



estratégia de comunicação do POR Lisboa 2020

Versão de 7 de Agosto de 2015

Lisb@20²⁰

Programa Operacional
Regional de Lisboa
2014/2020

Índice

1. Introdução	4
2. Segmentação e posicionamento	6
3. Marca Lisboa 2020.....	7
4. Objetivos e estratégia de comunicação do POR Lisboa 2020	12
5. Descrição dos materiais em formatos acessíveis a pessoas com deficiências	14
6. Plano de Comunicação do POR Lisboa 2020	15
7. Monitorização e avaliação.....	22
8. Orçamento indicativo para execução da estratégia de comunicação.....	23

1. Introdução

Os fundos estruturais são no período 2014-2020 o instrumento financeiro essencial de apoio ao desenvolvimento do país e à correção das assimetrias regionais que ainda persistem.

Sendo consensual que o principal défice do País na atualidade não é um défice de infraestruturas, mas sim de competitividade, o Portugal 2020 operacionaliza a visão de, através dos Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI), recuperar a trajetória de crescimento e emprego em Portugal através da dinamização de uma economia aberta ao exterior, capaz de gerar riqueza de forma sustentada.

Quanto à Região de Lisboa, o POR Lisboa 2020 tem como principal ambição dar continuidade à trajetória de desenvolvimento que tem vindo a seguir, exigindo-se, contudo, até 2020:

- i. uma maior focalização setorial, tendo em consideração a RIS3¹;
- ii. uma maior focalização territorial, definida pela Abordagem Integrada de Desenvolvimento Territorial;
- iii. uma nova focalização temática nos grandes desafios sociais e ambientais identificados ao nível europeu e com maior expressão na Região, expressos pela evolução recente dos indicadores socioeconómicos e das oportunidades surgidas no quadro da economia europeia e mundial.

Quanto às prioridades estratégicas de especialização da Região, no âmbito da RIS3, foram identificadas as seguintes:

- Atividades de especialização da Região, seja em termos de atividade produtiva seja de produção de conhecimento, desenvolvimento tecnológico e inovação;
- Atividades da Região que registam maiores níveis de exposição à globalização, seja em termos de exportação, presença de capital estrangeiro ou inserção em redes internacionais;
- Atividades de especialização e/ou de maior dinâmica de crescimento na economia portuguesa e na economia europeia.

Resultou ainda no âmbito da RIS3, a identificação dos seguintes domínios temáticos prioritários:

- Turismo e Hospitalidade
- Mobilidade e transportes
- Meios criativos e Indústrias culturais
- Investigação, Tecnologias e Serviços Saúde
- Prospeção e valorização de recursos marinhos

O domínio temático prioritário transversal, com relevância na região de Lisboa e que se cruza com os outros, diz respeito aos serviços avançados às empresas.

Assim, o POR Lisboa 2020 visa reforçar a competitividade regional, intensificando de forma muito marcante as apostas na inovação, na I&D e na diversificação e fortalecimento das PME, com vista à sua internacionalização e participação nos processos de crescimento e inovação. O objetivo é consolidar a posição de Lisboa entre as regiões inovadoras da UE, integrando-a plenamente na economia do conhecimento.

Com a implementação da Estratégia Comum de Comunicação do Portugal 2020, a AD&C pretende fundamentalmente assegurar a elevação do reconhecimento e valorização do papel da União Europeia, enquanto fonte de financiamento das intervenções operacionais, a demonstração do esforço de investimento nacional que acompanha os financiamentos das intervenções estruturais, o reconhecimento por parte dos cidadãos do papel dos FEEI no desenvolvimento do país e das suas regiões e a importância das intervenções realizadas para os cidadãos.

A comunicação tem um papel fulcral na projeção de uma imagem de excelência do Portugal 2020 e contribui ativamente para o sucesso dos seus objetivos e estratégia, gerando, designadamente, uma perceção positiva da população em relação aos FEEI e à União Europeia.

No plano global e no plano fundos, a comunicação é marcada pela visão de conjunto do Portugal 2020, pelo desenvolvimento de temas transversais ao conjunto dos programas, deixando a cada programa operacional

¹ Especialização Inteligente de Lisboa 2014-2020

(PO) e de desenvolvimento rural (PDR) espaço para, com base nos elementos chave estabelecidos na estratégia comum de comunicação, desenvolverem as suas estratégias de comunicação em cascata, necessariamente mais finas e focadas na programação de cada PO e ajustadas aos públicos específicos que servem. É este o objetivo da presente estratégia de comunicação do POR Lisboa 2020, para o período de vigência do PO, independentemente dos necessários ajustamentos anuais que eventualmente irão ocorrer.

Rede de Comunicação Portugal 2020

A POR Lisboa 2020 partilha a visão, valores e objetivos da rede de comunicação Portugal 2020, os quais são:

Visão

Na elaboração da proposta de visão para a comunicação do Portugal 2020, teve-se presente a estratégia de crescimento inteligente, inclusivo e sustentável, bem como os propósitos da excelência na informação dos diversos públicos. Assim, tem-se por visão a seguinte:

- ♦ **A excelência na comunicação impulsiona o desempenho e o sucesso do Portugal 2020**

Valores

Visão e valores são inseparáveis. Se a visão indica uma direção, os valores suportam o sentido ético e certo desse caminho. Assim, a estratégia de Comunicação rege-se pelos seguintes valores:

- ♦ **Transparência**
- ♦ **Credibilidade**
- ♦ **Dinamismo**

Objetivos

Esta Rede tem como principais objetivos:

- ♦ Alinhar as estratégias de comunicação do Portugal 2020;
- ♦ Melhorar o desempenho dos principais indicadores de comunicação²;
- ♦ Promover a transferência de práticas, metodologias e recursos inovadores;
- ♦ Cooperar no desenvolvimento conjunto de eventos, ações, produtos ou campanhas;
- ♦ Analisar informação de gestão sobre incidentes críticos e resultados da estratégia de comunicação;
- ♦ Promover a aprendizagem em áreas geradoras de inovação e mudança;
- ♦ Ligar pessoas, organizações e redes interessadas e ativamente envolvidas na estratégia do Portugal 2020.

