

Plano de comunicação



Índice

1. Introdução.....	2
2. Enquadramento.....	4
2.1 Diagnóstico.....	5
3. A Marca COMPETE 2020	9
4. Plano de Comunicação	12
4.1 Missão e Objetivos	12
4.2 Segmentação	15
4.3 Meios.....	16
4.4 Ações de Comunicação.....	18
5. Programação Financeira Indicativa	26
6. Monitorização e Avaliação	28
7. Entidades Intervenientes no Plano de Comunicação.....	30
7.1 Entidade Responsável	30
7.2 Rede de Comunicação Portugal 2020	31
8. Regras de Informação e Comunicação	32

1. Introdução

Reforçar a competitividade da economia portuguesa e a sua presença no mercado internacional constitui um dos desafios de Portugal para 2020, a fim de alcançar a necessária mudança estrutural, aumentar a criação de emprego e retomar a dinâmica de convergência com as economias mais avançadas da União Europeia, tornando-se num País mais próspero, mais inclusivo e mais coeso.

Construído em linha com as grandes orientações estratégicas nacionais e europeias, o COMPETE 2020 | Programa Operacional Competitividade e Internacionalização mobiliza os Fundos Europeus Estruturais e de Investimento para o período 2014-20 no âmbito do domínio “Competitividade e Internacionalização” do Portugal 2020.

O Plano de Comunicação do COMPETE 2020, em estreita articulação com a Estratégia Comum de Comunicação do Portugal 2020, assume-se como fundamental contribuir para a concretização da visão, missão e objectivos do COMPETE 2020, pretendendo cooperar para o conhecimento transparente dos Fundos Europeus Estruturais e de Investimentos (FEEI); mobilizar os *stakeholders* relevantes para um desígnio comum; assegurar a elevação do reconhecimento e valorização do papel da União Europeia; bem como, demonstrar o esforço de investimento nacional que acompanha os financiamentos das intervenções estruturais.

O Regulamento (EU) n.º 1303/2013, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de Dezembro, destaca o papel crucial da comunicação, sublinhando a importância de dar a conhecer as realizações dos Fundos da União Europeia ao público em geral, bem como os objetivos da política de coesão. Os cidadãos têm o direito de saber de que forma os recursos financeiros da União são investidos.

Neste sentido, a Estratégia de Comunicação do Portugal 2020, assumiu um conjunto de linhas condutoras em prol de uma comunicação global.

A referida Estratégia definiu uma matriz comum para a comunicação no contexto do Portugal 2020, que se refletirá no Plano de Comunicação do COMPETE 2020, com destaque para:

- As estratégias de segmentação e posicionamento;
- A marca Portugal 2020;
- A estratégia de comunicação para beneficiários, potenciais beneficiários e público em geral, designadamente:
 - As prioridades de comunicação e as ações de comunicação de largo espectro implementadas à escala nacional;
 - As medidas destinadas a informar os potenciais beneficiários sobre as oportunidades de financiamento e a forma de tornar acessível aos cidadãos a informação sobre a aplicação dos FEEI;
 - Formas para maximizar sinergias em matéria de comunicação e de publicitação entre Programas;
 - A equipa técnica que vai desenvolver e aplicar a estratégia.

A proposta apresentada diz respeito a um horizonte a sete anos, independentemente dos necessários ajustamentos anuais, e organiza-se em oito pontos principais:

- Enquadramento
- A Marca Compete 2020
- Plano de Comunicação
- Programação Financeira Indicativa
- Monitorização e Avaliação
- Entidades Intervenientes na Divulgação
- Regras de Informação e Comunicação

2. Enquadramento

O presente Plano de Comunicação considera a Estratégia de Comunicação do Portugal 2020 e a necessária articulação com aquela, conforme fixado no n.º 2 do artigo 27.º do Decreto-lei n.º 159/2014, de 27 de outubro, que determina, que as autoridades de gestão dos PO devem cumprir o estabelecido na estratégia de comunicação do Portugal 2020 e adequar a estratégia do respetivo programa ao disposto naquela estratégia.

O princípio geral de distinção atribuí 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.

O presente plano encontra-se obviamente alinhado com a missão, visão e objectivos estratégicos do COMPETE 2020, na medida que a comunicação (interna e externa) é fator de otimização do trabalho de toda a organização.

Visão	Missão
Ser instituição de referência no estímulo à competitividade e à internacionalização das empresas portuguesas, garantindo a sustentação das vantagens competitivas.	Assegurar as condições adequadas ao nível da estrutura organizacional, das competências, das práticas, da articulação institucional, da capacidade de seleção de candidaturas e da promoção da coesão regional e integração territorial para contribuir para a revogação do paradigma de competitividade da economia portuguesa, orientando-a para uma filosofia de criação e agregação de valor a produtos e serviços inovadores tendente à consecução de vantagens competitivas sustentadas.

Sem prejuízo da orientação estratégica global da comunicação do Portugal 2020, o COMPETE 2020 reforça a opção por processos de comunicação com os diferentes públicos enquadrados no que se chama de *Inbound marketing*.

