresenta-se um resumo das ações previstas no presente plano, a sua calendarização, público-alvo e objetivos a alcançar.

Ações	Calendarização																				Públicos				Objetivos			
	2023				2024				2025				2026				2027				Ecosistema dos Fundos	Beneficiários	Cidadãos	Opinion Makers	Aumentar a notoriedade	Reforçar a perceção pública positiva	Reforçar as ideias de simplificação e transparência	
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T								
Website Açores 2030		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Redes Sociais Açores 2030			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Newsletter Açores 2030					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
Eventos Anuais			x	x		x		x		x		x		x		x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x
Capacitação Opinion Makers								x				x				x				x				x			x	
Capacitação Ecosistema dos Fundos						x				x						x				x	x							x
Media Relations				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x
Ações de comunicação de mass media						x		x		x		x		x		x		x		x		x	x	x	x	x	x	x
Guia de apoio ao beneficiário						x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x					x	x
Plano Anual de Avisos			x	x		x	x	x		x	x	x		x	x	x		x	x	x		x		x			x	x
Lista de operações aprovadas						x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x			x	x
Boletim Trimestral						x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x	x

Operações de Importância Estratégica

O Regulamento das Disposições Comuns para o período 2021-2027 (Regulamento UE 2021/1060, de 24 de junho de 2021) introduz novos requisitos comunicacionais ao nível da publicitação de projetos, no que respeita às Operações de Importância Estratégica. Estas operações destacam-se pela sua natureza sistémica, por serem inovadoras, de especial relevância a nível nacional ou regional, por apoiarem um número elevado de destinatários e/ou terem uma dimensão financeira considerável.

Pela sua relevância, os beneficiários destas operações devem promover, em articulação com a AG, eventos ou atividades de comunicação que assegurem a sua divulgação e promoção, onde o apoio da UE seja destacado proeminentemente, criando atividades geradoras de notoriedade. O evento ou atividade devem ser acessíveis aos meios de comunicação social e deve assumir-se como uma oportunidade de tornar o projeto e os respetivos impactos positivos na Região visíveis para o público em geral, destacando estas operações das demais apoiadas pelo Programa.

As ferramentas de apoio ao cumprimento desta obrigação, nomeadamente o [toolbox de Comunicação de Operações de Importância Estratégica](#), emanado pela Comissão Europeia (CE), estabelece o seguinte processo de

	Programação	Seleção	Monitorização	Comunicação e Visibilidade	
O quê?	Lista de operações planeadas de importância estratégica e um cronograma	Selecionar operações de importância estratégica e informar a comissão	Monitorização do progresso implementação Fornecer informações para revisões anuais	Garantir a visibilidade do suporte, em particular de operações de importância estratégica	Organização de eventos/atividades de comunicação
Quem?	Estado membro	AG	CA, Estado-Membro e AG relevante	Estado membro	Beneficiário
Quando?	No momento da submissão do programa	Dentro de um mês após a seleção	MC: Pelo menos uma vez por ano AR: Uma vez por ano	Ao Longo 2021-2027	Durante a implementação do projeto
Artigo RCP	Artigo 22º, nº3, Apêndice 3	Artigo 73º, nº5	Artigo 38º (3), 40º (1,g), 41º (3)	Artigo 46º	Artigo 50º (nº1,e)

implementação destas operações:

O mesmo guia elenca, não exaustivamente, os formatos ou tipologias que esta atividade de comunicação pode assumir:

Campanhas dedicadas à Operação.
Inauguração ou encerramento de eventos, como a abertura de um centro, acabamento de uma obra, etc.
Eventos que garantam a presença e cobertura dos <i>media</i> , como conferências de imprensa, visitas de jornalistas a projetos e outros formatos.
Atividades que mostrem conquistas de projetos, por exemplo visitas a laboratórios, instalações formadas, visitas ao local, feiras, etc.
Eventos que promovam um maior alcance e que envolvam destinatários finais e/ou público-alvo como competições, visitas guiadas, workshops, etc.
Eventos específicos que ofereçam experiências únicas, como exposições, espetáculos de contar histórias, peças de teatro, desfiles de moda, etc.
Qualquer outro formato de evento ou atividade de comunicação que reconhece o financiamento e envolve a CE e a AG.