² Frequência, favorabilidade, Net AVE, alcance, número anual de visitantes dos sítios, número de seguidores das Redes Sociais, indicadores Eurobarómetro e indicadores de estudos de opinião

2. Segmentação e posicionamento

Públicos

A estratégia de comunicação do POR Lisboa 2020 deverá focar-se nas ações dirigidas às entidades com responsabilidades na gestão POR Lisboa 2020 e órgãos de governação e, particularmente, aos seus beneficiários e/ou grupo-alvo. Neste sentido, consideram-se os seguintes segmentos:

<i>Público Interno</i>	<i>Público Externo</i>
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Tutela ♦ Agência para o Desenvolvimento e Coesão, IP ♦ Organismos Intermédios ♦ Comité de Acompanhamento ♦ Órgão de Acompanhamento das Dinâmicas Regionais ♦ União Europeia e suas estruturas ♦ Outros parceiros institucionais 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Beneficiários e potenciais beneficiários <ul style="list-style-type: none"> – Empresas – Autarquias locais e suas Associações – Administração Pública Central – Instituições de ensino e formação profissional – Instituições do ensino superior – Organizações Não-governamentais (ONG) e outras Associações – Associações Empresariais – Fundações – Organizações da Economia Social – Outras entidades previstas no POR Lisboa 2020 ♦ Grupo-alvo <ul style="list-style-type: none"> – Empregados e desempregados – Pessoas com necessidades especiais – Crianças, jovens, idosos e suas famílias, nomeadamente, inseridas em contextos socioeconómicos vulneráveis – Imigrantes e indivíduos pertencentes a minorias étnicas – Alunos de diversos níveis de ensino – População residente em zonas desfavorecidas – Outros destinatários previstos no POR Lisboa 2020 ♦ <i>Media</i> <ul style="list-style-type: none"> – Órgãos de comunicação social (nacional, regional e local)

Diferenciação nos serviços prestados

Para a sua operacionalização, a estratégia comum de comunicação | Portugal 2020 destaca os seguintes elementos de diferenciação nos serviços prestados, para os quais a estratégia de comunicação do POR Lisboa 2020 contribuirá e/ou complementar³:

- ♦ Portal PORTUGAL 2020 – o sítio único da internet que disponibiliza informação sobre todos os FEEI e todos os Programas financiados pelos mesmos;

³ Ver ponto 6. Plano de Comunicação do POR Lisboa 2020

- ▶ Balcão 2020 - O ponto de acesso virtual e comum dos promotores de projetos no âmbito dos FEEI. Uma forma mais simples de apresentar, executar e acompanhar o processo de candidatura aos FEEI. Dispõe de ferramentas de interatividade e dá expressão à simplificação dos processos administrativos;
- ▶ Aplicação do princípio do “only one” que dá expressão à iniciativa *eCohesion* e que consiste na recolha de toda a informação disponível na administração pública de modo a que não tenha de ser de novo disponibilizada pelo beneficiário;
- ▶ Desmaterialização dos processos, privilegiando os meios eletrónicos para recolha de toda a informação e para as comunicações;
- ▶ Formação de beneficiários – prestação de um serviço gratuito de formação aos beneficiários mediante a realização de seminários e *workshops* temáticos bem como pela disponibilização de orientações técnicas;
- ▶ Aposta nas ferramentas de autoafirmação e auto-capacitação – primado do *empowerment* dos beneficiários;
- ▶ Divulgação de todos os projetos aprovados em lista editável e com os títulos dos campos de dados em português e inglês;
- ▶ Plano Anual de Avisos – dá a conhecer as oportunidades de financiamento que ao longo de um ano serão abertas no âmbito dos PO para um melhor planeamento dos investimentos;
- ▶ Curador do beneficiário – tem por missão receber e apreciar queixas apresentadas pelos beneficiários dos fundos europeus e emitir recomendações sobre elas, bem como propor a adoção de medidas que contribuam para a melhoria do funcionamento da administração dos FEEI.

A diferenciação nas pessoas

Também neste aspeto, nomeadamente ao nível do *helpdesk*, a estratégia de comunicação do POR Lisboa 2020 contribuirá e/ou complementar⁴:

- ▶ Resposta rápida e personalizada: o “suporte Portugal 2020” consiste num *helpdesk* para o conjunto dos temas relacionados com o Portugal 2020 e todos os PO e PDR. É assistido pela AD&C e por todas as Autoridades de Gestão, integrando a gestão de perguntas e respostas, a produção de FAQ e a ligação ao *helpdesk* das Autoridades de Gestão. Consiste ainda num canal de comunicação entre as Autoridades de Gestão e os beneficiários;
- ▶ Perfil Automático – consiste numa ferramenta que permite obter automaticamente as oportunidades de financiamento que poderão ser obtidas com o apoio dos FEEI e principais condições a reunir. Este resultado é obtido pelo cruzamento entre uma área temática selecionada e a tipologia de beneficiário.

A marca

Na estratégia comum de comunicação, **Portugal 2020** foi a expressão de comunicação chave escolhida para a representação simbólica da marca, para a construção da sua identidade e que estará patente em todos os suportes de comunicação.

Ao nível do POR Lisboa 2020, paralelamente à marca Portugal 2020 e ao emblema da União Europeia com referência aos fundos, foi selecionada uma marca identificativa deste PO: **Lisb@20²⁰**

3. Marca Lisboa 2020

Os conceitos subjacentes à marca Lisboa 2020 são os seguintes:

⁴ Ver ponto 6. Plano de Comunicação do POR Lisboa 2020

quem

Programa Operacional da Região de Lisboa 2014-2020

Programa regional para execução do acordo Portugal 2020 que reúne a actuação dos Fundos Europeus Estruturais, com programação alinhada com a Estratégia Europa 2020: Crescimento Inteligente, Sustentável e Inclusivo.

diz o quê

Lisboa 2020

CRESCIMENTO
- inteligente
- sustentável
- inclusivo

Área Metropolitana de Lisboa para as pessoas.

porque

Dimensões estratégicas do Plano de Acção Regional de Lisboa 2014-2020.

Metas e prioridades da Estratégia Europa 2020 e do Programa Nacional de Reformas

como

Imagem Institucional:

- durável
- original
- fácil leitura

para quem

Instituições públicas e privadas que submetam projectos a financiamento.

População da Área Metropolitana de Lisboa.