Esta opção envolve o recurso a email marketing, a criação de sites de conteúdo rico e a optimização de pesquisas através de SEO, presença ativa nas redes sociais e criação de conteúdo que facilite, em muito, os diferentes públicos-alvos a encontrar a organização COMPETE 2020 e os apoios dos FEEI disponíveis. Para ser eficaz envolve atenção especial na criação de conteúdos e links suportados em palavras-chave ricos para que os motores de busca encontrem e classifiquem o site.

Acresce que esta reorientação para uma aposta no *inbound marketing* (sem abandonar, claro, os processos de comunicação mais tradicionais) tem vindo a ser testada no contexto da comunicação do COMPETE 2020.

2.1 Diagnóstico

No período 2007-2013, destacam-se os seguintes marcos na estratégia de comunicação do COMPETE:

- O website do COMPETE assumiu, desde o início do período de programação (2007-2013), um papel privilegiado no plano de comunicação do Programa. Em 2011, foi reformulado, tornando-se mais intuitivo, de navegabilidade elevada e apostou-se na interactividade (funcionalidades estilo wizard). Incorporaram-se novas funcionalidades que impulsionaram dinamicamente o website, nas quais se destacam: Lista de Projectos aprovados em formato XML e PDF directamente alimentada do sistema de informação com uma actualização automática; FAQ com solução interactiva que permitia segmentar o tema, proporcionando a resposta mais correcta ao utilizador; Consulta de Projectos; Calendário de Concursos; Acesso a um formulário de contacto que permitia triar a razão do contacto, através de assuntos pré-definidos, e direccionar para o responsável correspondente.

O Website do COMPETE, desde o seu lançamento, teve cerca de 4 milhões de visitas (3.972.656).

- Em 2012, determinados em manter os objetivos do Plano de Comunicação num contexto de constrangimentos financeiros e administrativos, reforçou-se a estratégia de integração digital, o que passou por envolveu mudanças nos processos editoriais e na linguagem para aproveitar todas as possibilidades do hipertexto, do multimédia e da interatividade, refletindo-se na forma de comunicar e na sua eficácia.

Esta abordagem de comunicação através de diferentes canais digitais dirigidos a públicos diversos, só foi possível pela interatividade existente com o sistema de informação.

Esta interatividade permitiu que o beneficiário tivesse no portal do COMPETE acesso à atualização diária da lista de beneficiários, à consulta do ponto de situação do seu projeto, bem como aceder à plataforma (PAS 2.0) que, para além de armazenar todos os dados a serem utilizados no processo de preenchimento do formulário de candidatura, permitiu a integração da informação que consta na IES, sem necessidade de inserir manualmente essa informação.

- Em 2013 reforçou-se a integração das redes sociais no portal COMPETE, ficando claramente definidos os papéis de cada canal no contexto de comunicação da Autoridade de Gestão:

- 1) A página do Facebook foi assumida como a principal plataforma de interação nas redes sociais. Assumiu uma forte interação com o trabalho editorial concretizado na Newsletter semanal e realça a preocupação do Programa em comunicar os resultados dos projetos objeto de financiamento comunitário. A página do Facebook é também o canal privilegiado para disseminar, de forma mais rápida, as comunicações institucionais (publicadas no site), bem como para consolidar os valores associados ao Programa.

A aposta neste canal permitiu tirar o máximo partido da hipertextualidade, da multimedialidade e da interatividade.

Em 2013 foram publicados 1488 *posts*, o que representa uma cadência diária de 6 *posts*.

O número de seguidores (gostos) da página do Facebook do COMPETE era de 7084 a 31 de dezembro de 2013, um aumento de 148% face aos valores de 31 de dezembro de 2012. Sublinhe-se que a página registou um fluxo permanente de crescimento, apresentando um número médio de 14 novos “gostos” diários. Importante também considerar que a média de utilizadores ativos da página por semana ronda o meio milhar.

- 2) O canal do Youtube tornou-se o repositório de todos os vídeos elaborados pelo programa COMPETE (institucionais, com testemunhos ou outros). Os vídeos ali colocados são utilizados nas demais plataformas: portal, facebook e linkedin.
- 3) O canal do LinkedIn foi criado no final do ano de 2013, direccionado apenas para a dinamização das Linhas de Apoio a *Business Angels* e do apoio destas ao empreendedorismo.

Em conclusão, em 2013 a Autoridade de Gestão (AG) do COMPETE assumiu a sua atuação nas redes sociais como forma de aproximação com os seus principais grupos de interesse, principalmente os beneficiários, mas também em larga escala, o público em geral. Todo o conteúdo veiculado nas redes sociais obedece a um padrão de comunicação claramente estabelecido e cada canal possui um papel definido e complementar na estratégia global de comunicação.

Esta opção envolveu o reforço do trabalho de parceria como os beneficiários dos projetos que colaboram activamente na edição semanal da Newsletter e que contribuem partilhando os resultados dos projetos.

A publicação do “Estudo de Avaliação Intercalar do COMPETE” incluiu um capítulo específico sobre a Política de Comunicação. Os resultados deste trabalho permitiram verificar que existe um reconhecimento geral da insígnia FEDER e da marca COMPETE.

