



Estratégia de Comunicação



Programa Operacional Regional do Alentejo

aprovada por consulta escrita ao Comité de Acompanhamento concluída em 11.08.2015



ÍNDICE GERAL

1. INTRODUÇÃO	2
2. ENQUADRAMENTO GERAL	3
2.1. O PROGRAMA OPERACIONAL REGIONAL DO ALENTEJO 2014-2020	3
2.2. LIÇÕES DE EXPERIÊNCIA DO INALENTEJO	5
2.3. ESTRATÉGIA COMUM DE COMUNICAÇÃO DO PORTUGAL 2020	8
3. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	8
3.1. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO	8
3.2. PÚBLICOS-ALVO	9
3.3. MIX DE COMUNICAÇÃO	14
4. PROGRAMAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO	21
4.1. FASEAMENTO	21
4.2. ORÇAMENTO INDICATIVO	23
4.3. MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO	24
4.4. DIREÇÃO E EXECUÇÃO	25

1. INTRODUÇÃO

Este documento explicita a Estratégia de Comunicação a adotar pelo Programa Operacional Regional do Alentejo para o período 2014-2020 (ALENTEJO 2020), dando assim cumprimento às disposições regulamentares de âmbito comunitário e nacional em matéria de informação e comunicação no que respeita à utilização dos Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI). Para além do estrito cumprimento dessas disposições, a presente Estratégia é entendida como um instrumento fundamental para a boa implementação do ALENTEJO 2020 em todas as etapas do seu ciclo de vida, constituindo-se como um referencial sólido de suporte à atividade da respetiva Autoridade de Gestão e, em sentido mais amplo, de todos os stakeholders com responsabilidades e/ou capacidades mobilizáveis para o desempenho dessa missão.

Do ponto de vista regulamentar, as disposições atrás aludidas e que foram observadas e respeitadas na elaboração desta Estratégia são aquelas que constam, em particular, dos seguintes diplomas:

- Regulamento (UE) nº1303/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de Dezembro de 2013, com destaque para os artigos 115º e 116º e o Anexo XII;
- Regulamento de Execução (UE) nº821/2014 da Comissão, de 28 de Junho de 2014, com destaque para os artigos 4º e 5º;
- Decreto-Lei nº137/2014, de 12 de Setembro, com destaque para os artigos 79º e 80º;
- Decreto-lei nº159/2014, de 27 de Outubro, com destaque para o artigo 27º.

Para o desenho da Estratégia de Comunicação do ALENTEJO 2020 foram especialmente relevantes as interações estabelecidas com a Rede de Comunicação implementada no quadro do modelo de governação do Acordo de Parceria PORTUGAL 2020 (que sucede à Rede de Comunicação criada no âmbito do QREN 2007-2013), assim como a incorporação do capital de conhecimento e das lições de experiência obtidas no contexto do anterior período de programação (2007-2013) através do INALENTEJO. Foram acolhidas, de igual modo, todas as sugestões e propostas emitidas pela Comissão Europeia.

Em termos de organização, o presente documento foi estruturado em função da seguinte estrutura de conteúdos:

- Enquadramento Geral (Capítulo 2);
- Estratégia de Comunicação (Capítulo 3);
- Programação e Implementação (Capítulo 4).

2. ENQUADRAMENTO GERAL

2.1. O PROGRAMA OPERACIONAL REGIONAL DO ALENTEJO 2014-2020

O Acordo de Parceria PORTUGAL 2020 compromete o país perante a União Europeia com um conjunto de objetivos que visam reforçar o seu alinhamento em relação às orientações e metas constantes da Estratégia EUROPA 2020, seja a nível global como das suas regiões em particular. É de referir, a este respeito, que esta Estratégia adota o crescimento inteligente, o crescimento sustentável e o crescimento inclusivo como princípios basilares de atuação.

O PORTUGAL 2020 adota como principais objetivos a prosseguir o incentivo à produção de bens e serviços transacionáveis, uma maior internacionalização da economia, uma maior articulação entre o sistema científico e o tecido empresarial, o cumprimento da escolaridade obrigatória e a diminuição da percentagem de abandono escolar precoce, o combate à exclusão social, a transição para uma economia com baixas emissões de carbono, o fortalecimento da coesão territorial e a modernização da Administração Pública. Para este efeito, o PORTUGAL 2020 consagra as grandes orientações e princípios de programação a observar na utilização dos FEEI em prol do desenvolvimento do país ao longo do período compreendido entre 2014 e 2020.

A nível regional, por seu turno, o ALENTEJO 2020 (que corresponde a um dos 16 Programas Operacionais que integram o Acordo de Parceria PORTUGAL 2020) tem como missão, em consonância com as orientações nacionais e europeias, promover o desenvolvimento económico alicerçado no conhecimento e na inovação, a promoção de uma economia mais eficiente e ecológica no que respeita à utilização dos recursos e a elevação dos níveis de formação/educação e emprego, impulsionando-se assim a coesão social, territorial e o combate à pobreza. O Quadro 1 explicita os Objetivos Macro visados pelo ALENTEJO 2020, assim como a sua articulação com os Eixos Prioritários do Programa com contributos potencialmente mais expressivos para a sua concretização.

QUADRO 1 – OBJETIVOS MACRO X EIXOS PRIORITÁRIOS DO ALENTEJO 2020

Objetivos Macro	Eixos Prioritários do ALENTEJO 2020								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Incrementar em 15% o valor do PIB Regional	●		●		●	●	●	●	
Integrar em 2020 o grupo das regiões classificadas como <i>Innovation Follower</i> no âmbito do <i>Regional Innovation Scoreboard</i>	●	●	●		●	●			●
Aumentar a percentagem de população, entre os 30 e os 34 anos, com ensino superior ou equiparado, tendo como objetivo atingir 40%		●			●				
Reduzir o abandono escolar precoce, tendo como objetivo alcançar uma taxa de 10% em 2020		●				●			
Aumentar a percentagem de população adulta (25-64 anos) abrangida por ações de aprendizagem ao longo da vida, fixando como objetivo a taxa de 10% em 2020					●	●	●		●
Atenuar em 10% as assimetrias territoriais	[transversal]								
Diminuir a taxa de desemprego, passando de 16% em 2012 para 10% em 2020	●		●		●	●			
Reduzir em 10% o consumo de energia elétrica doméstico, não doméstico (comércio e serviços) e público (iluminação das vias públicas e iluminação interior dos edifícios do Estado)			●	●				●	

NOTA: NÃO FOI INCLUÍDO O EIXO PRIORITÁRIO 10, RELATIVO À ASSISTÊNCIA TÉCNICA

O ALENTEJO 2020, que agrega um envelope financeiro de aproximadamente 1,1 milhões de euros, assume-se como um Programa de grande abrangência temática, cobrindo todos os domínios consagrados no PORTUGAL 2020, a saber: **(i)** Competitividade e Internacionalização, **(ii)** Capital Humano, **(iii)** Inclusão Social e Emprego e **(iv)** Sustentabilidade e Eficiência no Uso dos Recursos.