A este nível, importa que a AG colabore de forma ativa com o beneficiário, por exemplo:

- ▀ Esclarecendo quais as suas responsabilidades antes do início da implementação da operação;
- ▀ Sugerindo eventos ou atividades de comunicação personalizadas para seleção pelos beneficiários;
- ▀ Sensibilizando pedagogicamente os beneficiários em relação às suas obrigações (através, por exemplo, da partilha de orientações ou documentos de capacitação);
- ▀ Indicando a contratação de agências de comunicação especializadas para fornecer o suporte necessário e personalizado à implementação das atividades de comunicação;
- ▀ Apoiando os beneficiários nas suas atividades de *media relations*;

O Açores 2030 definiu, no âmbito da respetiva programação, como Operações de Importância Estratégica as seguintes:

- ▀ Projeto de Hidrogénio Verde (OE 2.2);
- ▀ Construção do novo edifício SEEMBO – Serviço Especializado de Epidemiologia e Biologia Molecular (OE 4.5)

Complementarmente, serão determinadas pela AG o conjunto de operações de importância estratégica, após a seleção das operações, nos seguintes OEs:

- ▀ OE 1.5 - Reforçar a conectividade digital, relacionadas com a criação de infraestruturas de base que permitam criar condições favoráveis à ampliação e implementação das infraestruturas de conectividade digital de banda larga e a instalação de redes de banda larga de alta velocidade;
- ▀ OE 2.4 – Proteção e defesa do litoral;
- ▀ OE 3.2 - Reforço, adaptação, renovação e requalificação das infraestruturas portuárias da RAA, melhorando as suas condições de operacionalidade, eficiência e segurança e aumentando a sua resistência a alterações climáticas;
- ▀ OE 4.f - ofertas de educação/formação profissionalizantes.

Complementaridades

O Plano de Comunicação do Açores 2030 reflete os princípios orientadores previstos no Plano Global de Comunicação do Portugal 2030, o qual, por sua vez, consubstancia as linhas de orientação comuns e transversais, decorrentes de uma visão partilhada dos membros da Rede de Comunicação. A Rede de Comunicação do Portugal 2030, tendo por objetivo contribuir para o desenvolvimento das atividades de promoção da notoriedade, transparência e comunicação, permite potenciar um conjunto de sinergias relevantes entre a ação dos vários programas, promovendo ainda a realização de iniciativas conjuntas, de âmbito nacional, com impacto nos objetivos de comunicação dos vários programas. Exemplos destas sinergias são a iniciativa de comunicação anual do Portugal 2030, o dicionário dos fundos, ou as ações de comunicação *mass media* de âmbito nacional.

Por outro lado, encontra-se previsto no contrato de delegação de competências com os OIs que estes devem colaborar, sempre que solicitado pela AG, na elaboração e implementação do plano global de comunicação. Assim, numa ótica de promoção de sinergias e de capitalização do conhecimento próximo de projetos e beneficiários, promove-se a estreita colaboração entre a AG e os OIs, que permita uma atuação integrada e articulada entre todos os atores na persecução comum dos objetivos estipulados no Plano.

Adicionalmente, e uma vez que tanto o PRR como o Portugal 2030 assentaram a base estratégica da sua programação na Estratégia Portugal 2030, enquanto referencial para o desenvolvimento económico e social do país no horizonte da presente década, ambos as fontes de financiamento atuam numa ótica de complementaridade. Apesar de ambas enquadrarem projetos de grande impacto para a população, os respetivos horizontes temporais de aplicação são distintos, pelo que a sua complementaridade ganha relevância adicional. Neste sentido, importa também que esta ótica de complementaridade se reflita nas atividades de comunicação, promovendo sinergias e permitindo capitalizar a notoriedade já conquistada por ambas as fontes de financiamento.

Monitorização

A monitorização permanente do desempenho do Plano de Comunicação do Açores 2030 ao longo de todo o seu ciclo de implementação assume crucial relevância no acompanhamento do grau de concretização dos objetivos e o impacto das ações desenvolvidas, permitindo detetar tempestivamente os ajustamentos que se revelem necessários.

Para o efeito, foi definido um quadro de indicadores que suportam o processo de monitorização, apurados de forma periódica.

Indicador	Unidade de Medida	Tipo	Período	Metas						
				2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Nº Visitas Website	Nº	Realização	Anual	10 000	23 000	25 000	26 000	26 000	26 000	30 000
Nº de Seguidores nas Redes Sociais	Nº	Resultado	Anual	784	634	533	470	470	470	470
Nº de Publicações nas Redes Sociais	Nº	Realização	Anual	60	156	156	156	156	156	156
Alcance das Publicações nas Redes Sociais	Nº	Resultado	Anual	2000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
Nº de Eventos	Nº	Realização	Anual	2	4	3	3	3	3	4
Nº de Participantes em Eventos, Seminários e Sessões Informativas	Nº	Resultado	Anual	120	540	340	340	340	340	540
Nº de Newsletters Enviadas	Nº	Realização	Anual	0	12	12	12	12	12	12
Nº de Subscritores Newsletter	Nº	Resultado	Anual	100	75	75	75	75	50	50
Nº de Atualizações Plano Anual de Avisos	Nº	Realização	Anual	2	3	3	3	3	3	3
Nº de Atualizações da Lista de Operações Aprovadas	Nº	Realização	Anual	0	12	12	12	12	12	12
Nº de Ações de Comunicação de Mass Media	Nº	Realização	Anual	0	2	2	2	2	2	2
Nº de Notícias Geradas	Nº	Resultado	Anual	300	700	1100	1500	1900	2300	2700
Nº de Ações de Capacitação Comunicação Social	Nº	Realização	Anual	0	1	1	1	1	1	1
Nº de Ações de Capacitação Stakeholders	Nº	Realização	Anual	0	1	1	1	1	1	1
Nº de Ações de Avaliação Realizadas	Nº	Realização	Anual	0	0	1		1	0	0
Favorabilidade Mediática	Nº	Resultado	Anual	4	4	4	4	4	4	4

Também a análise regular a outras fontes de informação disponíveis, como sejam o *dashboard* da Rede de Comunicação, o barómetro semestral da perceção pública sobre os Fundos, a realização de questionários ou outros meios de aferição direta de amostra representativa da população, permitirá a obtenção de *insights* relevantes.

A execução das ações de comunicação e de promoção da notoriedade são sujeitas adicionalmente, e conforme previsto na alínea e) do n.º 1 do Artigo 11.º do Decreto Regulamentar Regional n.º 9/2023/A, de 23 de março, a acompanhamento e análise pelo CA.

Em acréscimo, encontra-se prevista a realização de avaliação qualitativa intercalar e final do Plano de Comunicação, por entidade independente, conforme projetado no respetivo Plano de Avaliação. Neste âmbito será aferido o contributo do Plano de Comunicação para o alcance dos objetivos de comunicação definidos, em particular para o aumento da notoriedade do programa, reforço da perceção pública positiva sobre a sua aplicação e para o aumento da perceção de transparência e controlo.

Orçamento

Tendo por base o plano de ação projetado, a AG afeta um orçamento indicativo total de 2 milhões de euros.

Esta verba é suportada pela Assistência Técnica do Açores 2030, destinada a financiar o normal funcionamento da unidade de comunicação, enquanto estrutura técnica de apoio à implementação do programa.

Será assegurada por esta via o financiamento de todas as ações de comunicação previstas no presente Plano, assim como os custos com recursos humanos, procurando também maximizar as sinergias com ações desenvolvidas por outros programas e entidades no âmbito do ecossistema dos fundos.

	Lançamento	Execução	Encerramento	TOTAL
Website e Redes Sociais	10 000,00 €	30 000,00 €	20 000,00 €	60 000,00 €
Eventos e Sessões de Divulgação	65 000,00 €	105. 000,00 €	70 000,00 €	240 000,00 €
Ações de Mass Media	40 000,00 €	120 000,00 €	80 000,00 €	240 000,00 €
Sessões de Capacitação	15 000,00 €	22 500,00 €	15 000,00 €	52 500,00 €
Produção de Conteúdos Audiovisuais	15 000,00 €	21 000,00 €	14 000,00 €	50 000,00 €
Newsletter	350,00 €	1 050,00 €	700,00 €	2 100,00 €
Comités de Acompanhamento	40 000,00 €	60 000,00 €	40 000,00 €	145 000,00 €
Capacitação Rede Comunicação	7 000,00 €	10 500,00 €	7 000,00 €	24 500,00 €
Recursos Humanos	58 828,57 €	88 242,86 €	58 828,56 €	205 900,00 €
Organismos Intermédios	280 000,00 €	420 000,00 €	280 000,00 €	980 000,00 €

Responsabilidade

A implementação do presente Plano de Comunicação é da responsabilidade da AG do Programa Açores 2030, a Direção Regional do Planeamento e Fundos Estruturais (DRPFE), sendo coordenada e executada pela Unidade de Comunicação, em articulação com as restantes áreas ou OIs, sempre que aplicável.

As responsabilidades dos OIs em matéria de comunicação estão previstas na respetiva delegação de competências, complementadas, sempre que aplicável, pelas orientações que venham a ser emanadas pela AG nesta matéria.

O Plano de Comunicação será sujeita a atualização sempre que se verifiquem alterações impactantes que resultem na desatualização ou desadequação dos seus pressupostos, objetivos ou plano de ação, sendo esta atualização responsabilidade da Unidade de Comunicação da AG.

O presente Plano, e as suas eventuais alterações, são sujeitas a aprovação do CA, conforme definido na alínea c) do n.º 2 do Artigo 11.º do Decreto Regulamentar Regional n.º 9/2023/A, de 23 de março, a quem compete também o respetivo acompanhamento.