A marca COMPETE apresenta um grau de reconhecimento e notoriedade que se associa à intervenção comunitária. Os valores associados à marca COMPETE são: “Celeridade”, “Eficácia”, “Inovação”, “Proximidade”, “Seletividade” e “Transparência”. Os Organismos Intermédios são unânimes em indicar que os valores de marca “Inovação” e “Seletividade” são os melhores percebidos pelos

beneficiários do COMPETE, devido à natureza inovadora dos projetos apoiados e aos meios tecnológicos utilizados em termos de comunicação.

Ao longo do período de programação, num contexto de condicionalismos financeiros e administrativos, o COMPETE efectuou um esforço de comunicação com promoção de meios de comunicação dinâmicos e inovadores, como o website, o facebook e a newsletter semanal.

Nos inquéritos, na questão “De que forma tomou conhecimento dos Sistemas de Apoios aos quais se candidatou e das condições que regulam o acesso aos mesmos?”, com exceção do Facebook, todos os meios de comunicação apresentaram resultados relevantes, confirmando a eficácia e consistência da abordagem multicanal.

A avaliação efectuada concluiu pela existência de uma evolução na estratégia de comunicação no sentido de disponibilizar aos utilizadores meios de comunicação inovadores, interativos e dinâmicos, num ambiente de informação e comunicação de qualidade, capaz de assegurar a adesão de uma procura qualificada aos sistemas de apoio existentes. Conforme referido no parágrafo anterior, a estratégia de comunicação assentou numa abordagem multicanal globalmente consistente, no que se refere aos meios utilizados.

3. A Marca COMPETE 2020

O COMPETE 2020 | Programa Operacional Competitividade e Internacionalização mobiliza os Fundos Europeus Estruturais e de Investimento para o período 2014-20 no âmbito do domínio “Competitividade e Internacionalização” do Portugal 2020.

A marca foi concebida em torno de ciclos que são fluxos dinâmicos, de conhecimento, de pessoas, de produtos e serviços. A identidade institucional pretende ainda refletir a preocupação na aposta nos fatores dinâmicos da economia nacional que permitam que a mesma se torne mais competitiva no mercado global.

A selecção das cores - variantes cromáticas de verde e de azul - tiveram na sua base a relação das mesmas com os efeitos emocionais que provocam e com a forma como se pretende que a marca seja percebida e garanta uma relação como os valores do Programa.

O azul foi escolhido por ser produtivo e não invasivo. Cria uma percepção de segurança e promove confiança na marca. Reforça a ideia de ponderação e coerência.

O verde cria uma percepção de equilíbrio e representa a estabilidade, mas também a confiança no futuro. Optou-se pelos verdes claros associados a sucesso e a superação.

A marca é constituída pelo nome, símbolo, numeração e assinatura e pode ser utilizada sem esta última.



PROGRAMA OPERACIONAL COMPETITIVIDADE E INTERNACIONALIZAÇÃO

COMPETE 2020

Ao possuir uma "personalidade" claramente definida e interiorizada, o Programa dota-se de um instrumento eficaz de comunicação junto dos seus públicos internos e externos - porque há uma correlação estreita entre a imagem e a notoriedade do Programa e o sentido de missão partilhado por todos os colaboradores que a integram.



Associam -se à marca uma tagline e um lema para reforçar a identidade e os valores da marca COMPETE 2020.

Tagline:

Competitividade e Internacionalização

Lema:

Vantagens Competitivas Sustentadas na Economia Global

4. Plano de Comunicação

O plano de comunicação do COMPETE 2020 considera a estreita complementaridade com a estratégia global de Comunicação do Portugal 2020, no que concerne a objetivos comuns.

4.1 Missão e Objetivos

A missão do Plano de Comunicação do COMPETE 2020 | Programa Operacional Factores de Competitividade é definida nos seguintes termos:

“Promover um nível de procura alargado e compatível com os objetivos do programa operacional, satisfazendo as necessidades de acesso aos seus destinatários, induzindo uma imagem institucional positiva e credível e destacando o papel dos FEEI e do Portugal 2020 ao desenvolvimento económico competitivo do País.”

Os objectivos gerais dizem necessariamente respeito a todo o processo de lançamento e implementação do COMPETE 2020, culminando nos resultados e impactes que se estabeleceram no quadro dos desafios e estratégia nacional.

Deste modo destacamos os objectivos principais do Plano de Comunicação:

- Incrementar a notoriedade pública do COMPETE 2020, enquanto Programa Operacional integrado no Portugal 2020;
- Criar um ambiente informativo estimulante à correcta utilização dos apoios postos à disposição dos agentes económicos, em especial de uma procura qualificada, que vise o cumprimento dos objectivos do Programa;
- Estimular, junto dos públicos-alvo, a associação imediata do Programa aos valores que lhe estão inerentes, designadamente transparência, tecnocracia humanizada, dinamismo, inovação, proximidade e eficácia;
- Projetar e sustentar uma imagem institucional credível junto da opinião pública e dos beneficiários potenciais e finais, aliando o Programa ao

desenvolvimento económico competitivo do País, no contexto da União Europeia;

- Contribuir ativamente para a coordenação e complementaridade entre os diversos canais de informação do Portugal 2020, participando dos esforços de orientação da sua “procura” e de qualificação da visibilidade pública da aplicação dos FEEL;
- Dar relevo ao papel da União Europeia, enfatizando o valor acrescentado dos FEEL e associando o Programa aos desígnios de uma Europa mais competitiva e coesa.