DOMÍNIOS TEMÁTICOS

Competitividade
e Internacionalização
(eixo 1, 3, 9)

Capital Humano
(eixo 2)

Inclusão Social e Emprego
(eixo 5, 6)

Sustentabilidade e Eficiência
no Uso de Recursos
(eixo, 4, 7, 8)

EIXOS ESTRATÉGICOS

- 1 Competitividade e Internacionalização das PME (FEDER)
- 2 Ensino e Qualificação do Capital Humano (FSE/FEDER)
- 3 Investigação, Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (FEDER)
- 4 Desenvolvimento Urbano Sustentável (FEDER)
- 5 Emprego e Valorização Económica dos Recursos Endógenos (FSE/FEDER)
- 6 Coesão Social e Inclusão (FSE/FEDER)
- 7 Eficiência Energética e Mobilidade (FEDER)
- 8 Ambiente e Sustentabilidade (FEDER)
- 9 Capacitação Institucional e Modernização Administrativa (FEDER/FSE)
- 10 Assistência Técnica (FERDER)

O Programa encontra-se estruturado em 10 Eixos Prioritários (incluindo a Assistência Técnica), os quais refletem as opções nacionais consubstanciadas no Acordo de Parceria (designadamente na articulação dos Programas Operacionais Temáticos e o Programa Operacional Regional) e as Prioridades de intervenção da Estratégia de Desenvolvimento Regional para 2020, incidindo nos vetores-chave seguintes:

- revitalização da base económica através do Reforço da Competitividade e Internacionalização das PME (Eixo 1);
- reforço dos níveis de investimento no Ensino, na Qualificação do Capital Humano e nas diversas modalidades de Aprendizagem ao Longo da Vida (Eixo 2);
- reforço dos níveis de investimento nos domínios da Investigação, Desenvolvimento Tecnológico e Inovação, em consolidação e desenvolvimento do Sistema Regional de Transferência de Tecnologia (Eixo 3);

- melhoria das condições de atratividade dos centros urbanos regionais e dos centros urbanos estruturantes (Eixo 4);
- apoio a intervenções de Promoção do Emprego, da Coesão, Inclusão Social e Combate à Pobreza e Valorização Económica dos Recursos Endógenos (Eixos 5 e 6);
- apoio a prioridades relativas à Eficiência Energética, Mobilidade, Ambiente e Sustentabilidade, nos domínios da Economia com Baixas Emissões de Carbono, da Proteção do Ambiente e da Promoção da Eficiência dos Recursos (Eixos 7 e 8);
- apoio a ações relacionadas com a Capacitação Institucional e a melhoria da Administração Pública e de parceiros territoriais de apoio ao desenvolvimento e a Assistência Técnica do Programa (Eixos 9 e 10).

Este conjunto de Eixos deverá enquadrar operações relevantes para a concretização de objetivos macro e específicos do ALENTEJO 2020, os quais deverão beneficiar também de intervenções complementares para a região com enquadramento nos Programas Operacionais Temáticos de âmbito nacional (Competitividade e Internacionalização, Capital Humano, Inclusão Social e Emprego, e Sustentabilidade e Uso Eficiente dos Recursos) e nos Programas de Desenvolvimento Rural e das Pescas e Aquicultura.

2.2. LIÇÕES DE EXPERIÊNCIA DO INALENTEJO

A atividade desenvolvida na região no âmbito da implementação do Plano de Comunicação do Programa Operacional Regional do Alentejo 2007-2013 (INALENTEJO) constitui uma importante fonte de ensinamentos que não pode nem deve ser desperdiçada como referência para o atual ciclo de programação. Justifica-se, portanto, que sejam aqui lembradas as principais conclusões obtidas através da Avaliação Intercalar do Plano de Comunicação do INALENTEJO.

Este exercício, que cobriu o período compreendido entre 1 de Janeiro de 2007 e 31 de Dezembro de 2010, teve como finalidade aferir o grau de cumprimento das metas previstas para os indicadores de realização e de resultado, analisar o contributo das ações para a concretização dos objetivos que o Plano se propôs alcançar, bem como diagnosticar as razões de eventuais desvios, e consequentemente, a introdução de ajustamentos a este e/ou ao seu Plano de Ação. Na análise realizada assumiu também particular relevo a avaliação da notoriedade do INALENTEJO junto dos vários públicos-alvo com vista a identificar o seu grau de sucesso.

As respostas às questões-chave de avaliação, detalhadamente apresentadas no corpo do Relatório de Avaliação, permitiram à Equipa de Avaliação constatar que:

- o Plano de Comunicação do INALENTEJO correspondeu a um instrumento globalmente bem concebido e adequado às necessidades e desafios de comunicação do Programa;
- o Plano de Comunicação evidenciou um grau de concretização significativa relativamente às metas assumidas no momento da programação, verificando-se que aproximadamente metade dos indicadores de realização e de resultado já tinham sido ou estavam em condições de vir a ser alcançados. A execução do Plano foi ainda marcada pela adoção de uma postura de máxima

eficiência na alocação dos recursos (quer financeiros quer humanos);

- o INALENTEJO é conhecido/reconhecido pela generalidade dos diferentes públicos-alvo, assim como os recursos por ele disponibilizados e as suas realizações, embora o ‘Público em Geral’ tenha revelado um menor conhecimento sobre o Programa; também os meios de divulgação do INALENTEJO foram globalmente avaliados de forma positiva pelos públicos-alvo, com especial destaque para o website do Programa;
- a estratégia de comunicação seguida pela Autoridade de Gestão foi bastante condicionada pela necessidade de aceleração das taxas de compromisso do INALENTEJO, privilegiando o cumprimento de metas quantitativas em detrimento do upgrade qualitativo das intervenções a apoiar. As prioridades de comunicação concentraram-se na divulgação geral das oportunidades de financiamento do INALENTEJO e dos mecanismos operacionais de acesso por parte dos Beneficiários (e.g. submissão de candidaturas), existindo menor aposta e/ou capacidade de afetação de recursos a ações destinadas a promover a procura qualificada;
- globalmente, a informação disponibilizada em matéria de accountability (entendida enquanto o exercício de divulgação e de acesso integral aos processos e atividades de gestão) contribuiu para a transparência da gestão do Programa (em conformidade com os requisitos regulamentares aplicáveis) e consideram-se adequados os mecanismos de divulgação de informação e de accountability (com especial realce para o website);
- os diferentes públicos-alvo assumiram, de forma clara, a imagem maioritariamente positiva do papel da União Europeia e dos Fundos Comunitários no desenvolvimento da Região, verificando-se contudo um défice de visibilidade junto do público-alvo constituído pela ‘Opinião Pública’;
- verificou-se um elevado grau de consciência por parte do público-alvo ‘Beneficiários’ da importância do cumprimento das obrigações em matéria de informação e publicidade por parte dos promotores de projetos do Programa, bem como do papel da Autoridade de Gestão na respetiva divulgação;

No que se refere aos Objetivos Estratégicos em função dos quais o Plano de Comunicação foi desenhado, que visavam gerar a visibilidade/notoriedade do Programa junto dos seus públicos-alvo, contribuir para a qualificação da procura dirigida aos recursos disponibilizados, reforçar a transparência e equidade na gestão do Programa e consolidar uma imagem positiva da União Europeia e dos Fundos Comunitários no desenvolvimento da região, os resultados obtidos no âmbito deste exercício de avaliação permitiram concluir que:

- o Objetivo Estratégico ‘Gerar e consolidar uma significativa notoriedade do Programa (...)’ foi globalmente alcançado junto da generalidade dos públicos-alvo visados (com natural destaque para os Beneficiários Diretos e Potenciais), existindo uma apreciação claramente positiva sobre o nível de conhecimento detido sobre o Programa e sobre a qualidade da informação disponibilizada pela Autoridade de Gestão, não obstante, é importante salientar que o nível de conhecimento declarado pela Opinião Pública ficou claramente aquém da meta inicialmente estabelecida;

- o Objetivo Estratégico ‘Contribuir para a qualificação da procura (...)’ não terá sido prosseguido de forma prioritária, verificando-se que boa parte das ações previstas no Plano de Comunicação não foram executadas ou apenas o foram de forma parcelar;
- o Objetivo Estratégico ‘Reforçar a transparência como princípio basilar da gestão do Programa (...)’ foi globalmente alcançado junto da generalidade dos públicos-alvo visados; ainda assim, foi assinalada a existência de margens de progresso no sentido de promover uma maior customização em relação a necessidades/expectativas específicas dos diferentes públicos-alvo;
- o Objetivo Estratégico ‘Consolidar uma imagem positiva da União Europeia e dos Fundos Comunitários (...)’ foi globalmente alcançado junto dos Beneficiários, dos Mediadores e dos agentes institucionais mais implicados na gestão do Programa (designadamente o Público Institucional), situação contrastante com a perceção menos positiva ou mesmo de desconhecimento que relevou da auscultação da Opinião Pública.