População em geral (PT e UE).

CRESCIMENTO

a^n

“Exponenciação ou potenciação é uma operação matemática, escrita como a^n , envolvendo dois números: a base a e o expoente n .

Quando n é um número natural maior do que 1, a potência a^n indica a multiplicação da base a por ela mesma tantas vezes quanto indicar o expoente n .”

CRESCIMENTO INTELIGENTE

(educação, investigação e inovação, sociedade digital)

@

Arroba usada desde 1971 no correio eletrónico na forma `peessoa@servidor.com`.

Usada nos fóruns da internet para direccionar uma resposta a um usuário específico.
No Twitter, usada para referenciar ou enviar respostas públicas a outras pessoas.

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

(baixo teor de carbono, proteção ambiental, tecnologias ecológicas, eficiência energética)

água

A água é a substância simples mais abundante na Natureza. Pode ser encontrada tanto no estado líquido, gasoso ou sólido, na atmosfera, sobre ou sob a superfície terrestre, nos oceanos, mares, rios e lagos, que cobrem quase três quartos da superfície do planeta.

A água líquida em pequenas quantidades é incolor mas manifesta sua coloração azulada em grandes volumes.

Área Metropolitana de Lisboa: Oceano Atlântico, Rio Tejo, Rio Sado. 7 municípios Atlânticos, 9 municípios fluviais

CRESCIMENTO INCLUSIVO

(+ emprego para mulheres, jovens e idosos, aquisição de competências)

inclusão

"A promoção da integração de todas as pessoas na sociedade, em particular as que se encontram à margem, é um objectivo fundamental da UE."

	Offset quadricromia	Offset cor directa sobre papel revestido (brilho)	Offset cor directa sobre papel sem revestimento (sem brilho)	Encre
AZUL ATLÂNTICO				
	CMYK C = 085 M = 020 Y = 000 K = 000	PANTONE COATED 299C	PANTONE UNCOATED 2995U	RGB R = 062 G = 149 B = 212 #3e95b4
VERDE LEZIRIA				
	CMYK C = 065 M = 000 Y = 100 K = 000	PANTONE COATED 369C	PANTONE UNCOATED 376U	RGB R = 129 G = 177 B = 062 #01b13e
VERMELHO TELHA				
	CMYK C = 009 M = 100 Y = 100 K = 002	PANTONE COATED 485C	PANTONE UNCOATED 172U	RGB R = 180 G = 025 B = 029 #b4191d

As cores utilizadas estão ligadas a cores simbólicas da região de Lisboa (**azul atlântico**, **verde lezíria** e **vermelho telha**) que se interligam num *mix* de palavras-chave caracterizadores dessa mesma Região:

inovadora
 funcional acessível
 única Tejo Sintra sol líder
 capital mar lezíria alegre luz futuro
 competente Sado Arrojadada
 original activa plural tecnológica

A conjugação de todos estes conceitos originou o logotipo para o POR Lisboa 2020:



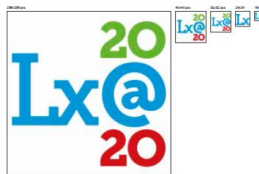
Versões secundárias do logotipo que incluem a denominação do PO:



O POR Lisboa 2020 adotou o seguinte lema, tendo em atenção o público-alvo da Região onde se insere:



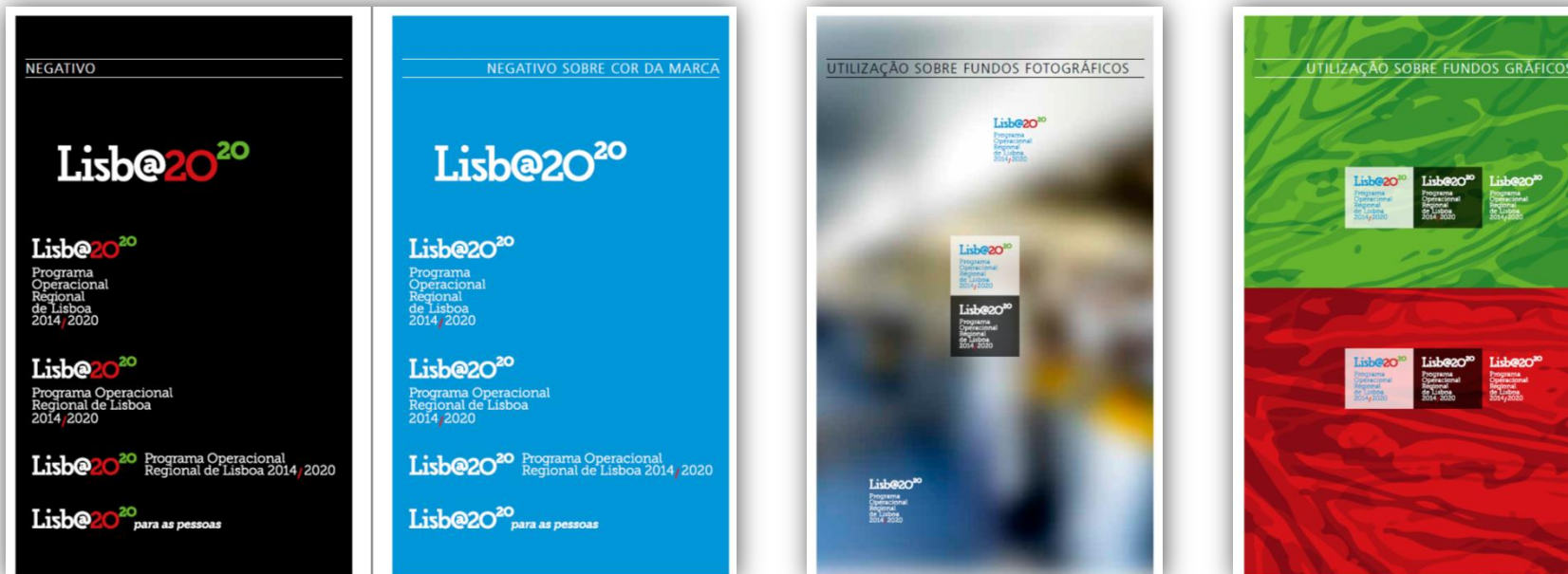
Foi ainda criado um ícone:



E a conjugação com outras marcas, a título de exemplo:



O logotipo pode assumir diversos comportamentos consoante a utilização a que se destina, conforme exemplos seguintes:



Outras informações relevantes sobre a marca podem ser consultadas no Manual de Normas Gráficas Lisboa 2020, disponível no website do PO⁵.