Em termos de programação temporal, os objectivos propostos apresentam-se da seguinte forma:

Objectivos de Curto Prazo

- Implementar a identidade visual do Programa;
- Incrementar a notoriedade junto dos cidadãos;
- Atingir os públicos-alvos pretendidos, estimulando a procura qualificada pelos apoios disponíveis;
- Apostar em mecanismos que facilitem pesquisar e encontrar a informação do programa no seu ambiente digital (aposta na optimização dos motores de busca e marketing de conteúdos);
- Conferir uma imagem de eficácia e eficiência: apresentar o COMPETE 2020 como um Programa com regras bem definidas e transparentes, que valoriza a organização e o cumprimento dos prazos, num ambiente de simplificação.

Objectivos de Médio Prazo

- Consolidar a imagem institucional;
- Associar o Programa aos valores que lhe estão inerentes: selectividade, transparência, tecnocracia humanizada, dinamismo, inovação, proximidade, celeridade e eficácia;

- Promover a disseminação do conhecimento e dos principais resultados gerados pelos projectos apoiados, junto da opinião pública, e de forma particular, dos públicos-alvos, e da sua importância na economia nacional, designadamente através de uma boa cobertura nos *media* e de uma interacção dinâmica no ambiente web 2.0 do programa;
- Transmitir o sentido de pertença à União Europeia e o valor acrescentado da participação dos FEEI, no esforço da retoma de crescimento da economia nacional em consonância com a média de crescimento da UE;
- Garantir o cumprimento das regras de publicitação comunitárias e nacionais dos incentivos às empresas e apoio às restantes entidades públicas e privadas beneficiárias do Programa;
- Estimular a partilha de informação e dos valores do Programa entre os colaboradores;
- Desenvolver uma avaliação das várias acções contempladas no Plano de Comunicação, fomentado a melhoria da eficácia e eficiência do Programa e da sua estratégia de comunicação.

Objectivos de Longo Prazo

- Divulgar os resultados do Programa e o seu impacte na economia nacional, reforçando o objectivo de potenciar um ciclo frutuoso de desenvolvimento económico do país na linha de convergência com os níveis de crescimento da União Europeia.
- Transmitir o sentido de pertença à União Europeia e o valor acrescentado da participação dos FEEI, no esforço da retoma de crescimento da economia nacional em consonância com a média de crescimento da UE.

4.2 Segmentação

A segmentação do público-alvo considera a matriz global da Estratégia de Comunicação do Portugal 2020, com o foco nos targets específicos do COMPETE 2020, organizados em dois grupos: “interno” e “externo”.

Público Interno:

- Comissão Directiva e Secretariado Técnico
- Tutela
- Comité de Acompanhamento
- Outros Programas Operacionais
- Organismos Intermédios e equiparados
- Entidades do Portugal 2020
- Parceiros Institucionais Nacionais e Regionais

Público Externo:

- Potenciais beneficiários e beneficiários com iniciativas de investimento nas regiões de convergência
- Empresas
- Entidades do sistema de I&I não empresarial
- Autarquias
- Administração pública regional
- Entidades públicas
- Associações
- Parceiros sociais
- Setor corporativo e entidades do terceiro setor
- Decisores políticos e institucionais
- Opinion leaders/makers
- Órgão de comunicação social
- Opinião pública
- União Europeia e suas estruturas

4.3 Meios

No que respeita à opção pelos meios, o Plano de Comunicação considera a primazia das tecnologias de comunicação digital e incorpora instrumentos de inbound marketing (subscrição de newsletter digital, social media, tags de conteúdos para motores de busca e marketing de conteúdos), sem no entanto abandonar meios mais tradicionais como eventos, brochuras e materiais informativos em formato papel e outros.

A comunicação digital mudou a maneira como as pessoas esperam encontrar, compartilhar e discutir a informação, e criou novos modelos para o envolvimento e participação. As pessoas esperam agora ser capazes de receber e partilhar informações online instantaneamente, bem como interagir com o conteúdo.

Sites estáticos com informações que raramente mudam avançam para plataformas dinâmicas em que conteúdo novo e interessante é adicionado diariamente, e onde a partilha social é incorporada.

Na arquitetura do site do COMPETE 2020, considerou-se a necessidade do mesmo responder aos vários dispositivos de acesso (computadores, tablets, telemóveis).

Atingindo um público neste ambiente, exige o uso estratégico e hábil de comunicações e ferramentas de análise digital, bem como os investimentos básicos na criação de narrativas interessantes e conteúdos dinâmicos.

A estratégia de meios do COMPETE 2020 considera, no contexto da comunicação digital:

- **Site do Programa**, com uma arquitetura que permite ser consultado em todos os dispositivos, onde se encontra toda a informação sobre o Programa, a Autoridade de Gestão, os avisos e concursos abertos, partilha de boas práticas, as obrigações em matéria de informação e comunicação, a lista de beneficiários.