Em linha com as conclusões expostas, e tendo presentes os constrangimentos contextuais então perspetivados em termos da incapacidade de mobilização de recursos e de agentes externos à Autoridade de Gestão no desenvolvimento das atividades de comunicação, a Equipa de Avaliação recomendou que o esforço de comunicação a desenvolver pela Autoridade de Gestão no período remanescente de implementação do Plano de Comunicação do INALENTEJO fosse repercutido ao nível da alavancagem operacional da preparação e arranque da 3ª Fase do Plano de Comunicação (Divulgação da Execução e Encerramento – 2012/2013), orientando-a em função das seguintes cinco prioridades de atuação:

- aumentar o (re)conhecimento por parte da Opinião Pública do contributo do INALENTEJO e dos Fundos Comunitários para o desenvolvimento regional;
- estimular o surgimento e a valorização pública de projetos capazes de se distinguirem pelo seu carácter inovador e/ou pelo seu contributo para o desenvolvimento regional;
- aprofundar o modelo de relacionamento comunicacional estabelecido com os Beneficiários Potenciais e Diretos do INALENTEJO;
- diversificar a gama de produtos comunicacionais associados à disseminação das concretizações do INALENTEJO junto dos diferentes públicos-alvo;
- adequar a bateria de indicadores e metas do Plano de Comunicação às necessidades e aos desafios comunicacionais do INALENTEJO.

Sem prejuízo das melhorias entretanto concretizadas e que, inclusivamente, foram refletidas nas ações de comunicação já desenvolvidas no atual ciclo de programação, considera-se ser pertinente assegurar a plena incorporação deste conjunto de orientações no desenho da Estratégia de Comunicação do ALENTEJO 2020.

2.3. ESTRATÉGIA COMUM DE COMUNICAÇÃO DO PORTUGAL 2020

A Estratégia Comum de Comunicação do PORTUGAL 2020 integra o plano global, os planos de cada Fundo e de cada Programa Operacional, incluindo os Programas de Desenvolvimento Rural, sendo aprovada pela Comissão Interministerial de Coordenação do PORTUGAL 2020 sob proposta da Agência para o Desenvolvimento e Coesão (AD&C), formulada em articulação com a Comissão de Coordenação Nacional do FEADER e a Comissão de Coordenação do FEAMP. Esta Estratégia reflete a mudança de paradigma operada no domínio da comunicação por parte da União Europeia, deslocando a concentração em cada um dos Fundos para o conjunto dos FEEI, numa lógica de sinergias e complementaridades da intervenção articulada dos vários Fundos.

Com a implementação desta Estratégia Comum pretende-se 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. Reconhece-se, assim, que 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 e de Desenvolvimento Rural espaço para, com base nos elementos-chave estabelecidos na Estratégia Comum, desenvolverem as suas estratégias de comunicação em cascata, necessariamente mais finas e focadas na programação de cada Programa e ajustadas aos públicos específicos que servem.

A comunicação e difusão do conhecimento sobre boas práticas e os resultados das políticas estruturais é uma atividade que importa aperfeiçoar, ultrapassando progressivamente a distância que ainda existe face a um grande número de potenciais beneficiários e colmatando o desconhecimento que subsiste sobre a dimensão e o impacto dessas políticas no dia-a-dia do cidadão. Neste contexto, adota-se um modelo comunicacional comum apoiado na Concretização (divulgação de projetos já executados ou em execução), na Personalização (foco nos protagonistas, sejam eles projetos ou indivíduos) e nos Resultados (benefícios para os cidadãos e territórios). A expectativa é de que com esta Estratégia Comum de Comunicação se contribua para uma perceção positiva da aplicação dos FEEI da União Europeia em Portugal, reforçando a imagem de um país que cresce inclusivo e sustentável.

3. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

3.1. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

A definição clara de objetivos de comunicação corresponde a uma condição prévia para maximizar a eficácia das atividades de informação e comunicação que se pretendem desenvolver com vista a assegurar o pleno cumprimento das disposições regulamentares de âmbito comunitário e nacional aplicáveis e a apoiar um elevado desempenho ao nível da implementação do Programa ALENTEJO 2020 tem como condição prévia uma definição adequada dos objetivos de comunicação a adotar.

Neste sentido, os objetivos de comunicação selecionados e que estão subjacentes a toda a Estratégia de Comunicação do ALENTEJO 2020 são os seguintes:

- 0.1 - Alcançar uma ampla disseminação das oportunidades e das condições de financiamento disponibilizadas pelo ALENTEJO 2020**
- 0.2 - Assegurar a qualidade, adequação e acessibilidade da informação e dos serviços de apoio associados à implementação do ALENTEJO 2020**
- 0.3 - Valorizar a transparência como um atributo efetivo e reconhecido da gestão do ALENTEJO 2020**
- 0.4 - Promover e consolidar a notoriedade pública do ALENTEJO 2020 e das suas concretizações na região**
- 0.5 - Reforçar o (re)conhecimento público do contributo da ação da União Europeia para o desenvolvimento da região do Alentejo**

O primeiro Objetivo elencado [Alcançar uma ampla disseminação das oportunidades e das condições de financiamento disponibilizadas pelo ALENTEJO 2020] visa assegurar que as oportunidades de financiamento a disponibilizar pelo Programa e todo o conjunto de condições associadas à sua materialização são conhecidas e compreendidas pela generalidade dos potenciais promotores de iniciativas alinhadas com as respetivas finalidades e regras.

O segundo Objetivo elencado [Assegurar a qualidade, adequação e acessibilidade da informação e dos serviços de apoio associados à implementação do ALENTEJO 2020] visa assegurar o reconhecimento pelos diferentes públicos da disponibilidade e capacidade do Programa para fornecer informação e apoio adequados à satisfação das suas necessidades.

O terceiro Objetivo elencado [Valorizar a transparência como um atributo efetivo e reconhecido da gestão do ALENTEJO 2020] visa assegurar que todos os atos relacionados com a gestão do Programa são praticados e devidamente publicitados em consonância com as regras aplicáveis e de acordo com procedimentos claros, conhecidos e previsíveis para todas as partes interessadas.

O quarto Objetivo elencado [Promover e consolidar a notoriedade pública do ALENTEJO 2020 e das suas concretizações na região] visa assegurar que o Programa é reconhecido pela população residente na região do Alentejo e que esta consegue identificar projetos concretos que beneficiam e/ou beneficiaram do seu apoio.

Finalmente, o quinto Objetivo elencado [Reforçar o (re)conhecimento público do contributo da ação da União Europeia para o desenvolvimento da região do Alentejo] visa assegurar que a ação da União Europeia em prol do desenvolvimento da região do Alentejo através do cofinanciamento de projetos é conhecida e reconhecida pela população em geral.

3.2. PÚBLICOS-ALVO

A seleção dos públicos-alvo visados pelo esforço de comunicação que se pretende implementar ao longo do ciclo de vida do ALENTEJO 2020 foi efetuada com vista a dar pleno cumprimento aos requisitos de informação e comunicação constantes das disposições regulamentares de âmbito comunitário e nacional aplicáveis e a concretizar os objetivos de comunicação adotados. Para além da amplitude que a escolha de múltiplos públicos forçosamente imprime à presente Estratégia de

Comunicação, interessa também reconhecer desde já o desafio que a mesma comporta em termos de diferenciação das mensagens, canais e ações a implementar.

Neste contexto, elegem-se como públicos-alvo da Estratégia de Comunicação do ALENTEJO 2020 os seguintes:

- Agentes do Modelo de Governação do Programa;
- Beneficiários do Programa;
- População abrangida pelo Programa;
- Parceiros de Mediação e Disseminação do Programa.