⁵ Atualmente alojado na área Lisboa 2020 do website do POR Lisboa

4. Objetivos e estratégia de comunicação do POR Lisboa 2020

A comunicação tem por objetivo projetar uma boa imagem do POR Lisboa 2020 e contribuir para atingir os seus objetivos e estratégia, bem como uma perceção positiva por parte das pessoas em relação aos FEEI e União Europeia.

Para concretizar os objetivos, as atividades de comunicação respeitam as seguintes estratégias:

- ♦ Comunicar a criação de valor para a região através dos FEEI, privilegiando a concretização:
 - Para que servem
 - Que benefício para os cidadãos e regiões
- ♦ Divulgar a evolução dos dados globais da execução física e financeira dos FEEI associados ao PO, com foco nos resultados, permitindo perceber a evolução da situação face às metas estabelecidas no âmbito da Estratégia Europa 2020 nos quatro domínios temáticos transversais do Portugal 2020:
 - Competitividade e Internacionalização;
 - Inclusão Social e Emprego;
 - Capital Humano;
 - Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos.

Os objetivos prioritários e respetivos indicadores de medida são os seguintes:

<i>Objetivos prioritários</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Ponto de partida</i>
Aumentar a perceção positiva sobre o impacto de projetos cofinanciados no desenvolvimento da cidade ou região de pertença	% de pessoas que consideram que os projetos apoiados de que ouviram falar tiveram um impacto positivo no desenvolvimento da sua cidade ou região	63% no QREN
Aumentar a perceção da existência de informação suficiente sobre os fundos europeus e sobre a sua aplicação	% de pessoas que consideram existir informação suficiente sobre os fundos europeus em vigor e a sua aplicação	13% no QREN
Aumentar a visibilidade e notoriedade das políticas públicas, do POR Lisboa 2020 e dos projetos, com enfoque nos resultados, bem como do papel desempenhado pelos Fundos e pela União	Número de notícias Índice de favorabilidade Média anual Net AVE global Alcance médio anual	No QREN: 93.774 notícias Favorabilidade média anual de 3,3 Acumulado de 45,1 M€ 1,2 milhões de cidadãos

Os bons resultados que se pretende obter nestes indicadores irão contribuir favoravelmente para os restantes objetivos macros definidos na estratégia comum de comunicação Portugal 2020: *Aumentar a perceção positiva sobre a aplicação dos fundos em Portugal* e *Aumentar a notoriedade e reconhecimento da marca Portugal 2020 face à marca QREN*.

Fases da comunicação

A estratégia de comunicação acompanhará o período de vigência do POR Lisboa 2020, focando-se na primeira fase no lançamento e divulgação do PO, no intuito de dar a conhecer as oportunidades de financiamento e as novas funcionalidades criadas numa lógica de simplificação para acesso aos financiamentos e gestão das candidaturas. Este período deve ser acompanhado da divulgação de resultados dos projetos apoiados pelo anterior período de programação, evitando interregnos na comunicação dos resultados dos apoios. As fases

seguintes centram-se na consolidação das atividades com a mobilização de públicos para a captação de oportunidades de financiamento, no apoio e formação de beneficiários, e por último nos resultados e avaliação com a divulgação das realizações alcançadas, incluindo exemplos de projetos com valor e de testemunhos de êxito na utilização dos financiamentos, potenciando a sua replicabilidade. Por fim, importa divulgar resultados em função do alcance das metas e dos objetivos traçados no âmbito do POR Lisboa 2020.

A implementação da estratégia de comunicação será feita de acordo com as seguintes fases:

Fases	2014-2016	2017-2019	2020-2023
Lançamento e Divulgação			
Consolidação			
Resultados / Avaliação			

Regras de informação e publicidade

A divulgação e publicitação dos apoios concedidos pelos FEEI constituem uma responsabilidade dos Estados Membros, das Autoridades de Gestão e das Entidades Beneficiárias, conforme regulamentação da União Europeia e nacional:

- ♦ Regulamento da UE n.º 1303/2013 (art.ºs 115º a 117º)
- ♦ Regulamento da UE n.º 1304/2013 (art.º 20º)
- ♦ Regulamento da UE n.º 1305/2013 (art.º 66.º)
- ♦ Regulamento da UE n.º 508/2014 (art.º 119.º)
- ♦ Regulamento de Execução da UE n.º 763/2014
- ♦ Regulamento de Execução da UE n.º 821/2014 (art.ºs 3.º a 5.º)
- ♦ Regulamento de Execução da UE n.º 808/2014 (art.º 13.º)
- ♦ Decreto-Lei n.º137/2014 (art.ºs 61º e 63º)
- ♦ Decreto-Lei n.º159/2014 (art.ºs 23º e 27º)

As medidas de informação e comunicação sobre as intervenções dos FEEI 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 disponibilizado *online* um Guia de informação e publicidade para beneficiários.

A barra de logótipos é uma das formas obrigatórias de publicitar os apoios. No âmbito da presente estratégia de comunicação adota-se a seguinte:

- ♦ Utilização obrigatória de três logótipos (Programa Operacional, Portugal 2020 e União Europeia com referência aos fundos que cofinanciam o Programa)



5. Descrição dos materiais em formatos acessíveis a pessoas com deficiências

A estratégia de comunicação do POR Lisboa 2020 compromete-se igualmente com a utilização de uma linguagem inclusiva, pelo que privilegia a linguagem paritária e não discriminatória, a produção de formatos alternativos (exemplos da leitura fácil, do texto ampliado com símbolos, do filme com recurso à língua gestual, quando aplicável), a criação de websites acessíveis a todos, a verificação das condições de acessibilidade ao espaço edificado e à informação por parte de pessoas com necessidades especiais aquando da realização de eventos, bem como a integração nos formulários de inscrição de um campo de recolha de informação sobre necessidades especiais, implicando a disponibilização de apoio específico por parte da organização do evento.

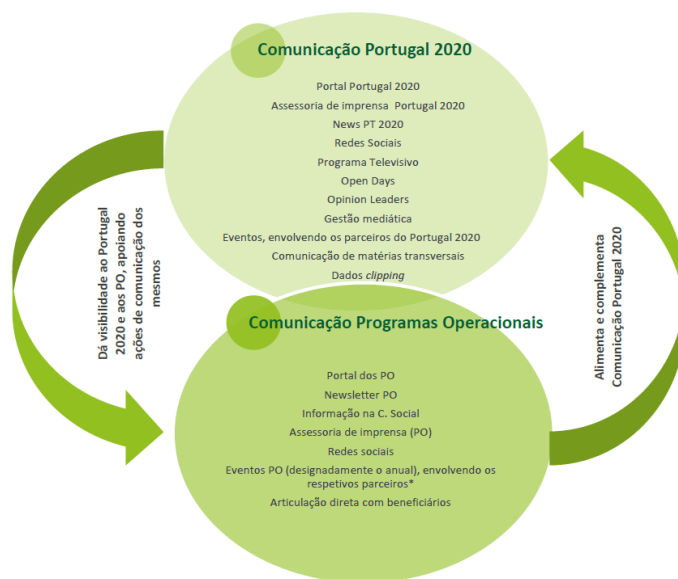
É exemplo o seguinte campo:

Se é uma pessoa com necessidades especiais, gostaria de ter algum apoio por parte da organização do evento? (Identifique) _____

6. Plano de Comunicação do POR Lisboa 2020

A figura seguinte exemplifica o perfil de intervenção da estratégia global de comunicação do Portugal 2020 e dos PO. O princípio geral de distinção entre estes 2 níveis atribui à estratégia global de Comunicação do Portugal 2020 todas as iniciativas de âmbito transversal a vários PO e fundos europeus (sem prejuízo da abordagem de temas específicos com o envolvimento dos diversos PO) e à estratégia de comunicação dos PO, o foco exclusivo nas ações que a cada PO dizem respeito, em particular as que se dirigem aos seus beneficiários e/ou destinatários finais.

As ações de comunicação a desenvolver nos dois planos devem assegurar a complementaridade entre si, convergindo para fins comuns, traduzidas em metas por todos partilhadas, sem prejuízo das especificidades associadas a cada um desses planos e que podem implicar metas e/ou indicadores específicos. A rede de comunicação constitui a instância para assegurar sistematicamente esta articulação entre os dois planos da comunicação.



*Para assegurar em particular o requerido no n.º 3 do ponto 2.1. do capítulo 2 do anexo II do Regulamento n.º. 1303/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro de 2013.

Ao definir a estratégia comum de comunicação, a AD&C procurou potenciar sinergias para os mesmos e a assunção de um conjunto de elementos que os planos de comunicação de cada PO devem garantir, seguindo para o efeito as orientações constantes do ponto 4 do Anexo XII do regulamento (UE) n.º 1303/2014.

O n.º 1 do artigo 27.º do Decreto-lei n.º 159/2014, de 27 de outubro, estabelece que a estratégia de comunicação do Portugal 2020 define, designadamente “o conjunto de requisitos mínimos que os planos de comunicação dos diferentes PO e PDR devem observar, por forma a maximizar sinergias em matéria de comunicação.” O n.º 2 do mesmo artigo determina, por sua vez, que as autoridades de gestão dos PO ou dos PDR devem cumprir o estabelecido na estratégia de comunicação do Portugal 2020 e adequar-se ao disposto naquela estratégia.

Neste sentido, foram definidos os seguintes requisitos mínimos que os PO devem assegurar no contexto dos respetivos recursos e áreas de intervenção:

Elementos da estratégia	Requisitos mínimos
Abordagem adotada	Informar os beneficiários sobre as oportunidades de financiamento no âmbito dos PO (em português e, pelo menos resumo/síntese em inglês), divulgar junto dos cidadãos o papel e os resultados do PO (em português e, pelo menos síntese, em inglês), com ênfase nos projetos apoiados pelo mesmo e através de uma comunicação transparente e acessível, respeitando as normas legais aplicáveis.
Materiais disponibilizadas	<ul style="list-style-type: none"> - Newsletter; - Brochuras;

<i>Elementos da estratégia</i>	<i>Requisitos mínimos</i>
	<ul style="list-style-type: none"> - Guia(s) de orientação; - Produtos promocionais
Apoio nas atividades de comunicação dos beneficiários	<ul style="list-style-type: none"> - Ações de formação e acompanhamento dos beneficiários, para o desenvolvimento de uma metodologia comunicacional que seja capaz de produzir informação relevante para quem usufrui, direta ou indiretamente, dos fundos. - Participação/envolvimento do PO em ações de comunicação conjuntas com OI, BREP e beneficiários, designadamente com os mais relevantes. - Estimular a divulgação de boas práticas de comunicação por parte de beneficiários.
Recursos humanos	Identificação do pessoal afeto à Comunicação na estrutura do Secretariado Técnico do PO, complementado pelo apoio da AD&C (Núcleo de Comunicação e Documentação). Recomenda-se que a estrutura do ST do PO integre, para além do responsável por esta área, pelo menos um técnico (preferencialmente a tempo inteiro), visando assegurar o acompanhamento permanente desta área.
Medidas de informação e comunicação	<ul style="list-style-type: none"> - Portal do PO, com apresentação do PO, notícias, divulgação de projetos “embaixadores”, regulamentação e orientações aplicáveis ao PO, tutoriais digitais e vídeos, sempre que aplicável; - Newsletter e Flash - Informação e comunicação em jornais, revistas, rádio, TV e Internet; - Assessoria de imprensa; - Presença nas redes sociais; - Participação em eventos (oportunidades, resultados, projetos).
Avaliação da visibilidade e notoriedade das políticas do PO	Informação de monitorização do PO (incluindo sobre as atividades de comunicação dos beneficiários), dados/análise do <i>clipping</i> , estudos de avaliação do PO, incluindo a avaliação específica do Plano de Comunicação.
Resultados do anterior PO	Mobilizar resultados da avaliação da comunicação no âmbito do PO anterior (ou equiparável, mesmo que parcialmente, bem como de dados de análise do <i>clipping</i>) para suporte/fundamentação do Plano de Comunicação do PO.
Atualização anual para o ano seguinte	Plano de comunicação com possíveis atualizações, de acordo com a monitorização e avaliação dos seus resultados, e sujeitas à aprovação do Comité de Acompanhamento. Essas atualizações poderão também decorrer da apreciação do Comité de Acompanhamento sobre a concretização do Plano de Comunicação.
Orçamento indicativo	Orçamento anual indicativo para a realização da estratégia do PO

Com o objetivo de integrar-se na estratégia de comunicação do Portugal 2020 e responder aos requisitos mínimos definidos, foi delineado o Plano de Comunicação do POR Lisboa 2020 que assenta nas seguintes ações:

Elementos da estratégia	Ações	Descrição / execução	Calendarização
Abordagem adotada	<p>Informar os beneficiários sobre as oportunidades de financiamento no âmbito do POR Lisboa 2020, divulgar junto dos cidadãos o papel e os resultados do POR Lisboa 2020, com ênfase nos projetos apoiados pelo mesmo e através de uma comunicação transparente e acessível, respeitando as normas legais aplicáveis</p>	<p>A estratégia de comunicação adotada centra-se nos beneficiários e nas ações cofinanciadas pelo POR Lisboa 2020. Todavia, conforme referido anteriormente, as ações de comunicação a desenvolver devem assegurar a complementaridade entre a presente estratégia e a estratégia global Portugal 2020, convergindo para fins comuns.</p> <p>Neste sentido, concebeu-se um conjunto de materiais e atividades de comunicação direcionadas em particular para o POR Lisboa 2020 e respetivo público interno e externo, como a criação de uma marca identificativa e de um website, uma presença mais ativa nas redes sociais, bem como a criação do gabinete de atendimento ao beneficiário Lisboa 2020.</p> <p>A maioria das atividades de comunicação serão efetuadas através do website Lisboa 2020, o qual se encontra ainda em fase de produção.</p> <p>Utilizar-se-á ainda o website da CCDRLVT⁶ e respetivas redes sociais (facebook⁷ e twitter⁸) para divulgação das notícias/eventos mais relevantes.</p>	
Materiais disponibilizadas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Newsletter e Flash Lisboa2020 2. Brochura institucional Lisboa 2020 online 3. Guia(s) de orientação e outros documentos relevantes 4. Produtos promocionais 5. Outros materiais institucionais 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Newsletter com uma periodicidade mensal e Flash a publicar sempre que necessário (o público interno e externo é convidado a subscrever a newsletter/flash no website). Através da newsletter procurar-se-á divulgar boas práticas e projetos relevantes para a região, a evolução dos dados globais da execução física e financeira do PO, com foco nos resultados relativos aos quatro domínios temáticos transversais do Portugal 2020: CI, ISE, CH e SEUR, entre outras temáticas. 2. Já disponível uma versão resumida do PO em formato pdf. que será posteriormente substituída por uma versão online 3. Conceção e/ou divulgação de eGuias de apoio ao beneficiário em diversos domínios temáticos, designadamente, Contratação Pública, Ambiente, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Com a entrada em funcionamento do website Lisboa 2020⁹ até 2023 2. De 2015 a 2023 3. De 2015 a 2023 4. De 2015 a 2019

⁶ <http://www.ccdr-lvt.pt/>

⁷ <https://www.facebook.com/CCDRLVT>

⁸ <https://mobile.twitter.com/ccdr-lvt>

⁹ Previsto para 2º semestre de 2015

Elementos da estratégia	Ações	Descrição / execução	Calendarização
		<p>Instrumentos Financeiros, Projetos geradores de receitas, Igualdade e não discriminação. Já estão disponíveis os seguintes documentos relevantes: Estratégia de Especialização Inteligente Regional de Lisboa (EREIL) 2014 – 2020, Programa Operacional Regional de Lisboa 2014-2020 e respetiva decisão de aprovação pela CE, relatórios finais da Avaliação Ambiental Estratégica do PO Lisboa e da Avaliação Ex-Ante do PO de Lisboa, Plano de Ação Regional de Lisboa 2014-2020, Acordo de Parceria e o guia <i>Orientação para Beneficiários</i> da CE</p> <p>4. Promover a imagem do PO através de diversos produtos promocionais, designadamente, agendas, blocos, dossiers, capa para documentos e outros brindes</p> <p>5. Folheto institucional e roll-ups (conceito e institucional) a distribuir/utilizar nos eventos</p>	5. De 2015 a 2023
Apoio nas atividades de comunicação dos beneficiários	<p>6. eGuias de apoio ao beneficiário</p> <p>7. eGuia de informação e publicidade para beneficiários</p> <p>8. Painel divulgação</p> <p>9. Placa permanente</p>	<p>6. Manual de normas gráficas Lisboa 2020 e logotipos para download, Manual de normas gráficas Portugal 2020 e logotipos para download, Legislação EU aplicável e logotipo para download</p> <p>7. eGuia de informação e publicidade para beneficiários</p> <p>8. Cartaz de divulgação</p> <p>9. A definir</p>	<p>6. De 2015 a 2023</p> <p>7. De 2015 a 2023</p> <p>8. De 2015 a 2023</p> <p>9. De 2016 a 2023</p>
Recursos humanos	10. O POR Lisboa 2020 tem uma ST responsável pela Comunicação e uma técnica superior afeta a esta área.	<p>10. ST responsável pela Comunicação: Joaquina Sim Sim (joaquina.simsim@ccdr-lvt.pt)</p> <p>Técnica responsável pela implementação do Plano de Comunicação: Lurdes Manso (lurdes.manso@ccdr-lvt.pt)</p>	10. De 2014 a 2023
Medidas de informação e comunicação	<p>11. Portal Portugal 2020</p> <p>12. Suporte PT2020</p>	<p>11. Links para o <i>Balcão 2020</i> e <i>Legislação</i> do Portal 2020</p> <p>12. Divulgação de atualizações do portal Portugal 2020, designadamente, FAQ¹⁰ e questões relacionadas com o Balcão 2020¹¹</p>	<p>11. De 2015 a 2023</p> <p>12. De 2015 a 2023</p>

¹⁰ As FAQ pretendem disponibilizar ao cidadão informação relevante e de caráter geral

Elementos da estratégia	Ações	Descrição / execução	Calendarização
	<p>13. Site POR Lisboa 2020 em articulação com o site da CCDRLVT e redes sociais (facebook e twitter)</p> <p>14. Seminários temáticos, workshops e conferências</p> <p>15. Participação em feiras e mostras</p> <p>16. Eventos, designadamente, a apresentação anual de resultados do POR Lisboa 2020</p> <p>17. Newsletter e Flash Lisboa2020</p> <p>18. Anúncios na imprensa e <i>press releases</i></p> <p>19. Lista de projetos aprovados com títulos dos campos em inglês</p> <p>20. Divulgação dos avisos de candidatura</p> <p>21. Dia da Europa</p> <p>22. Plataforma Informática de Divulgação e de Troca de Informação para o Comité de Acompanhamento</p>	<p>13. Os materiais disponibilizados¹², bem como o apoio nas atividades de comunicação dos beneficiários do PO, será feito através do website Lisboa 2020, ficando toda a informação residente neste website. Para uma divulgação mais ampla de eventos e informações/notícias relevantes, utilizar-se-á ainda o website da CCDRLVT e redes sociais (facebook e twitter). As ações divulgadas por este canal de comunicação são sempre acompanhadas do logotipo do Lisboa 2020 para um melhor reconhecimento por parte do público.</p> <p>14. Promoção de eventos ligados às várias temáticas do PO, bem como participação em eventos promovidos por outras entidades no âmbito das referidas temáticas</p> <p>15. Participação em eventos no âmbito das temáticas relacionadas com o PO</p> <p>16. Evento de lançamento do POR Lisboa 2020¹³ e promoção de outros eventos de divulgação do PO bem como de divulgação de resultados e boas práticas, preferencialmente, com periodicidade anual de dados</p> <p>17. Ver ponto 1.</p> <p>18. Anúncios na imprensa nacional e/ou regional relativos à divulgação do PO e outros eventos considerados relevantes, bem como a divulgação de <i>press releases</i></p> <p>19. Publicitação no website Lisboa 2020 dos projetos aprovados em lista editável e com os títulos dos campos de dados em português e inglês, com atualização permanente</p> <p>20. Divulgação no website Lisboa 2020 dos avisos de candidaturas (concursos abertos, concursos encerrados e plano anual de concursos)</p> <p>21. Içar das bandeira de Portugal e da União Europeia no</p>	<p>13. De 2015 a 2023</p> <p>14. De 2015 a 2019</p> <p>15. De 2015 a 2019</p> <p>16. De 2015 a 2023</p> <p>17. Com a entrada em funcionamento do website Lisboa 2020¹⁴ até 2023</p> <p>18. De 2015 a 2019</p> <p>19. De 2015 a 2023</p> <p>20. De 2015 a 2023</p> <p>21. De 2015 a 2023</p>

¹¹ O Balcão 2020 constitui o ponto de acesso aos Programas Operacionais financiados pelos FEEI para todas as entidades que pretendam candidatar a financiamento os seus projetos. É aqui que encontra a informação sobre os financiamentos disponíveis no período 2014-2020 e tudo o que deve saber sobre a apresentação de candidaturas e o acompanhamento dos projeto nas suas diversas fases.

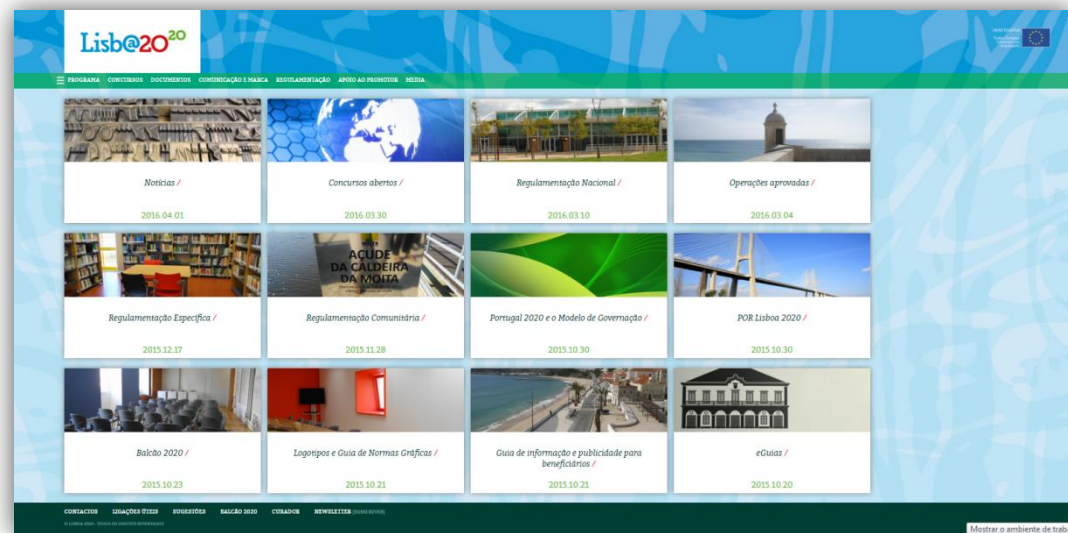
¹² Exceto produtos promocionais e outros materiais institucionais

¹³ O evento de lançamento do POR Lisboa 2020 ocorreu no dia 31 de março de 2015 no Centro de Congressos do Lagoas Park, em Oeiras

¹⁴ Previsto para 2º semestre de 2015

Elementos da estratégia	Ações	Descrição / execução	Calendarização
		<p>edifício da CCDRLVT e notícia do website do Lisboa 2020</p> <p>22. Nos termos do art.º 7º do Regulamento Interno do Comité de Acompanhamento do POR Lisboa 2020 foi criada uma Plataforma Informática de Divulgação e de Troca de Informação, a qual constitui o veículo preferencial de disponibilização e intercâmbio de informação entre os seus membros e integra toda a documentação disponibilizada no âmbito das reuniões e demais atos do Comité de Acompanhamento e respetivas atas</p>	
Avaliação da visibilidade e notoriedade das políticas do PO	23. Ver capítulo 7. Monitorização e Avaliação	23. Bateria de indicadores comuns da estrutura de Comunicação do Portugal 2020 (indicadores de realização e de resultado)	22. De 2016 a 2020
Resultados do anterior PO	24. Em função dos dados disponíveis no âmbito do POR Lisboa / QREN	24. O relatório anual de execução POR Lisboa / QREN tem um capítulo relativo a <i>Informação e Comunicação</i> onde é apresentado um ponto de situação relativo à implementação do Plano de Comunicação do PO, a execução dos indicadores específicos e a execução financeira. Os relatórios anuais de execução encontram-se disponíveis do website do POR Lisboa, em http://www.porlisboa.qren.pt/np4/po.html	23. Até encerramento do POR Lisboa / QREN
Atualização anual para o ano seguinte	25. Plano de comunicação com possíveis atualizações, de acordo com a monitorização e avaliação dos seus resultados, e sujeitas à aprovação do Comité de Acompanhamento. Essas atualizações poderão também decorrer da apreciação do Comité de Acompanhamento sobre a concretização do Plano de Comunicação	25. Sempre que necessário	24. De 2015 a 2020
Orçamento indicativo	26. O orçamento previsto para execução do presente plano de comunicação representa cerca de 3% da dotação do Eixo 9. Assistência Técnica do POR Lisboa 2020	26. Orçamento total indicativo: 1.500.000€	25. Distribuição indicativa por período: 2014-2016 → 450.000€ 2017-2019 → 600.000€ 2020-2023 → 450.000€

Nota: o início das atividades de comunicação do POR Lisboa 2020 ocorreu no final de 2014 com a criação de uma área Lisboa 2020 no website do POR Lisboa onde é disponibilizada toda a informação relevante sobre o Portugal 2020 e o POR Lisboa 2020. Logo que o website Lisboa 2020 entre em funcionamento, a informação residente nessa área migrará para o novo website, o qual já se encontra em produção.



7. Monitorização e avaliação

A definição do modelo de monitorização e avaliação da comunicação no âmbito do Portugal 2020 é fundamental, permitindo perceber resultados da estratégia e corrigir, se for caso disso, trajetórias planeadas. Na base desta reflexão esteve presente a estabilização das medidas de avaliação e dos respetivos parâmetros de indicadores, bem como a necessária adequação orçamental.

A Rede de Comunicação é um palco privilegiado para a definição da bateria de indicadores comuns a adotar (de realização e de resultado), pelo que a estratégia de comunicação deve ser avaliada, tendo presente:

- ▶ A utilização de indicadores focados nas perceções – Exemplo dos índices de satisfação com os eventos realizados;
- ▶ A utilização de métricas focadas no desempenho organizacional, em função das prioridades estratégicas e dos indicadores definidos.

Assim, os indicadores a utilizar por toda a estrutura de Comunicação do Portugal 2020, do qual o PO faz parte, são os seguintes:

<i>Indicadores</i>	<i>Unid. medida</i>	<i>Tipo</i>	<i>Periodicidade de cálculo</i>
Nível de perceção sobre a contribuição dos fundos para o desenvolvimento das regiões	%	Resultado	2016 e 2020
Nível de perceção sobre a razoável, boa ou muito boa aplicação dos fundos	%	Resultado	2016 e 2020
Nível de perceção sobre a existência de informação suficiente sobre os fundos e a sua aplicação	%	Resultado	2016 e 2020
Índice de notoriedade da marca POR Lisboa 2020	%	Resultado	2016 e 2020
Nº de notícias veiculadas	Nº	Realização	Anual/ semestral
Índice de favorabilidade das notícias	Nº	Resultado	Anual
Net AVE	Euros	Resultado	Anual
Alcance das notícias	Nº	Realização	Anual/ semestral
Nº de notas de imprensa	Nº	Realização	Anual/ semestral
Anúncios institucionais	Nº	Realização	Anual/ semestral
Inserções (somatório do nº de vezes que cada anúncio é publicado)	Nº	Realização	Anual/ semestral
Nº de visitantes do website Lisboa 2020	Nº	Realização	Anual/ semestral
Nº de destinatários das newsletters	Nº	Realização	Anual/ semestral
Nº de destinatários dos flashes	Nº	Realização	Anual/ semestral
Nº de seguidores nas Redes Sociais	Nº	Realização	Anual/ semestral
Nº de participantes nos eventos (e.g. seminários, conferências, workshops, etc.)	Nº	Realização	Anual/ semestral

A avaliação dos indicadores constantes da estratégia de comunicação do POR Lisboa 2020 deve ser realizada anualmente com informação recolhida pela AD&C junto da Autoridade de Gestão e constante dos relatórios anuais de execução submetidos ao Comité de Acompanhamento nos termos regulamentares. Esta avaliação é analisada e apreciada pela Rede de Comunicação do Portugal 2020, que emitirá, se assim o entender, recomendações entre todos acordadas, com vista ao cumprimento da estratégia de comunicação aprovada.

8. Orçamento indicativo para execução da estratégia de comunicação

O orçamento total indicativo para execução da presente estratégia de comunicação é de 1.500.000€ e representa cerca de 3% da dotação do Eixo 9. Assistência Técnica do POR Lisboa 2020. A distribuição indicativa por fases/período é a seguinte:

Fases	Período	Orçamento indicativo	
		Em €	Em %
Lançamento e Divulgação	2014 ¹⁵ -2016	450.000	30,0%
Consolidação	2017-2019	600.000	40,0%
Resultados / Avaliação	2020-2023	450.000	30,0%
Total		1.500.000	100,0%

A distribuição anual do orçamento indicativo é a seguinte:

Fases	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Total €
Lançamento e Divulgação	180.000	270.000								450.000
Consolidação			240.000	210.000	150.000					600.000
Resultados / Avaliação						90.000	90.000	135.000	135.000	450.000
Total €	180.000	270.000	240.000	210.000	150.000	90.000	90.000	135.000	135.000	1.500.000

¹⁵ As atividades de comunicação do POR Lisboa 2020 que ocorreram em 2014 não tiveram custos

Autoridade de Gestão do POR Lisboa 2020

Programa Operacional Regional de Lisboa 2014-2020

Rua Alexandre Herculano, n.º 37, 1250-009 Lisboa

Telefone: +351 213 847 930

Correio eletrónico: lisboa2020@ccdr-lvt.pt