O site é atualizado diariamente, sendo os conteúdos partilhados pelas redes sociais e associados a tags que permitem otimizar os resultados nos motores de busca.

- Facebook
- LinkedIn
- Youtube
- Newsletter semanal/Flash Informativo
- Intranet

4.4 Ações de Comunicação

Ação	Descrição	Objetivos	Público-Alvo	Meio	Calendário
Criação da Marca	Criação da identidade visual do COMPETE 2020 e sua implementação, em todos os meios de contacto com o exterior.	Conferir uma identidade uniforme ao Programa, reconhecível pelos beneficiários potenciais e finais e público em geral; estimular a associação imediata do Programa aos valores que lhe estão inerentes; criar uma imagem institucional credível; maximizar o conhecimento do Programa pelos cidadãos.	Público interno e externo	Todos os suportes de comunicação (digital, eventos, publicações, estacionário...)	dez-14
Criação do Site	Criação do site COMPETE 2020, com uma arquitetura que permite ser consultado em todos os dispositivos, onde se encontra toda a informação sobre o Programa, a Autoridade de Gestão, os avisos e concursos abertos, partilha de boas práticas, as obrigações em matéria de informação e comunicação, a lista de beneficiários. O site é atualizado diariamente e os conteúdos partilhados nas redes sociais. Os conteúdos são associados a tags que permitem otimizar os resultados nos motores de busca	Informar os beneficiários e público em geral sobre os apoios do Programa, disponibilizar todos os elementos necessários à apresentação das candidaturas e dar a conhecer as iniciativas desenvolvidas (eventos, publicações,...); aumentar a notoriedade do COMPETE 2020; divulgar projectos apoiados e resultados; divulgar os apoios disponíveis e aumentar a procura qualificada; transmitir à opinião pública a imagem de um Programa que utiliza formas inovadoras no contacto com os cidadãos e acessível para todos.	Público interno e externo	Internet	jan-15
Presença em Redes Sociais	Criação da página do Facebook, LinkedIn e youtube	Divulgar os apoios disponíveis e aumentar a procura qualificada; aumentar a notoriedade do Programa e da União Europeia; divulgar as principais novidades; cativar e fidelizar utilizadores.	Público interno e externo	Internet	jan-15

Ação	Descrição	Objetivos	Público-Alvo	Meio	Calendário
Newsletter	Edição e lançamento de uma newsletter semanal com conteúdos relevantes para os diferentes públicos-alvos, considerando os concursos abertos, a promoção de boas práticas e a divulgação de programas europeus. Destaque na divulgação de projetos cofinanciados com bons resultados.	Divulgar os apoios disponíveis e aumentar a procura qualificada; aumentar a notoriedade do Programa e da União Europeia; divulgar as principais novidades; cativar e fidelizar utilizadores.	Público interno e externo	Internet email marketing; site e redes sociais	mai-15
Lista de beneficiários	Publicação da lista dos projectos aprovados, on real time, com ligação direta ao sistema de informação.	Divulgar projectos apoiados e resultados; incutir na opinião pública o valor da transparência associado ao processo de concessão de apoios; dar visibilidade ao apoio comunitário em cada projecto.	Público interno e externo	Internet	jun-15
Trabalho Editorial	Elaboração de notícias sobre os projetos apoiados, em estreita articulação com os beneficiários, para publicação no site e divulgação em todos os meios de comunicação digital do Programa.	Divulgar os apoios disponíveis e aumentar a procura qualificada; divulgar as principais novidades; divulgar, junto da opinião pública, os resultados do Programa e a sua importância na economia nacional; aumentar a notoriedade do COMPETE 2020 e da União Europeia.	Público interno e externo	Internet email marketing; site e redes sociais	mai-15

Ação	Descrição	Objetivos	Público-Alvo	Meio	Calendário
Grande Sessão de Lançamento	Integrada na ação dinamizada no contexto da estratégia global de comunicação do Portugal 2020: "Eventos de lançamento dos Programas Operacionais ao nível das NUTS II" com apresentação da estratégia global do Portugal 2020 e dos vários Programas Operacionais Regionais e Temáticos;	Divulgar a identidade visual do Programa; aumentar a notoriedade do COMPETE 2020; aumentar a procura qualificada pelos apoios; aumentar a proximidade aos públicos-alvos; divulgar o Programa e os meios de contacto com o exterior; transmitir o sentido de pertença à União Europeia e o valor acrescentado da participação dos FEEI; reforçar a articulação entre o COMPETE 2020 e o Portugal 2020.	Público interno e externo	N.A.	fev-15
Ação de Informação Anual	Realização de uma acção de divulgação anual de balanço para apresentação de projectos/resultados, numa das regiões abrangidas pelo Programa. A acção será complementada com uma área de exposição, aberta à participação dos promotores, estimulando a troca de experiências entre os mesmos.	Apresentar resultados sobre o Programa e dar exemplos de projectos aprovados; reforçar o trabalho em parceria entre o Programa e os beneficiários; aumentar a notoriedade do programa; contribuir para a procura qualificada; aumentar a proximidade aos públicos-alvos; realçar o papel da União Europeia e dos FEEI.	Público interno e externo	Evento	último trimestre de cada ano
Mostra de Projetos	Realização de Mostras de Projectos, com periodicidade anual e percorrendo as várias regiões abrangidas pelo Programa, com enfoque nos casos de sucessos da região em questão representado um projecto considerado caso de sucesso. Acção a realizar em estreita parceria com a Rede de	Apresentar resultados sobre o Programa e dar exemplos de projectos aprovados; reforçar o trabalho em parceria entre o Programa e os beneficiários; contribuir para a procura qualificada; aumentar a proximidade aos públicos-alvos; realçar o papel da União Europeia e dos FEEI.	Público interno e externo	Evento	Primeiro trimestre de cada ano (início 2016)