Os pontos seguintes procedem à caracterização de cada um destes públicos, evidenciando a sua relevância para o Programa e os objetivos específicos de comunicação a que se pretende dar resposta junto de cada um deles e os principais conteúdos informativos que lhes importará disponibilizar.

AGENTES DO MODELO DE GOVERNAÇÃO DO PROGRAMA

Este público é constituído por todas as entidades ligadas ao modelo de governação do ALENTEJO 2020 e, em sentido mais amplo, do PORTUGAL 2020. A relevância deste público decorre do seu papel fundamental para a configuração, aprovação/revisão, regulação e efetiva implementação do Programa em todas as fases do ciclo de vida.

Assim, e desde logo, interessa destacar aqui o caso específico da Autoridade de Gestão, que corresponde ao órgão de gestão do ALENTEJO, a qual é composta pela Comissão Diretiva e pelo Secretariado Técnico do Programa (que integra a Unidade Competitividade, Internacionalização e Emprego, a Unidade Sustentabilidade, Inclusão e Capital Humano e a Unidade de Coordenação e Controlo). Para este público, em particular o Secretariado Técnico, estará sobretudo em causa a transmissão de orientações de política claras para a operacionalização e gestão técnica do Programa. Pela sua natureza específica, considera-se também adequado associar à Autoridade de Gestão o público constituído pelos Organismos Intermédios, muito numerosos e diversos no quadro da atual programação, dado que estes serão uma extensão da mesma por via dos contratos de delegação de competências assinados/a assinar, cabendo aqui destacar a necessidade de transmissão de orientações detalhadas de natureza técnica e de capacitação/formação dos seus recursos humanos com vista ao bom desempenho dessas competências.

Tal como consta da legislação nacional aplicável a esta matéria, e em adição à Autoridade de Gestão do Programa e aos Organismos Intermédios, este público-alvo da Estratégia da Comunicação do ALENTEJO 2020 integra ainda:

- o órgão de coordenação política dos FEEI, personalizado na Comissão Interministerial de Coordenação do Acordo de Parceria (CIC PORTUGAL 2020), a qual é composta por membros do Governo das várias áreas ministeriais, dos Governos Regionais dos Açores e da Madeira e da Associação Nacional de Municípios Portugueses (ANMP), podendo ser pontualmente alargada à participação (mediante convite) de representantes dos parceiros económicos e sociais ou de organizações relevantes da sociedade civil;

- o órgão de coordenação técnica do Portugal 2020 e dos FEEI mobilizados pelo ALENTEJO 2020, personalizado na Agência para o Desenvolvimento e Coesão (AD&C);
- a autoridade de certificação e pagamento dos FEEI mobilizados pelo ALENTEJO 2020, igualmente personalizada na AD&C;
- a autoridade de auditoria dos FEEI, personalizada na Inspeção-Geral de Finanças (IGF);
- o órgão de acompanhamento das dinâmicas regionais na área de atuação do ALENTEJO 2020, personalizada na Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo (CCDRA);
- o órgão de acompanhamento do ALENTEJO 2020, personalizado no Comité de Acompanhamento do Programa, a qual é composta pela Autoridade de Gestão, órgãos do modelo de governação do PORTUGAL 2020, Organismos Intermédios do Programa, ANMP, Comunidades Intermunicipais e diversas entidades públicas e não públicas de âmbito nacional ou regional (parceiros económicos e sociais, instituições de ensino superior, associações empresariais, organizações relevantes ligadas à economia social e ao ambiente, etc.).
- o Curador do Beneficiário dos FEEI, personalizado através de estrutura de missão específica liderada por uma personalidade de reconhecido mérito profissional, credibilidade e integridade pessoal designada pelo Conselho de Ministros;
- a Comissão Europeia, personalizada através de representantes da Direção-Geral de Política Regional e Urbana e da Direção-Geral do Emprego, Assuntos Sociais e Inclusão.

Com todo este conjunto de entidades, na sua diversidade e especificidade, interessará assegurar a existência de mecanismos efetivos, eficientes e transparentes de transmissão e circulação de informação, em particular no que diz respeito ao reporte regular de informação relevante sobre a implementação do Programa e sobre as operações beneficiárias do seu apoio.

BENEFICIÁRIOS DO PROGRAMA

Este público é constituído por todas as entidades que possam constituir-se enquanto beneficiários diretos dos recursos financeiros disponibilizados pelo ALENTEJO 2020, incluindo em particular todas aquelas que preencham as condições de elegibilidade previstas no texto do Programa e da regulamentação aplicável à sua implementação. A relevância deste público decorre do seu contributo decisivo e insubstituível para colocar os recursos alocados ao Programa ao serviço de projetos concretos e sustentáveis que contribuam para alcançar os objetivos e as metas prosseguidas pelo ALENTEJO 2020.

É útil, para efeitos de comunicação, distinguir dois segmentos específicos e com necessidades diferenciadas de informação no seio deste público-alvo:

- Beneficiários Potenciais;
- Beneficiários Efetivos.

Os Beneficiários Potenciais são compostos por todas as entidades que poderão estar ou vir a estar inte-

ressadas na mobilização dos recursos financeiros do Programa para o desenvolvimento de projetos próprios ou em parceria que preencham as condições de elegibilidade previstas no texto do Programa e da regulamentação aplicável à sua implementação. Para este efeito, e tal como se encontra definido no âmbito da regulamentação comunitária, o objetivo central do esforço de comunicação a desenvolver junto deste público específico deverá consistir em assegurar que a estratégia inerente ao ALENTEJO 2020 e todo o conjunto de objetivos e oportunidades de financiamento oferecidas são amplamente divulgadas e compreendidas com base em informações pormenorizadas. Assim, compete à Autoridade de Gestão (ou aos organismos com competências delegadas por esta) garantir que os Beneficiários Potenciais têm acesso às informações relevantes, incluindo informações atualizadas quando necessário, e tendo em conta a acessibilidade dos serviços de comunicação eletrónicos ou outros para determinados segmentos, sobre, pelo menos, o seguinte:

- oportunidades de financiamento e lançamento de convites à apresentação de candidaturas;
- condições de elegibilidade de despesas a satisfazer para poder beneficiar de apoio do Programa;
- descrição dos procedimentos de análise das candidaturas ao financiamento e dos prazos previstos de decisão;
- critérios de seleção das operações a apoiar;
- pontos de contacto onde podem ser obtidas informações sobre os programas operacionais;
- responsabilidade, por parte dos Beneficiários Potenciais, de informar o público quanto ao objetivo da operação e quanto ao apoio prestado à operação pelo Programa.

Tendo em conta a expressiva diversidade que caracteriza tanto o universo de Beneficiários Potenciais do ALENTEJO 2020 como o leque de tipologias de operações passíveis de financiamento ao abrigo deste Programa, considera-se desde já ser fundamental acautelar a necessidade de desenvolvimento de medidas de informação e comunicação adaptadas a ambas as situações. Por outro lado, e face à reconhecida complexidade que o processo de mobilização dos FEEI sempre comporta, será também essencial disponibilizar soluções específicas de apoio aos Beneficiários Potenciais de modo a que aquela não seja um fator impeditivo ou limitador do seu acesso aos mesmos.

Os Beneficiários Efetivos, por seu turno, são compostos por todas entidades a quem o Programa venha efetivamente a afetar recursos financeiros concretos para o desenvolvimento de operações candidadas e aprovadas nos termos definidos e aplicáveis para esse efeito. Neste caso, e tal como se encontra igualmente definido no âmbito da regulamentação comunitária, o objetivo central do esforço de comunicação a desenvolver por parte da Autoridade de Gestão (ou dos organismos com competências delegadas por esta) deverá consistir em informar pormenorizadamente este público específico sobre todos os aspetos pertinentes para a correta utilização dos FEEI alocados em todas as fases do ciclo de vida das operações em apreço. Interessa notar, em particular, que a Autoridade de Gestão deverá fornecer ferramentas (incluindo modelos em formato eletrónico) aos Beneficiários Efetivos no sentido de os ajudar a cumprir as suas obrigações e responsabilidades em matéria de informação e comunicação.