Ação	Descrição	Objetivos	Público-Alvo	Meio	Calendário
Conferências e Seminários	Participação da Comissão Directiva do Programa, em Conferências e Seminários temáticos, com intervenções sobre o Programa ou sobre alguma das suas áreas temáticas.	Aumentar a notoriedade do Programa, de dos apoios da União Europeia; divulgar os apoios disponíveis e aumentar a procura qualificada; aumentar a proximidade aos públicos-alvos; contribuir para a mudança de paradigma de economia nacional.	Público interno e externo	Evento	Em contínuo
Visitas e Sessões de Esclarecimento	Organização de visitas ao Secretariado Técnico, às entidades intervenientes no COMPETE 2020 e a promotores de projectos apoiados e de sessões de esclarecimento sobre o Programa, designadamente para delegações estrangeiras, envolvidas na gestão de programas de incentivos.	Aumentar a notoriedade do Programa e dos apoios da União Europeia; divulgar os apoios disponíveis; aumentar a proximidade aos públicos-alvos; contribuir para a mudança de paradigma de economia nacional.	Público Externo	Evento	Em contínuo
Publicitação das operações aprovadas	Publicitação das operações aprovadas em jornais nacionais, regionais e locais, em suporte de papel e eletrónico (art. 80º do Decreto -Lei n.º 137/2014, 12 setembro)	Aumentar a notoriedade dos apoios da União Europeia e dos FEEL; incrementar uma política de transparência.	Público Externo	Media	Em contínuo
Apoio aos beneficiários e potenciais beneficiários	Esclarecimento de dúvidas aos beneficiários potenciais e finais e ao público em geral: recepção de questões por email direto ou através do suporte do Balção 2020. Algumas das questões colocadas serão publicadas nos sites sob a forma de FAQ (Perguntas Mais Frequentes).	Uniformizar a informação prestada ao público; proporcionar o esclarecimento de dúvidas; incentivar a utilização do site; aumentar a proximidade aos públicos-alvos.	Público Externo	Internet email marketing e site	Em contínuo

Ação	Descrição	Objetivos	Público-Alvo	Meio	Calendário
Frontoffice / Ligação direta com o beneficiário ou potencial beneficiários	Esclarecimento de dúvidas aos beneficiários potenciais e finais e ao público em geral: recepção de questões por telefone e encaminhamento. Algumas das questões colocadas serão publicadas nos sites sob a forma de FAQ (Perguntas Mais Frequentes).	Uniformizar a informação prestada ao público; proporcionar o esclarecimento de dúvidas; incentivar a utilização do site; aumentar a proximidade aos públicos-alvos.	Público Externo		Em contínuo
Formação "Regras de Publicitação"	Realização de uma sessão de esclarecimento, para o público interno, sobre regras de publicitação, em paralelo com a apresentação pública do manual de normas gráficas. Envio do logótipo do Programa e do manual para as várias entidades com responsabilidades na divulgação, sugerindo o link ao site do COMPETE 2020.	Contribuir para o cumprimento das regras de publicitação e para a correcta utilização dos logótipos; garantir a consistência da imagem do COMPETE 2020; esclarecer dúvidas e apresentar casos práticos.	Público Interno		set-15
Brochura Institucional	Elaboração de uma brochura institucional do Programa contendo toda a informação pertinente em torno dos eixos do mesmo.	Divulgar o COMPETE 2020 e os apoios disponíveis; consolidar a imagem institucional; realçar o papel da União Europeia e dos FEEL; estimular a procura de informação mais detalhada.	Público interno e externo	Material informativo em papel, veiculado também em formato digital em meio web (site e redes sociais)	fev-15

Ação	Descrição	Objetivos	Público-Alvo	Meio	Calendário
Folhetos temáticos	Edição de Folhetos temáticos, concisos, em formato digital com informação sobre os sistemas de apoio.	Divulgar o COMPETE 2020 e os apoios disponíveis; consolidar a imagem institucional; realçar o papel da União Europeia e dos FEEI; estimular a procura de informação mais detalhada.	Público interno e externo	Internet	Durante a vigência do programa
Press Release	Contacto frequente com os media, através do envio de press releases, quando relevante.	Divulgar, junto da opinião pública, os resultados do Programa e a sua importância na economia nacional; aumentar a notoriedade da União Europeia e dos FEEI.	Público Externo	Media	Em contínuo
Press Kits	Preparação de dossier de imprensa com informação diversa, nomeadamente, programa das sessões, apresentação de oradores, dados quantitativos e qualitativos sobre candidaturas/projectos.	Fomentar o bom relacionamento com os media; divulgar, junto da opinião pública, os resultados do Programa e a sua importância na economia nacional; aumentar a notoriedade da União Europeia e dos FEEI.	Público Externo	Media	Em contínuo

Ação	Descrição	Objetivos	Público-Alvo	Meio	Calendário
Clipping	Leitura diária de um clipping de media nacional (genérica e especializada) sobre o COMPETE 2020, Portugal 2020, a União Europeia e os respectivos Fundos e os projectos apoiados. Divulgação diária, a nível interno, de um clipping.	Avaliar a imagem do COMPETE 2020 e da União Europeia junto dos media; informar os colaboradores sobre a imagem veiculada na comunicação social.	Público Interno	email marketing	Em contínuo
Intranet	Criação de uma intranet com o objetivo de centralizar as informações internas da AG COMPETE 2020 num único local, com o intuito destas serem facilmente acedidas e partilhadas por pessoas autorizadas. O acesso à intranet é um endereço de internet que pode ser acedido pelos colaboradores da organização, mesmo que remotamente.	Criação de uma forte identidade corporativa, de um ambiente corporativo dinâmico e organizado; fácil e imediata distribuição de documentos.	Público Interno	Internet	jun-15

Ação	Descrição	Objetivos	Público-Alvo	Meio	Calendário
Grande Sessão de Encerramento do Programa	Realização de uma acção de encerramento para apresentação do balanço final do Programa e dos seus principais resultados, com vários painéis consoante a área temática e contando com a presença de promotores de projectos considerados boas práticas.	Avaliar a imagem do Programa e da União Europeia junto dos media; informar os colaboradores sobre a imagem veiculada na comunicação social.	Público interno e externo	Evento	2023
Hasteamento da Bandeira da União Europeia	Hasteamento anual da bandeira da União Europeia no dia 9 de Maio. Refira-se que a bandeira da União Europeia se encontra em permanência no entrada da AG COMPETE 2020.	Assinalar o dia da Europa; estimular o sentido de pertença à União Europeia.	Público interno e externo	Internet site e redes sociais	9 de maio

5. Programação Financeira Indicativa

A programação do orçamento considerou como pressupostos:

- A execução do período de programação 2007/2013, nas rubricas similares;
- A opção por um mix estratégico de instrumentos de *Inbound e outbound marketing*;
- O cumprimento de todas as obrigações legais da Autoridade de Gestão em matéria de comunicação;
- Uma lógica de sinergia entre os stakeholders que permite capitalizar recursos, em lógicas de trabalhos em rede;
- O equilíbrio entre ações nacionais (enquadradas no trabalho da rede) e as ações específicas do COMPETE 2020.

Rubricas	Ano							Total Fundo
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Web e web marketing	0	15.000	20.000	25.000	25.000	20.000	15.000	120.000
Identidade Visual e Corporativa	0	15.000	25.000	30.000	25.000	15.000	15.000	125.000
Seminários, exposições e similares	0	35.000	50.000	65.000	65.000	50.000	65.000	330.000
Especializados (produção conteúdos)	0	20.000	30.000	30.000	30.000	10.000	20.000	140.000
Publicidade	0	35.000	50.000	50.000	50.000	50.000	35.000	270.000
Publicações	0	20.000	35.000	35.000	30.000	20.000	15.000	155.000
Outros (deslocações, estadias, consumíveis)	0	2.500	5.000	6.500	6.500	6.500	5.000	32.000
Total Fundo		144.515	217.016	243.517	233.518	173.519	172.020	1.172.000

Considera-se prudente assumir um desvio de 15 %, fixando o total do orçamento previsional em 1.348 mil euros de fundo.

Este orçamento representa em relação ao valor executado em 2007/2013, uma redução de 50 %, resultante da aposta estratégica nos instrumentos de *Inbound marketing*, muito menos onerosos do que as tradicionais campanhas e o envolvimento dos stakeholders na implementação das ações.

6. Monitorização e Avaliação

O presente Plano de Comunicação é um instrumento flexível e dinâmico, pelo que será objeto de contínua monitorização, considerando o cumprimento dos seus objetivos, através da utilização de um conjunto de indicadores (quantitativos e qualitativos).

Esta monitorização será efectuada de forma contínua ao longo de todo o período de vigência do Programa, sendo os respectivos resultados, incorporados anualmente no Relatório de Execução, utilizados para ajustar e repensar os diversos meios e técnicas disponíveis, a fim de se atingirem mais eficazmente os objectivos a que o Plano de Comunicação se propõe.

Para medir o retorno do investimento feito nas acções de comunicação é necessário avaliar o impacte das mesmas, nomeadamente em termos de visibilidade (notoriedade, grau de compreensão, memorização e aceitação) e conhecimento do COMPETE 2020 e do papel desempenhado pela União Europeia.