Tendo em conta a criticidade deste público-alvo para o sucesso do ALENTEJO 2020, será decisivo

implementar modelos e soluções de comunicação que assegurem uma elevada acessibilidade às estruturas de gestão do Programa, em particular ao Secretariado Técnico da Autoridade de Gestão e aos Organismos Intermédios.

POPULAÇÃO ABRANGIDA PELO PROGRAMA

Este público é constituído pela generalidade dos cidadãos passíveis de se constituírem enquanto destinatários finais do ALENTEJO 2020 e das concretizações que venham a ser apoiadas através deste Programa. A relevância deste público decorre do objetivo de incrementar o grau de associação entre a ação dos FEEI (e, no atual ciclo de programação, do ALENTEJO 2020) e o vasto conjunto de investimentos que, tanto no passado como ao longo do próximos anos tem sido concretizado em prol do desenvolvimento da região.

Para este efeito, e tal como se encontra definido no âmbito da regulamentação comunitária, o objetivo central do esforço de comunicação a desenvolver junto deste público específico deverá consistir em assegurar a divulgação junto dos cidadãos do papel e das concretizações do ALENTEJO 2020 para o desenvolvimento da região. Assim, compete à Autoridade de Gestão desenvolver, pelo menos, as seguintes ações de informação e comunicação junto deste público:

- uma grande ação de informação para publicitar o lançamento do Programa (mesmo que tal suceda antes da aprovação da Estratégia de Comunicação, como é o caso);
- uma grande ação de informação anual, que promova as oportunidades de financiamento e as estratégias visadas e apresente os resultados do Programa, incluindo, se for caso disso, os grandes projetos, os planos de ação conjuntos e outros exemplos de projetos;
- a presença do emblema da União Europeia nas instalações da Autoridade de Gestão;
- a publicação, por via eletrónica, da lista de operações apoiadas pelo Programa;
- a divulgação de exemplos de operações apoiadas pelo Programa no seu website, apresentados numa língua oficial da União adicional à portuguesa que seja amplamente falada;
- a atualização das informações sobre a execução do Programa, incluindo as suas principais realizações, se for caso disso no website do Programa.

Dada a heterogeneidade que caracteriza este público, considera-se desde já que será útil que a operacionalização da presente Estratégia de Comunicação venha a distinguir segmentos mais específicos no seu interior, de que é exemplo maior o caso da população escolar (que, para além da sua relevância intrínseca, desempenha também um importante papel disseminador junto das respetivas famílias).

PARCEIROS DE MEDIAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DO PROGRAMA

Este público é constituído por todas as entidades suscetíveis de se constituir enquanto parceiros da Autoridade de Gestão ao nível da mediação e/ou disseminação do ALENTEJO 2020 junto dos Beneficiários do Programa (em particular dos Beneficiários Potenciais) e da População Abrangida pelo Programa. Pelo seu posicionamento, notoriedade e maior facilidade de acesso a estes públicos-alvo

(ou segmentos específicos dos mesmos), a relevância deste público associa-se à sua capacidade para amplificar e multiplicar o esforço de comunicação diretamente a cargo da Autoridade de Gestão com ganhos de eficácia e eficiência.

É útil, para efeitos de comunicação, distinguir três segmentos específicos e com objetivos/necessidades diferenciadas de informação no seio deste público-alvo:

- Órgãos de Comunicação Social;
- Agentes de Mediação/Disseminação junto de Beneficiários;
- Agentes de Mediação/Disseminação junto da População.

O primeiro destes segmentos é constituído por agentes que operam no domínio da comunicação social, sobretudo de âmbito regional, englobando fundamentalmente a imprensa escrita e a rádio (incluindo os respetivos canais on-line). Para este tipo de agentes, a prioridade passará pela consolidação de relações regulares e de proximidade que potenciem a cobertura mediática da atividade do ALENTEJO 2020, incluindo aí a disponibilização de informação pertinente, relevante e indutora de se transformar em notícia.

Relativamente aos dois últimos segmentos apontados, trata-se fundamentalmente de agentes aos quais se reconhece uma importante capacidade de acesso/penetração em segmentos específicos da População Abrangida pelo Programa ou dos Beneficiários do Programa, faculdade que importará mobilizar e capitalizar em favor de um maior (re)conhecimento do ALENTEJO 2020 e da ação dos FEEI na região. Tal é o caso de entidades como os Municípios e Comunidades Intermunicipais, as associações empresariais, as associações e agências de desenvolvimento, as escolas, de entre outras organizações com relevância para o efeito.

3.3. MIX DE COMUNICAÇÃO

O mix de comunicação a mobilizar ao longo do ciclo de vida do ALENTEJO 2020 junto dos seus diferentes públicos-alvo foi selecionado com vista a dar pleno cumprimento aos requisitos de informação e comunicação constantes das disposições regulamentares de âmbito comunitário e nacional aplicáveis e a concretizar os objetivos de comunicação adotados. Esta seleção e a respetiva operacionalização ao longo da implementação do Programa procura atender a três princípios-chave:

- Eficácia: as medidas de informação e comunicação a implementar devem possuir um contributo objetivo para atingir os resultados pretendidos junto de cada público-alvo pertinente;
- Eficiência: as medidas de informação e comunicação a implementar devem apresentar a melhor relação custo-benefício possível;
- Exequibilidade: as medidas de informação e comunicação a implementar devem ser compatíveis com os recursos (financeiros, humanos, técnicos, etc.) disponíveis e/ou efetivamente mobilizáveis.

Neste contexto, o mix de comunicação a implementar deverá englobar um conjunto vasto de medidas de informação e comunicação com capacidade para dar resposta à diversidade de características, necessidades e expectativas de cada público-alvo selecionado, com destaque para:

- a identidade institucional do Programa;
- o website do Programa;
- a promoção e representação institucional do Programa;
- a realização de eventos públicos de largo espectro;
- o relacionamento com os órgãos de comunicação social;
- a presença nas redes sociais;
- a disponibilização de apoio técnico aos Beneficiários;
- a articulação com os Agentes do Modelo de Governação do Programa.

Nos pontos seguintes procede-se à descrição geral e definição das principais orientações de suporte à operacionalização de cada uma destas componentes do mix de comunicação proposto.

Realça-se, como princípio e compromisso transversal a toda a Estratégia de Comunicação, que o ALENTEJO 2020 se propõe empreender o seu esforço de comunicação de forma a assegurar a sua acessibilidade junto de pessoas com necessidades especiais. Privilegiar-se-á, para este efeito, o recurso à utilização de uma linguagem inclusiva, paritária e não discriminatória, a produção de formatos alternativos (nomeadamente de leitura fácil, com uso de texto ampliado com símbolos e recurso à língua gestual em filmes), a criação de um website acessível 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 (com destaque para os eventos de largo espectro). É exemplo, o seguinte campo:

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

IDENTIDADE INSTITUCIONAL DO PROGRAMA

Esta componente do mix de comunicação contempla os elementos fundamentais que expressam a identidade institucional do ALENTEJO 2020, tornando-o reconhecível junto de todos os públicos-alvo visados. Estes elementos integram, designadamente:

- a logomarca do Programa;
- o estacionário de suporte à atividade da Autoridade de Gestão;
- os materiais de merchandising e promoção do Programa.

A logomarca do ALENTEJO 2020 constitui o primeiro e mais evidente elemento de identificação do Programa e das suas concretizações, correspondendo a obrigatoriedade da sua inscrição em todos os suportes comunicacionais que venham a ser produzidos pela Autoridade de Gestão, pelos Orga-

nismos Intermédios e pelos Beneficiários um garante da sua visibilidade junto dos diferentes públicos. Esta componente encontra-se já concretizada e devidamente suportada pelo correspondente Manual de Normas Gráficas (disponível no website do Programa).

REPRESENTAÇÃO SOBRE FUNDOS DE COR



O estacionário corresponde a outro elemento marcante de identificação do Programa e da sua atividade, englobando aplicações muito diversas associadas à atividade da Autoridade de Gestão (papel timbrado, envelopes, cartões de visita, etc.). Esta componente encontra-se igualmente concretizada. Finalmente, a produção de materiais de merchandising e promoção do ALENTEJO 2020 deverá acompanhar as diferentes fases do ciclo de vida do Programa e assumir os formatos concretos que, a cada momento, se venham a revelar mais adequados. A exemplo do que sucedeu em anteriores períodos de programação, a produção deste tipo de materiais (já iniciada) deverá ser orientada por princípios de qualidade (p.ex. materiais utilizados), de rigor (p.ex. volume de exemplares), de valorização dos recursos e produtos regionais (p.ex. aplicações com cortiça) e de preservação ambiental (p.ex. utilização de materiais reciclados).

WEBSITE DO PROGRAMA

Esta componente do mix de comunicação contempla a conceção e operacionalização do website do ALENTEJO, o qual, pela amplitude dos conteúdos que permitirá disponibilizar junto dos diferentes públicos-alvo visados, corresponderá a uma das peças centrais da presente Estratégia de Comunicação. Sem pretensões de exaustividade, elencam-se como exemplos de conteúdos a disponibilizar os seguintes:

- texto do Programa (incluindo eventuais revisões, bem como as decisões comunitárias de suporte de aprovação);
- informação detalhada sobre oportunidades e condições de financiamento do Programa;
- Relatórios de Execução anual do Programa:
- estudos de avaliação do Programa;
- lista das operações apoiadas pelo Programa;
- repositório de exemplos de operações apoiadas pelo Programa (casos de sucesso, boas práticas, etc.);
- identificação dos contactos do Programa;
- Kit do Beneficiário.

Sem prejuízo para os outros elementos que a Autoridade de Gestão venha a considerar pertinentes, o Kit do Beneficiário deverá integrar um (e-)guia onde se esclareçam as obrigações legais que o beneficiário assume com a aceitação de financiamento, bem como as orientações e normas a observar em matéria de informação e comunicação. A Autoridade de Gestão promoverá também ações de informação e apoio neste domínio, nomeadamente através da disponibilização de um serviço de helpdesk (por telefone ou correio eletrónico) ou mediante agendamento de atendimento.

Relativamente à lista de operações apoiada pelo Programa, e no intuito de garantir uma maior transparência no apoio dos FEEL, a Autoridade de Gestão deverá manter uma lista das operações apoiadas em formato de folha de cálculo (por exemplo nos formatos CSV ou XML) que permita que a informação seja classificada, pesquisada, extraída, comparada e facilmente publicada na Internet. Esta lista

das operações deverá estar acessível no sítio Web do ALENTEJO 2020 e ser atualizada com periodicidade mínima semestral, apresentando os títulos dos campos de dados em, pelo menos, outra língua oficial da União. As informações mínimas a incluir na lista de operações são as seguintes:

- nome do beneficiário (entidade jurídica);
- nome da operação;
- resumo da operação;
- data de início do funcionamento;
- data do fim da operação (data prevista para a conclusão física ou para a sua realização plena);
- despesas elegíveis totais atribuídas à operação;
- taxa de cofinanciamento da UE (por Eixo Prioritário);
- código postal da operação (ou outro indicador adequado para determinar a localização).
- nome da categoria de intervenção para a operação;
- data da última atualização da lista.

Interessa referir que esta componente (website) encontra-se já concretizada (www.alentejo.portugal2020.pt), realçando-se contudo a necessidade de assegurar em permanência a sua evolução e adaptação às necessidades específicas que as diferentes etapas do ciclo de vida do Programa venham a colocar. Destaca-se, igualmente, que o website do Programa já está acessível a pessoas com necessidades especiais de acordo com o exigido (Nível A), o que irá figurar na homepage do Alentejo 2020, havendo o compromisso por parte da Autoridade de Gestão em melhorar o continuamente o seu nível de acessibilidade.

EVENTOS PÚBLICOS DE LARGO ESPECTRO

Esta componente do mix de comunicação será operacionalizada através da realização de eventos públicos de dimensão relevante a cargo da Autoridade de Gestão do ALENTEJO 2020 que possam constituir momentos marcantes para a promoção da visibilidade e notoriedade públicas do Programa junto dos seus diferentes públicos-alvo (com destaque para a População Abrangida pelo Programa, os Beneficiários do Programa e os Agentes de Mediação e Disseminação do Programa). Para este efeito, consideram-se desde já:

- a grande ação de informação de lançamento do Programa;
- a grande ação de informação anual do Programa;
- o evento anual de celebração do Dia da Europa;
- a realização de seminários e conferências de natureza temática.

A grande ação de informação de lançamento do Programa foi já realizada no passado dia 2 de Março de 2015 em Elvas (Centro de Negócios Transfronteiriços) e constituiu-se como um verdadeiro sucesso em termos de afluência (cerca de 1.300 participantes). É importante referir que este evento foi integrado no âmbito mais amplo do roadshow de apresentação do PORTUGAL 2020 nas regiões de Portugal Continental, contando para o efeito com intervenções de diversos representantes do Governo e dos quatro Programas Operacionais Temáticos que integram o Acordo de Parceria.

A grande ação de informação anual visará a divulgação das oportunidades de financiamento disponíveis e a apresentação das principais concretizações do ALENTEJO 2020, devendo a organização de cada edição em concreto atender ao seu posicionamento no ciclo de vida do Programa. Sem prejuízo da sua autonomia, considera-se desde já ser pertinente equacionar eventuais modalidades de associação dos Programas Operacionais do PORTUGAL 2020 com incidência na região a esta série de eventos de modo a amplificar a visibilidade e notoriedade públicas das oportunidades e concretizações dos FEEI no Alentejo. Pela sua natureza, e a exemplo do que já sucedeu em anteriores períodos de programação, considera-se também desejável que este evento possa assumir uma natureza itinerante pelas cinco sub-regiões que integram o Alentejo.

No caso dos eventos anuais de comemoração do Dia da Europa (que incluem o hasteamento da bandeira da União Europeia em frente às instalações da CCDRA), pretende-se essencialmente promover uma associação mais estreita desta efeméride à atividade do ALENTEJO 2020 e, em sentido mais amplo, das concretizações dos FEEI na região do Alentejo. Para além do estreitamento de parcerias com entidades pertinentes, sugere-se que estes eventos possam vir assumir uma clara orientação para a População Abrangida pelo Programa e incluam uma programação que integre a dinamização de ações diversificadas de envolvimento da comunidade (ver infra).

Finalmente, e também a exemplo da prática seguida em anteriores períodos de programação, antevê-se igualmente a possibilidade de poderem vir a ser promovidos eventos específicos sobre temas de relevância para a região.

PROMOÇÃO E REPRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL DO PROGRAMA

Esta componente do mix de comunicação será operacionalizada através da concretização de ações de perfil diversificado que contribuam ativamente para promover a visibilidade e notoriedade do ALENTEJO 2020 junto dos seus diferentes públicos-alvo, com destaque para a População Abrangida pelo Programa e os Beneficiários do Programa. Para este efeito, considera-se desde já o seguinte tipo de ações:

- produção e distribuição de brochuras de divulgação do Programa;
- produção e distribuição de e-newsletters do Programa;
- edição e publicação de anúncios em meios de comunicação social;
- realização de programas de rádio sobre o Programa;
- participação em feiras e outros eventos de carácter genérico;
- associação institucional a eventos com relevância para o Programa;

- participação regular em eventos organizados por entidades terceiras (associadas ou não ao modelo de governação do ALENTEJO 2020);
- realização de exposições itinerantes do Programa.

Interessa assinalar que a Autoridade de Gestão do ALENTEJO 2020 já iniciou a implementação de diversas destas ações no âmbito da sua atividade de promoção e representação institucional do Programa. Pela sua relevância específica e inovação face a anteriores períodos de programação, merece aqui especial destaque a recente realização de uma série de programas temáticos dedicados à apresentação do ALENTEJO 2020 em colaboração com estações de rádio de abrangência regional, os quais se encontram igualmente disponibilizados através do website do Programa.

RELACIONAMENTO COM OS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Esta componente do mix de comunicação será operacionalizada através da consolidação/reforço dos mecanismos de divulgação de informação respeitante ao ALENTEJO 2020 e às suas concretizações junto dos órgãos de comunicação social, visando assim amplificar a sua visibilidade e notoriedade junto dos Beneficiários do Programa e, em especial, da População Abrangida pelo Programa. Para este efeito, considera-se desde já o seguinte tipo de ações:

- produção de notas de imprensa (press-releases);
- produção de dossiers de imprensa sobre temas específicos;
- realização de conferências de imprensa (press-conferences);
- cobertura mediática de eventos;
- resposta a solicitações dos media.

REDES SOCIAIS

Esta componente do mix de comunicação será operacionalizada através da presença ativa da Autoridade de Gestão do ALENTEJO 2020 nas designadas redes sociais, as quais correspondem a ferramentas eletrónicas de comunicação de nova geração que permitem a publicação e partilha de informação junto de audiências potencialmente muito vasta a custo praticamente nulo. Pela sua natureza, a utilização deste tipo de ferramentas presta-se sobretudo à divulgação de informação de cariz mais genérico junto da População Abrangida pelo Programa, dos Beneficiários do Programa e, igualmente, dos Parceiros de Mediação e Disseminação do Programa.

A este nível, interessa destacar que a Autoridade de Gestão já marca presença desde 16 de Janeiro de 2015 em duas das mais conhecidas redes sociais, a saber:

- Facebook: www.facebook.com/Alentejo.Portugal2020;
- Twitter: <https://twitter.com/Alentejo2020>.

Sem prejuízo dos riscos que uma excessiva dispersão pela diversidade de redes sociais existente poderá acarretar, considera-se ainda assim ser pertinente equacionar a prazo a criação de um canal

próprio especificamente dedicado à publicação e partilha de conteúdos audiovisuais do Programa numa das plataformas de maior popularidade entre os utilizadores da Internet (p.ex. YouTube ou Vimeo).

DISPONIBILIZAÇÃO DE APOIO TÉCNICO AOS BENEFICIÁRIOS

Esta componente do mix de comunicação contempla a criação e operacionalização de mecanismos específicos de apoio técnico aos Beneficiários do Programa (Potenciais e Efetivos) que contribuam para facilitar o seu acesso a informação-chave relacionada com as oportunidades e condições de financiamento disponibilizadas ao nível quer da preparação e submissão de candidaturas, quer da gestão e execução das operações que venham a ser apoiadas. Para este efeito, considera-se desde já o seguinte tipo de ações:

- produção e disponibilização de Manual(is) de Apoio ao Beneficiário;
- organização de sessões técnicas de informação e esclarecimento;
- criação de help-desk em suporte multicanal (e-mail, telefone, presencial, etc.).

Tendo em conta a expressiva diversidade que caracteriza tanto o universo de Beneficiários Potenciais do ALENTEJO 2020 como o leque de tipologias de operações passíveis de financiamento ao abrigo deste Programa, considera-se desde já ser fundamental prever a necessidade de desenvolvimento de medidas de informação e comunicação adaptadas a ambas as situações.

ARTICULAÇÃO COM OS AGENTES DO MODELO DE GOVERNAÇÃO DO PROGRAMA

Esta componente do mix de comunicação contempla os elementos fundamentais de comunicação que sustentarão a articulação com os Agentes do Modelo de Governação do Programa ao longo do seu ciclo de vida, cumprindo um papel fundamental na operacionalização do mesmo. Estes elementos integram, designadamente:

- as reuniões do Comité de Acompanhamento do Programa;
- os Relatórios de Execução anual do Programa;
- os estudos de avaliação do Programa.

Com todo este conjunto de entidades, na sua diversidade e especificidade, interessará assegurar a existência de mecanismos efetivos, eficientes e transparentes de transmissão e circulação de informação, em particular no que diz respeito ao reporte regular de informação relevante sobre a implementação do Programa e sobre as operações beneficiárias do seu apoio.

4. PROGRAMAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO

4.1. FASEAMENTO

A implementação da Estratégia de Comunicação do ALENTEJO 2020 irá obedecer a um planeamento indicativo de atividades estruturado em função de Fases e Ações de Comunicação, a decorrer entre 2014 e 2020 (sem prejuízo da sua extensão até ao encerramento formal do Programa em 2023). Este planeamento deverá ser alvo de maior e mais precisa especificação no âmbito dos exercícios

de programação de atividades que serão desenvolvidos com periodicidade anual, bem como refletir as indicações que venham a decorrer de eventuais propostas de alteração da própria Estratégia em resultado do processo de monitorização e avaliação que acompanhará a sua execução.

Assim, e em termos macro, propõe-se que a Estratégia de Comunicação do ALENTEJO 2020 seja desenvolvida no sentido de contemplar três Fases de Comunicação principais alinhadas como o ciclo de vida do Programa, a saber (Quadro 2):

- Fase 1: Lançamento e Divulgação Inicial do Programa;
- Fase 2: Dinamização da Implementação do Programa;
- Fase 3: Divulgação das Concretizações do Programa.

QUADRO 2 – CRONOGRAMA INDICATIVO DAS PRINCIPAIS FASES DE COMUNICAÇÃO DO ALENTEJO 2020

Fases	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Fase 1: Lançamento e Divulgação Inicial do Programa							
Fase 2: Dinamização da Implementação do Programa							
Fase 3: Divulgação das Concretizações do Programa							

A Fase 1 [Lançamento e Divulgação Inicial do Programa] terá lugar na etapa inicial do ciclo de vida do Programa (2014-2016) e visa apresentar globalmente o ALENTEJO 2020 à generalidade dos públicos-alvo selecionados de modo a despoletar a sua notoriedade e suscitar procura de informação adicional.

A Fase 2 [Dinamização da Implementação do Programa] terá início com o lançamento dos primeiros avisos de abertura de concurso para receção e seleção de candidaturas com vista à obtenção de cofinanciamento pelo ALENTEJO 2020 e prolongar-se-á até ao encerramento das operações apoiadas (2015-2020), tendo como objetivos centrais a captação de procura para o Programa e a promoção da respetiva execução. Esta Fase terá como principais destinatários os Beneficiários do Programa (Potenciais e Efetivos), a quem interessa informar sobre as oportunidades e condições de financiamento disponíveis e assegurar um acompanhamento adequado em todas as etapas de desenvolvimento de projetos (candidaturas, reporte de execução, pedidos de pagamento, encerramento de projetos, etc.), sem prejuízo do esforço de comunicação que importará concretizar igualmente junto de outros públicos-alvo relevantes para esse efeito (com destaque para os Parceiros de Mediação e Disseminação do Programa e os Agentes do Modelo de Governação do Programa).

Finalmente, a Fase 3 [Divulgação das Concretizações do Programa] terá início com o encerramento das primeiras operações beneficiárias dos apoios disponibilizados pelo ALENTEJO 2020 e prolongar-se-á até ao final do Programa (2016-2020), tendo como objetivo central a divulgação pública das realizações e dos resultados alcançados por via da sua implementação. Esta Fase terá como princi-

país destinatários a População Abrangida pelo Programa, os Agentes do Modelo de Governação do Programa e os Parceiros de Mediação e Disseminação do Programa (com destaque para os órgãos de comunicação social).

Deve notar-se que estas Fases não correspondem a compartimentos estanques entre si, coexistindo no tempo e servindo acima de tudo como referências de suporte à definição das mensagens e à ativação dos elementos do mix de comunicação melhor adaptados a cada período do ciclo de vida do Programa, elementos que serão alvo de programação anual mais detalhada. Sem prejuízo dessa programação, a definir anualmente, elencam-se desde já como principais atividades a desenvolver em 2016 as seguintes:

- grande ação de informação anual do ALENTEJO 2020;
- evento anual de celebração do Dia da Europa;
- realização de seminários e conferências de natureza temática;
- atualização e melhoria sistemática do website do Programa;
- produção e distribuição de e-newsletters do Programa;
- dinamização da presença do Programa nas redes sociais (Facebook e Twitter);
- associação institucional a eventos com relevância para o Programa;
- participação regular em eventos organizados por entidades terceiras (associadas ou não ao modelo de governação do ALENTEJO 2020);
- organização de sessões técnicas de informação e esclarecimento (em articulação com o lançamento de avisos de concurso);
- articulação sistemática com os órgãos associados ao modelo de governação do Programa (p.ex. Comitê de Acompanhamento).

4.2. ORÇAMENTO INDICATIVO

A alocação de recursos financeiros especificamente direcionados para apoiar a implementação do esforço de comunicação preconizado na presente Estratégia constitui uma condição essencial para concretizar os objetivos a que a mesma se propõe, sem prejuízo do respeito pela relação de proporcionalidade que deverá assegurar em relação à dimensão do envelope financeiro adstrito ao ALENTEJO 2020. Para além de refletir a ambição própria do Programa nesta matéria, determinação do budget de comunicação tomou ainda em consideração as orientações emanadas da Rede de Comunicação do PORTUGAL 2020 e, também as lições de experiência adquiridas em anteriores períodos de programação.

Neste contexto, o orçamento indicativo proposto para a implementação da Estratégia de Comunicação do ALENTEJO 2020 ao longo do período 2014-2020 corresponde a uma dotação FEDER de € 921.000, representando 3% da dotação alocada ao Eixo Prioritário 10 – Assistência Técnica, traduzindo-se num orçamento anual médio de aproximadamente €155.000 (Quadro 3).

QUADRO 3 – ORÇAMENTO INDICATIVO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO ALENTEJO 2020

Domínios	Montante FEDER [€]
Preparação, execução, acompanhamento	184.200
Informação e Comunicação	644.700
Estudos e Avaliação	92.100
Total	921.000

4.3. MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO

A monitorização e avaliação da Estratégia de Comunicação do ALENTEJO 2020 correspondem a atividades que serão sistematicamente prosseguidas ao longo de todo o ciclo de vida de implementação do Programa com o duplo intuito de aferir o grau de concretização dos objetivos de comunicação fixados e de corrigir, sempre que tal se justifique, as opções agora preconizadas.

Para este efeito, e tal como se encontra sintetizado no Quadro 4, a presente Estratégia adota um conjunto vasto de indicadores de realização e de resultado que servirão de suporte às respetivas atividades de monitorização e avaliação, os quais acolhem a bateria de indicadores comuns proposta no âmbito da Rede de Comunicação do PORTUGAL 2020. Em tempo oportuno, e também em linha com o que consta da Estratégia de Comunicação PORTUGAL 2020, serão igualmente definidas metas para alguns dos indicadores-chave definidos, em particular para os indicadores de resultado que possam ser de facto influenciados pelas ações previstas.

**QUADRO 4 – INDICADORES DE MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO
DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO ALENTEJO 2020**

Indicador	Tipo	Medida	Periodicidade de cálculo
Índice de favorabilidade das notícias	Resultado	%	Anual
Taxa de acolhimento de notas/ <i>dossiers</i> de imprensa	Resultado	%	Anual
Nº de destinatários das <i>e-newsletters</i> do Programa	Resultado	nº	Anual
Nº de participantes nos eventos (e.g. seminários, conferências, workshops, etc.)	Resultado	nº	Anual
Taxa média de presenças nas reuniões do Comité de Acompanhamento	Resultado	%	Anual
Nº de notícias veiculadas	Realização	nº	Anual
Alcance das notícias	Realização	nº	Anual
Nº de notas / <i>dossiers</i> de imprensa	Realização	nº	Anual
Nº de anúncios institucionais	Realização	nº	Anual
nº de inserções (somatório do nº de vezes que cada anúncio é publicado)	Realização	nº	Anual
Nº de visitantes do <i>website</i> do Programa	Realização	nº	Anual
Nº de <i>e-newsletters</i> do Programa	Realização	nº	Anual
Nº de seguidores do Programa nas Redes Sociais	Realização	nº	Anual
Nº de eventos (e.g. seminários, conferências, <i>workshops</i> , etc.)	Realização	nº	Anual
Acessibilidade ao <i>website</i> do Programa por cidadãos com necessidades especiais (W3C)	Realização	%	Anual
Nº de reuniões do Comité de Acompanhamento	Realização	nº	Anual

De referir ainda que, sempre que se considere pertinente, proceder-se-á, em articulação com a Rede de Comunicação do PORTUGAL 2020, à realização de estudos e avaliações que permitam monitorizar a prossecução dos objetivos definidos na presente Estratégia de Comunicação. Estas ações, cuja especificação metodológica será oportunamente estabelecida, deverão ser operacionalizadas com recurso entidades externas independentes, sem prejuízo do seu reporte regular por parte da Autoridade de Gestão no âmbito dos relatórios anuais de execução do Programa.

4.4. DIREÇÃO E EXECUÇÃO

A elaboração da Estratégia de Comunicação do Programa Operacional Regional ALENTEJO 2020 é da competência da Comissão Diretiva da respetiva Autoridade de Gestão, cabendo-lhe também apresentar propostas de alteração que se venham a mostrar pertinentes no decurso do seu ciclo de vida. À Comissão Diretiva compete igualmente proceder ao planeamento anual e à execução das atividades de informação e comunicação que operacionalizam a Estratégia, assim como reportar anualmente os progressos realizados e os resultados obtidos na sequência da sua implementação. Esta última tarefa deverá constituir parte integrante dos Relatórios de Execução anual do Programa.

Por seu turno, a aprovação da Estratégia de Comunicação e de eventuais propostas de alteração da mesma compete ao Comité de Acompanhamento do ALENTEJO 2020, cabendo-lhe também analisar a sua execução anual. Sempre que se revele pertinente, o Comité de Acompanhamento poderá igualmente emitir parecer sobre o planeamento anual das atividades de informação e comunicação proposto pela Comissão Diretiva.

Do ponto de vista mais operacional, a Comissão Diretiva do ALENTEJO 2020 será diretamente apoiada pelo Secretariado Técnico no desempenho de todas as competências formalmente a seu cargo em matéria de informação e comunicação. A responsabilidade direta por esta área de intervenção da Autoridade de Gestão será cometida à Responsável de Comunicação do ALENTEJO 2020, favorecendo assim a existência de um centro operacional de responsabilidade e competência técnica claramente identificável no seio daquela estrutura, obviamente sem prejuízo do envolvimento ativo e generalizado que todos os elementos integrantes do Secretariado Técnico do Programa deverão manter com o processo de implementação da Estratégia de Comunicação.

Interessa referir, finalmente, que tanto o desenho como a implementação desta Estratégia se integram no contexto mais vasto da Estratégia Comum de Comunicação do PORTUGAL 2020, prevendo-se nesse âmbito uma estreita articulação entre a Autoridade de Gestão do ALENTEJO 2020 e a Rede de Comunicação do PORTUGAL 2020.

Contatos do Programa Operacional Regional ALENTEJO 2020

Roberto Pereira Grilo
Presidente da Comissão Diretiva do Programa Operacional Regional ALENTEJO 2020

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo
Avenida Eng^o Arantes e Oliveira, 193
7004-514 ÉVORA

Telefone: (351) 266 740 300
Fax: (351) 266 706 562
e-mail [1]: alentejo2020@ccdr-a.gov.pt
e-mail [2]: presidente@ccdr-a.gov.pt
Website: www.alentejo.portugal2020.pt