Para além da avaliação através de métodos quantitativos, baseados sobretudo em estatísticas, está previsto o recurso a métodos qualitativos, envolvendo a realização de questionários, designadamente, inquéritos de satisfação aos participantes nos vários eventos. No site do COMPETE 2020 será introduzido um módulo de sondagens, onde serão colocadas, aos utilizadores, questões sobre o Programa e o papel desempenhado pela Comunidade, permitindo analisar o grau de notoriedade e da absorção e compreensão da mensagem das acções de divulgação implementadas.

O modelo apresentado considera o determinado na Estratégia global de Comunicação do Portugal 2020, o que permitirá uma análise comparativa e monitorização integrada dos indicadores no contexto da Rede de Comunicação do Portugal 2020.

Indicadores	Tipo	Metas						
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nível de perceção sobre a contribuição dos fundos para o desenvolvimento das regiões	Resultado			70%				80%
Nível de perceção sobre a existência de informação suficiente sobre os fundos e a sua aplicação	Resultado			70%				80%
Índice de notoriedade do COMPETE 2020	Resultado			80%				90%
Número de notícias veiculadas	Resultado	500	650	750	850	850	900	900
Índice de favorabilidade das notícias	Resultado	n.a	3,5	3,7	3,8	3,8	3,8	3,8
NET AVE	Resultado	n.a	6.000 €	8.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €
Número de visitantes do site COMPETE 2020	Resultado	n.a	350.000	380.000	420.000	420.000	420.000	400.000
Número de destinatários das Newsletters	Resultado	n.a	10.600	11.000	12.500	13.500	15.000	15.500
Número de seguidores das redes sociais do COMPETE 2020	Resultado	n.a	12.000	13.500	14.000	15.000	16.500	18.000
Número de participantes em eventos	Resultado	0	250	300	300	300	300	350

7. Entidades Intervenientes no Plano de Comunicação

7.1 Entidade Responsável

O Plano de Comunicação do COMPETE 2020 é da responsabilidade da Autoridade de Gestão do Programa e a sua concretização envolve todos os seus órgãos, incluindo ainda as entidades que venham a ser protocoladas como organismos intermédios de gestão.

Está previsto no Secretariado Técnico do COMPETE 2020, uma área de suporte de carácter horizontal, designada “Reputação Corporativa & Comunicação”, que integrará cinco pessoas, que será responsável pela coordenação e execução do Plano de Comunicação.

A esta área cumpre ainda:

- Gerir a perceção e avaliação do desempenho organizacional e reputação corporativa, através de uma proximidade com os stakeholders relevantes e adoptando mecanismos de ética e controlo de riscos.
- Garantir por intermédio das relações públicas, a formação da identidade e imagem positiva da AG COMPETE 2020, nos públicos interno e externo, ressaltando perspectivas relacionadas com a missão e a ideologia da organização.
- Assegurar todas as ferramentas de comunicação institucional: relações públicas, protocolo, assessoria de imprensa, edição editorial, identidade corporativa, marketing público.
- Garantir o cumprimento do determinado no Regulamento (UE) 1303/2013, no que concerne às matérias de informação e publicitação dos apoios comunitários.
- Apoiar os beneficiários em matéria de informação.
- Garantir a articulação com o Balcão 2020.

Contato: Paula Ascensão Monteiro Laranja | Autoridade de Gestão do COMPETE 2020

Edifício Expo 98

Av.ª D. João II

Lote 1.07.2.1, 3º Piso

1998-014 Lisboa

7.2 Rede de Comunicação Portugal 2020

O Plano de Comunicação do COMPETE 2020 beneficia da articulação com a Rede de Comunicação do Portugal 2020. O perfil de intervenção desta Rede está vertido na Estratégia de Comunicação do Portugal 2020, documento aprovado pela Comissão Interministerial de Coordenação do Portugal 2020, que prevê a realização de um conjunto de ações de comunicação transversais das quais o COMPETE 2020 participará.

A maximização de sinergias em matéria de comunicação e de publicitação será garantida pelo alinhamento das estratégias de comunicação do Portugal 2020 e dos diferentes programas, pela cooperação em campanhas e eventos, pela concertação entre todos os programas e pelo compromisso do trabalho em rede. O pressuposto é que as ações de comunicação a desenvolver nos planos de acção assegurem a complementaridade entre si, convergindo para fins comuns, traduzidos em metas por todos partilhadas, sem prejuízo das especificidades associadas a cada um desses planos e que podem implicar metas e/ou indicadores específicos.

8. Regras de Informação e Comunicação

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.º 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.º 3.º a 5.º)
- Regulamento de Execução da UE n.º 808/2014 (art.º 13.º)
- Decreto-Lei n.º137/2014 (art.º 61º e 63º)
- Decreto-Lei n.º159/2014 (art.º 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 colocado *online* um *eGuia* de Informação e Comunicação, elaborado no âmbito da Rede de Comunicação Portugal 2020.

A barra de logótipos é uma das formas obrigatórias de publicitar os apoios. No contexto dos projetos apoiados pelo COMPETE 2020 e conforme definido na Estratégia Comum de Comunicação, deve ser utilizada a seguinte barra:

