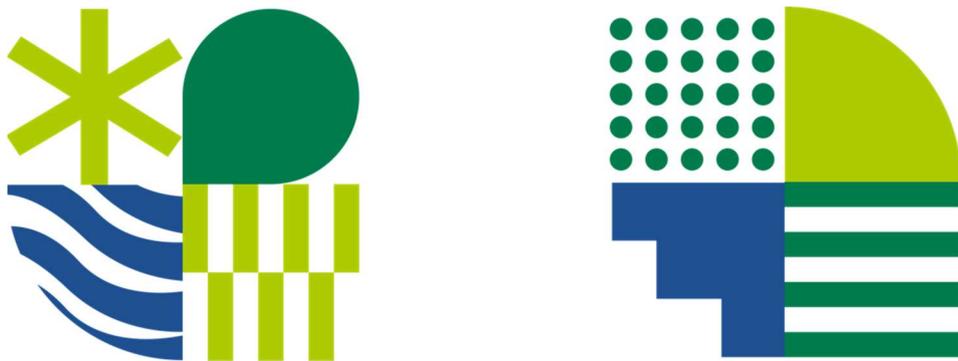


SUSTENTÁVEL

2030

PROGRAMA AÇÃO CLIMÁTICA
E SUSTENTABILIDADE

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO



TERRA • MAR • VENTO • FLORESTA • SOL • MOBILIDADE • SUSTENTABILIDADE

ÍNDICE

1. ENQUADRAMENTO
2. DIAGNÓSTICO
3. CONSTRANGIMENTOS & PLANO DE RESPOSTA
4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
5. MARCA “SUSTENTÁVEL 2030”
6. PÚBLICO-ALVO
7. PLANO DE AÇÃO - GERAL
8. PLANO DE AÇÃO - OPERAÇÕES DE IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA
9. PLANO DE AÇÃO - BENEFICIÁRIOS
10. MEIOS
11. PARCEIROS TERRITORIAIS (PARCEIROS DE COMUNICAÇÃO)
12. ESTIMATIVA ORÇAMENTAL
13. MONITORIZAÇÃO & AVALIAÇÃO



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

1. ENQUADRAMENTO

O Programa para a Ação Climática e Sustentabilidade - **Sustentável 2030**- de âmbito nacional e temático é um instrumento fundamental para Portugal enfrentar os desafios da transição energética e climática e atingir a neutralidade carbónica em 2050. O **Sustentável 2030** está integrado no **Portugal 2030** que materializa o Acordo de Parceria estabelecido entre Portugal e a Comissão Europeia, fixando os grandes objetivos estratégicos para aplicação, entre 2021 e 2027 do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), do Fundo Social Europeu + (FSE+), do Fundo de Coesão, do Fundo de Transição Justa (FTJ) e do Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos, das Pescas e da Aquicultura (FEAMPA).

A estratégia de comunicação do **Sustentável 2030** consubstancia as linhas de orientação comuns no que à comunicação do **Portugal 2030** diz respeito, decorrente de uma visão partilhada das entidades que compõem o seu modelo de governação. Esta estratégia assegura as disposições do regulamento comunitário no que diz respeito às questões de notoriedade, transparência e comunicação, e a articulação entre os diversos níveis de comunicação – estratégico, operacional, nacional, temático e regional, procurando garantir a visibilidade da política de coesão junto de todos os cidadãos.

A presente estratégia tem como desígnio promover a notoriedade do contributo dos Fundos Europeus na melhoria da vida dos cidadãos portugueses no âmbito da ação climática e sustentabilidade.

2. DIAGNÓSTICO

A estratégia de comunicação do **Sustentável 2030** tem como ponto de partida estudos avaliativos recentes da Comissão Europeia, do Parlamento Europeu e da Autoridade de Gestão do POSEUR, que procuram acompanhar o nível de notoriedade das políticas dos fundos estruturais em termos de conhecimentos dos cidadãos sobre a política regional da UE, as perceções sobre as questões relacionadas com as alterações climáticas, o sentimento europeu sobre o Futuro da Europa, e as recomendações da avaliação da estratégia de comunicação do PO SEUR.



1. Flash Eurobarómetro 531I

Conhecimento e perceções dos Cidadãos sobre a política regional da EU

(entrevistas com cidadãos da UE entre 9 e 22 de junho de 2023)

De acordo com o Eurobarómetro sobre “Conhecimento e perceções dos cidadãos sobre a política Regional da UE”, publicado pela Comissão Europeia em outubro de 2023, a sensibilização sobre as operações cofinanciadas pela UE para melhorar as cidades e as regiões manteve-se próximo do valor de 2021 (39%). Relativamente ao número de inquiridos que afirmaram ter ouvido falar de operações que melhoraram a área onde vivem, Portugal (42% sim e 55% não) ficou um pouco acima da média Europeia (39% sim e 59% não). A grande maioria dos inquiridos dos 27 UE referiu que conhecia operações da UE na sua cidade ou região e que estas tinham tido um impacto positivo (79%), estando Portugal dois pontos percentuais abaixo da média europeia (77%).

Relativamente às fontes de informação das operações cofinanciadas pela UE, no universo dos 27 Estados-Membros, a TV Nacional posicionou-se em primeiro lugar (17%), seguida da internet (14%), painéis (12%), jornais locais ou regionais (10%) e conhecimento pessoal (10%). Em Portugal 37% dos inquiridos ouviu falar de operações cofinanciadas pela UE na Televisão Nacional, 21% na internet, 17 % nos painéis, 24% nos jornais locais e regionais, 22% nos jornais nacionais e 20% conhecimento pessoal. A rádio nacional e a rádio regional tiveram pouca expressão em Portugal, ambas com 5%. Uma pequena percentagem mencionou os restantes meios de comunicação social como a primeira fonte de informação (por exemplo, 5% para redes sociais).

No que diz respeito ao conhecimento dos fundos da UE, em média 66% dos inquiridos dos 27 UE já tinham pelo menos ouvido falar de um fundo (FEDER/Fundo de Coesão, FSE, Fundo para uma Transição Justa), e em Portugal 80%. Sobre o Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional – FEDER e o Fundo de Coesão, 46% dos inquiridos dos 27 UE responderam que conheciam e, em Portugal, 61% (uma subida de 5 pontos percentuais relativamente a 2021).

Em termos de reconhecimento dos benefícios da política regional da UE, em média, 16% dos inquiridos afirmaram ter beneficiado na sua vida quotidiana de uma operação financiado pelo FEDER ou pelo Fundo de Coesão, 80% não, e 4% que não sabiam. Em Portugal, 14 % sim, 83% não, e 3% que não sabiam.

Todos os domínios de investimento da política regional da UE enunciados no inquérito foram considerados significativamente importantes pela maioria dos inquiridos. Ao nível da UE, o segundo mais importante foi o investimento no ambiente (89%), o terceiro nas energias renováveis e limpas e as redes de energia (85%), e o quinto nos meios de transporte (ferroviário, rodoviários ou aeroportos).



2. Flash Eurobarómetro 538

Alterações Climáticas

(entrevistas com cidadãos da UE entre 15 e 31 de maio de 2023)

No Eurobarómetro especial sobre as “As alterações climáticas”, realizado em maio de 2023, este tema foi identificado pelos inquiridos como o terceiro problema mais grave que o mundo enfrenta, 47% 27 UE e 43% Portugal. Quando questionados se as alterações climáticas são atualmente um problema grave, 77% dos 27 UE e 89% dos portugueses concordaram. No que diz respeito a quem dentro da União Europeia é responsável por combater as alterações climáticas, 56% 27 UE responderam que deviam ser os governos nacionais e a União Europeia, e em Portugal 47% responderam que deviam ser os governos nacionais e 52% a União Europeia.

3. Flash Eurobarómetro 96.1

Futuro da Europa

(entrevistas com cidadãos da UE entre setembro e outubro de 2021)

De acordo com o Eurobarómetro sobre o “Futuro da Europa”, publicado pela Comissão Europeia em 2022, 72% dos portugueses (42% dos 27 UE) consideram que a saúde pública deve ser uma prioridade fundamental do Parlamento Europeu, seguida da pobreza e das alterações climáticas.

O Plano Global de Comunicação do Sustentável 2030 dá especial atenção aos resultados dos três Eurobarómetros, quer no que diz respeito aos meios de comunicação utilizados, quer nos resultados com menor expressão em Portugal e na média dos 27 UE no benefício das operações cofinanciadas pelo FEDER e Fundo de Coesão na vida quotidiana dos cidadãos.

4. Avaliação Intercalar da Estratégia de Comunicação do Programa Operacional Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos – PO SEUR

A Avaliação Intercalar da estratégia de comunicação do PO SEUR, realizada em 2021, teve como objetivo analisar os resultados da Estratégia de Comunicação e apresentar as principais conclusões com um conjunto de recomendações de melhoria.

As evidências apresentadas no estudo realizado mostram que o PO SEUR contribui fortemente para a boa reputação da aplicação dos Fundos Europeus do Portugal 2020 em geral e do PO SEUR em particular. O PO SEUR é reconhecido pelo público, assim como a sua estratégia e etapas. De realçar que a principal origem destas evidências são o website e as redes sociais.



As três conclusões principais:

- Inexistência de uma ferramenta de monitorização e avaliação da comunicação baseada nos indicadores de monitorização estabelecidos na Estratégia de Comunicação, definição de metas, coerentemente controladas regularmente e suscetíveis de adaptabilidade consoante o resultado da avaliação em tempo real;
- Afastamento evidente entre a Autoridade de Gestão do PO SEUR e os Órgãos de Comunicação Social, tanto ao nível da veiculação de notícias e informação de uma forma geral, como relativamente à disseminação de informação específica e direcionada para cada tipo de target;
- Necessidade de reforço de comunicação com o público interno, nomeadamente, Autoridade de Gestão do PO SEUR, Comité de Acompanhamento e Organismos Intermédios.

O Plano Global de Comunicação do Sustentável 2030 dá especial atenção às três conclusões principais referidas na Avaliação Intercalar da Estratégia de Comunicação do PO SEUR, reforçando estas questões com uma estratégia articulada com os grandes objetivos do programa.

3. CONSTRANGIMENTOS & PLANO DE RESPOSTA

Nos dias de hoje a informação circula de uma forma rápida e livre, muitas vezes sem uma fonte de informação credível, e veiculada de uma forma massificada em diversos meios de comunicação, com um especial enfoque na internet, através das redes sociais e blogs. A desinformação tem de ser considerada nas suas diferentes dimensões, de modo a responder de uma forma rápida e com informação credível e concreta sobre o assunto em apreço.

Neste âmbito destacamos:

a) *Misinformation* – Informação Errada:

Quando informações falsas são partilhadas sem a intenção de prejudicar. Geralmente consistem em boatos ou conteúdos enganosos partilhados por indivíduos, que não sabem que a informação está incorreta.

b) *Disinformation* – Desinformação:

Quando informações falsas são intencionalmente partilhadas para causar danos. A desinformação pode ser efetuada por atores com motivos maliciosos e pode fazer parte de campanhas concertadas em larga escala.



c) *Malinformaton – Informação Imprecisa:*

Quando a informação tem origem na verdade, mas é exagerada ou contextualmente deturpada de forma a enganar e a causar danos potenciais.

Identificar, acompanhar e monitorizar as fontes de desinformação, ajuda a reduzir o risco de os cidadãos utilizarem e partilharem informação imprecisa e duvidosa.

Outros fatores podem influenciar o sucesso na comunicação do **Sustentável 2030**, devendo ser considerados a partir de um plano de resposta, entre os quais se salienta:

1. Fatores externos, como políticas públicas de diferentes tutelas com operações financiadas;
2. Opinião pública nacional sobre a UE;
3. Opinião pública relativa a alguns beneficiários do programa;
4. Exposição mediática de operações financiadas;
5. Sustentabilidade e *Greenwashing*.

Para isso, o plano de comunicação deve, em primeira instância, guiar-se pelos seguintes princípios como plano de resposta:

- a) *Transparência:*** divulgar de forma abrangente informações, decisões, processos e dados dentro dos limites da legislação e regulamentos. Transparência, incluindo sobre suposições e incertezas, pode reduzir o espaço para rumores.
- b) *Oportunidade:*** desenvolver mecanismos para agir em tempo útil, identificando e respondendo a narrativas emergentes, reconhecendo a velocidade com que informações falsas podem viajar. Preparar respostas rápidas e estabelecer mecanismos de coordenação e aprovação para intervir rapidamente com um conteúdo preciso e relevante.
- c) *Prevenção:*** identificar, monitorizar e seguir conteúdos problemáticos e suas fontes. Reconhecer e preencher proactivamente as informações e lacunas de dados para reduzir suscetibilidades a especulações e rumores.
- d) *Evidências:*** utilizar fontes de dados de confiança. Pesquisa, análise e novas perceções podem ser continuamente recolhidos para promover a melhoria de abordagens e práticas. Reconhecer narrativas, comportamentos e contextos em que estão a comunicar e a responder.



- e) **Inclusão:** As intervenções devem ser planeadas e diversificadas para atingir todos os públicos. A informação deve ser relevante e de fácil compreensão, com mensagens para diferentes públicos.
- f) **Envolvimento:** para neutralizar perturbações de informação, a abordagem deve abranger toda a sociedade em colaboração com todas as partes interessadas, incluindo os meios de comunicação social.

4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS & PLANO DE RESPOSTA

Tendo em conta o diagnóstico identificado no ponto dois do presente plano, as necessidades de comunicação que se preveem vir a ser preenchidas e os públicos-alvo, enunciam-se os grandes objetivos de comunicação a prosseguir:

- a) **Aumentar a notoriedade dos fundos europeus em Portugal no âmbito do Sustentável 2030;**
- b) **Reforçar a perceção pública positiva sobre a aplicação e gestão dos fundos europeus em Portugal, através do Sustentável 2030;**
- c) **Promover uma comunicação territorial de proximidade sobre o apoio do Sustentável 2030 e de Fundos Europeus a operações no domínio da ação climática e sustentabilidade.**

Para atingir os objetivos, será implementado um plano de resposta com um conjunto de diretrizes que alicerçarão a estratégia de comunicação:

a) **Continuidade e Intensidade**

- Comunicar em continuidade, com recurso a diferentes iniciativas e âmbitos, apostando em ações de largo espectro (grande impacto) complementadas com ações mais focadas (dirigidas a públicos específicos);

b) **Transparência**

- Divulgar resultados e indicadores e dar continuidade à política de dados abertos;
- Comunicar sobre onde são aplicados os fundos europeus, através da divulgação das operações apoiadas e do impacto que têm na vida das pessoas, nos territórios e nas organizações.



c) Proximidade

- Criar canais e mecanismos de apoio ao potencial beneficiário, ao longo de todo ciclo de acesso e de execução dos fundos europeus;
- Criar um repositório de conhecimento dos conceitos, processos e funcionamento do programa e dos fundos europeus, com glossários, FAQ, vídeos, tutoriais e outros recursos de comunicação, que facilitem a compreensão.

d) Simplificação

- Simplificar a linguagem, descodificando o jargão dos fundos, com uma linguagem simples, clara e acessível, facilitando a compreensão das mensagens e dos procedimentos.

DESIGN & COMUNICAÇÃO CONSCIENTE

As iniciativas de comunicação do **Sustentável 2030** seguem princípios de sustentabilidade na produção de materiais de comunicação, procurando minimizar o seu impacto ambiental. Estes princípios implicam o uso de materiais sustentáveis ou reciclados, a utilização de processos de produção e impressão com maior eficiência no uso de recursos e com menos impacto no planeta, a criação de peças com um ciclo de vida mais longo, e a valorização dos meios digitais para comunicar com os diferentes públicos, sem prejuízo da preocupação permanente em assegurar uma comunicação inclusiva.

ACESSIBILIDADE & INCLUSÃO

Tanto a marca como a comunicação do **Sustentável 2030** responde a princípios de acessibilidade e inclusão. Primeiro, considerando estratégias, ações e recursos criados para eliminar não só barreiras físicas, mas também intelectuais ou sociais, permitindo a total compreensão por parte da maioria da população. Depois, através de meios e ações, integrar diferentes perspetivas e abordagens que tornam a comunicação mais acessível, permitindo que as pessoas se sintam bem-vindas e envolvidas.



Para tal, a estratégia do **Sustentável 2030** passa pelo uso de dispositivos que permitem fazer chegar a mensagem a todos os cidadãos e grupos de interesse como:

- Acessibilidade e usabilidade do website;
- Língua Gestual Portuguesa;
- Audiodescrição;
- Legendagem.

5. MARCA SUSTENTÁVEL 2030

Sustentável 2030 foi a expressão de comunicação chave escolhida para a representação simbólica da marca, para a construção da sua identidade e que estará patente em todos os suportes de comunicação.

POSICIONAMENTO

POR UM FUTURO COM MAIS FUTURO POR UMA EUROPA MAIS VERDE

O **Sustentável 2030** posiciona-se como um programa temático do Portugal 2030, que reúne um conjunto de políticas públicas na área da ação climática e sustentabilidade, com o objetivo de melhorar a vida de todos os cidadãos e fortalecer o compromisso de Portugal de fazer uma transição para uma Economia neutra em carbono até 2050. “Por um futuro com mais futuro” vem reafirmar o posicionamento do **Sustentável 2030** no âmbito da ação climática, alinhado com a ambição europeia “por uma Europa mais verde”.

A partir das áreas temáticas de intervenção do **Sustentável 2030**, foram desenvolvidas mensagens que permitem comunicar de uma forma segmentada as diversas áreas de intervenção do programa. A linguagem é acessível e o tom é próximo, amigável e promove o diálogo:



GERIR A ENERGIA COM INTELIGÊNCIA

TRANSFORMAR PORTOS E AEROPORTOS

AMPLIAR O METRO, REDUZIR CO₂

PRESERVAR OS RECURSOS NATURAIS, PROTEGER VIDAS

ALARGAR AS LINHAS, APROXIMAR PESSOAS

INCENTIVAR AO USO EFICIENTE DE RECURSOS

A presente estratégia de comunicação pretende comunicar os benefícios concretos da política de coesão da UE, através do **Sustentável 2030**, nas diferentes regiões portuguesas, procurando envolver os cidadãos que beneficiam diretamente das operações cofinanciadas pelos da política de coesão da UE, enquanto embaixadores e parceiros de comunicação.

IDENTIDADE GRÁFICA

A marca Sustentável 2030 baseia-se em 4 aspetos essenciais:

1. **Clareza:** o nome do programa está apresentado de forma simples e clara com uma fonte que é legível em todos os contextos gráficos;
2. **Envolvência:** as linhas redondas do logotipo tornam-no mais envolvente, como se quisessem incluir todas as dimensões do conceito de sustentabilidade;
3. **Impacto:** as cores vivas e linguagem gráfica dão uma enorme força visual e complementar o logotipo e remetem elementos da natureza – no azul (céu e mar) e no verde (floresta);
4. **Versatilidade:** a linguagem gráfica tem um conjunto de ícones que permitem o desenvolvimento para qualquer tipo de tema ou peça de comunicação.



6. PÚBLICO-ALVO

Os públicos do **Sustentável 2030** estão segmentados em função dos diferentes objetivos e mensagens, agrupados em dois grandes grupos: interno e externo.

| INTERNO | EXTERNO |
|---|---|
| <p>Objetivo: facultar conteúdos informativos sobre o âmbito do programa, candidaturas e, posteriormente, indicadores de realização e de resultados alcançados a nível global e particular. Assegurar a transmissão de orientações técnicas e formativas que permitam um bom enquadramento em termos de objetivos e resultados a atingir.</p> | <p>Objetivo: disponibilizar informação completa e de fácil acesso sobre o Programa para apresentação de candidaturas e respetivas condições de acesso, descrição dos procedimentos de análise das candidaturas e prazos. Informar sobre a aplicação dos fundos de forma transparente que construa uma perceção positiva do impacto do Programa no futuro de Portugal e na sua valorização.</p> |
| Comissão Interministerial de Coordenação Portugal 2030 | Potenciais Beneficiários |
| Secretariado Técnico | Beneficiários |
| Organismos Intermédios | Entidades Parceiras |
| Comité de Acompanhamento e os seus membros | Sociedade Civil |
| Comissão Europeia | Público Mediático |
| Órgãos Governativos | Líderes de Opinião |
| Parceiros Institucionais Nacionais ou Europeus, nomeadamente Centros de Informação <i>Europe Direct</i> . | |



PÚBLICO INTERNO

Comissão Interministerial de Coordenação do Portugal 2030

Todos os membros pertencentes à Comissão Interministerial de Coordenação do Portugal 2030.

Objetivo: disponibilização de informação regular sobre a execução do **Sustentável 2030**.

Secretariado Técnico Sustentável 2030

Todos os colaboradores pertencentes à equipa do Secretariado Técnico do Sustentável 2030

Objetivo: disponibilizar regulamente a todos os colaboradores orientações internas e informação sobre a execução do programa, considerando a importância de todos serem agentes de comunicação do programa e garantir coesão nas mensagens-chave transmitidas.

Organismos Intermédios Sustentável 2030

Diferentes dos beneficiários principais, estes organismos intermédios assumem aqui um papel semelhante à Autoridade de Gestão.

Objetivo: assegurar que têm toda a informação necessária para desempenharem o seu papel no território, envolvendo-os em todas as iniciativas promovidas nas suas Regiões.

- Instituto de Desenvolvimento Regional da Madeira – Região Autónoma da Madeira;
- Direção Regional de Estudos e Planeamento dos Açores – Região Autónoma dos Açores.

Comissão Europeia

DG Regional and Urban Policy.

Objetivo: disponibilização de informação regular sobre a execução do Sustentável 2030.

Órgãos Governativos

Áreas Governativas responsáveis pelo Ambiente, Clima, Mobilidade Urbana Sustentável, Infraestruturas e Coordenação dos Fundos

Objetivo: disponibilização de informação regular sobre a execução do Sustentável 2030.



Parceiros Institucionais Nacionais ou Europeus

Agência para o Desenvolvimento e Coesão, Centros de Informação Europe Direct, Representação

Objetivo: parceiros de comunicação na divulgação de oportunidades de financiamento (Plano Anual Avisos e lançamento de avisos), execução do programa e divulgação das operações apoiadas.

PÚBLICO EXTERNO

Potenciais Beneficiários e Beneficiários

Todas as entidades públicas e privadas elegíveis e aptas a submeter candidatura ao **Sustentável 2030**.

Objetivo: disponibilização de informação regular sobre o programa, plano de avisos, sessões de esclarecimento e execução do **Sustentável 2030**.

Entidades Parceiras

Parceiros económicos e sociais, organismos relevantes da sociedade civil e estabelecimentos de ensino e investigação, envolvendo o corpo docente e alunos.

Objetivo: disponibilização de informação regular sobre a execução do programa e informar sobre a aplicação dos fundos de forma transparente.

Sociedade Civil

Todos os cidadãos, com especial relevância para os potenciais utilizadores.

Objetivo: construir uma perceção positiva do impacto do Programa e do seu contributo para a valorização do futuro de Portugal.

Público Mediático e Líderes de Opinião

Meios de comunicação social e líderes de opinião

Objetivo: estabelecer uma relação de confiança para a divulgação transparente do programa e resultados disponibilizando informação essencial.



7. PLANO DE AÇÃO - GERAL

O Plano de Ação consubstancia as iniciativas que vão permitir implementar a estratégia. Esta estratégia e plano atuam a um nível nacional transversal, com mensagens e públicos muito abrangentes, complementadas pelas estratégias e planos temáticos e regionais, apoiados pelos Programas do Portugal 2030. Tudo somado, resultará no alcance dos objetivos propostos e numa alteração substantiva da perceção pública sobre os fundos europeus, nomeadamente no que ao Sustentável 2030 diz respeito.

Do ponto de vista estratégico, o plano de comunicação desenrolar-se-á ao longo de 3 fases, articuladas estrategicamente entre si e consoante não só as diversas fases de desenvolvimento do Programa, como também os diferentes targets e o âmbito nacional e/ou europeu das ações previstas. A comunicação será adaptada às diferentes etapas, ajustando-se à evolução dos comportamentos dos seus atores e destinatários.

Os três princípios a considerar no Plano de Ação:

1. **Participação a vários níveis:** coordenar os diferentes atores de comunicação para encontrar soluções locais em consonância com os desafios globais;
2. **Abordagem transdisciplinar:** combinar diferentes abordagens e disciplinas para fazer face a desafios complexos;
3. **Processos participativos:** na divulgação das operações.

O Plano de Comunicação distingue-se entre **Ações Estratégicas**, de grande escala e direcionadas para todos os públicos-alvo; **Ações Regulares** transversais a todas as fases da operação; e **Ações Táticas**, de escala menor e com foco em públicos-alvo distintos com objetivos específicos.



FASES DE COMUNICAÇÃO

Foram definidas 3 fases de comunicação com objetivos específicos, mensagens-chave e meios a serem acionados para otimizar recursos durante os próximos 5 anos de acordo com o definido no programa. Estas 3 fases podem decorrer em paralelo e complementarmente.

| FASE 1 | FASE 2 | FASE 3 |
|---|---|--|
| APRESENTAÇÃO | EXECUÇÃO | RESULTADOS |
| Gerar notoriedade | Consolidar notoriedade | Criar credibilidade |
| Dar a conhecer, à comunidade em geral e aos potenciais beneficiários, o programa e a abertura de candidaturas | Divulgar o programa e as operações financiadas, transmitir boas práticas, dar a conhecer o programa a novos públicos e comunidades locais, vincando a relação de pertença dos beneficiários já fidelizados. | Avaliação final dos resultados com foco na divulgação de operações de sucesso na ótica do cidadão que usufrui de forma direta ou indireta do programa. |

FASE I - APRESENTAÇÃO

EVENTOS DE APRESENTAÇÃO DO PROGRAMA

Objetivo: apresentar o propósito do Programa à comunicação social e públicos-alvo táticos.

Estratégia: o evento de apresentação do **Sustentável 2030** será uma ação de grande formato no primeiro ano de vida do programa, a realizar em dois momentos em locais diferentes, para promover as oportunidades de financiamento

SESSÕES DE ESCLARECIMENTO

Objetivo: apresentar o propósito do Programa a todos os públicos-alvo.



Estratégia: sob o formato de seminários, workshops ou reuniões será divulgada informação detalhada sobre os eixos prioritários, domínios de intervenção e Avisos de Candidatura abertos em ações dirigidas a todo o universo de potenciais entidades beneficiárias, instituições públicas e privadas que atuam nas áreas sociais e económicas a nível nacional e regional, com a presença das principais entidades que exercem atividades de coordenação das diversas áreas sectoriais a que este Programa intervém.

Estas ações acontecem ao longo do ciclo de vida do programa.

FASE II – EXECUÇÃO & CONSOLIDAÇÃO

AÇÕES INTERNAS

Sessões de boas práticas

Objetivo: facilitar a transmissão e promover a discussão sobre informação técnica e dar a conhecer os resultados a todos os quadros técnicos e responsáveis da Autoridade de Gestão, Organismos Intermédios, Comité de Acompanhamento do Programa e beneficiários.

Estratégia: serão organizadas sessões para promover troca de experiências entre interlocutores de outros Programas e de outros países. Estas sessões deverão ter um carácter participativo e interativo entre todos os intervenientes.

AÇÕES LOCAIS

Evento anual de apresentação de resultados

Objetivo: apresentar os resultados do Programa à comunicação social e a públicos-alvo estratégicos. Medir o seu impacto no âmbito local de forma a tornar tangível e mesurável a concretização e execução do Programa.

Estratégia: os eventos locais de apresentação de resultados serão executados em formatos estratégicos direcionados principalmente aos órgãos de comunicação social e intervenientes locais interessados, com principal foco nos indicadores de execução do Programa na região e o seu impacto económico e social.



AÇÕES UNIÃO EUROPEIA

Semana / dia da europa

Objetivo: dar visibilidade ao programa e criar sentimento de pertença à União Europeia.

Estratégia: iniciativas participativas com a comunidade como ações em instituições escolares/académicas ou parcerias com instituições estratégicas.

Prémios nacionais, europeus & fundos europeus

Objetivo: informar sobre abertura de candidaturas e resultados de prémios.

Estratégia: em parceria com as instituições organizadoras criar ações de divulgação e informação sobre estas iniciativas em torno do tema da sustentabilidade.

AÇÕES REGIONAIS

Roadshow sustentável 2030

Objetivo: envolver a comunidade e mostrar a aplicação concreta dos fundos europeus especialmente nas operações de importância estratégica e nas operações com um custo total superior a 10 milhões de euros.

Estratégia: em parceria com os Beneficiários, as autarquias e outros parceiros estratégicos o Sustentável 2030 percorrer o país com ações que envolvam jovens e parceiros da sociedade civil na área de atuação do Programa. Estas ações terão um carácter anual.

COMUNICAÇÃO - AÇÕES MULTINÍVEL

Serão desenvolvidas ações em termos de nível ajustadas aos públicos que se pretende impactar, incluindo as comunidades mais diretamente beneficiadas pelas operações apoiadas beneficiadas pelo Programa, recorrendo aos seguintes instrumentos e iniciativas:

- Website
- Canais de comunicação de beneficiários (exemplo: canais internos)
- Newsletters



- Redes Sociais
- Imprensa
- Campanha Digital
- Cobertura mediática nacional, local e regional, conforme o âmbito da ação

FASE III - RESULTADOS

Evento de encerramento do programa

Objetivo: desenvolvimento de um grande evento de encerramento do Programa que demonstre a execução do mesmo nos principais eixos e o investimento global efetuado.

Estratégia: evento de expressão nacional com grande envolvimento de órgãos de comunicação social, autoridades nacionais e locais, *stakeholders* e outros intervenientes.

Publicação resultados - relatório

Objetivo: divulgação dos resultados do Programa de forma ampla e estruturada para consulta pública.

Estratégia: conceção e execução de relatórios periódicos e dum relatório final que agreguem toda a informação do Programa e a sua execução. Pretende-se que esta publicação seja um sumário de todas as atividades, operações, execução, áreas de abrangência, resultados quantitativos e qualitativos no âmbito do Sustentável 2030.

PLANO DE AVISOS

O Plano anual de Avisos visa dar a conhecer os apoios disponíveis no âmbito do programa, a sua divulgação/comunicação deve seguir um modelo dividido em 3 etapas: antes, durante e depois. Para cada uma destas etapas são definidas ações, frequência e meios a ativar. Os principais destinatários dos Avisos são os Beneficiários e potenciais beneficiários.

Serão produzidos conteúdos informativos que respondem às seguintes questões de partida:

1. Como submeter uma operação ao **Sustentável 2030**;
2. Como comunicar uma operação apoiada pelo **Sustentável 2030**;
3. Como encerrar uma operação **Sustentável 2030**.



8. PLANO DE AÇÃO

OPERAÇÕES DE IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA

As Operações de Importância Estratégica - OIE representam um contributo significativo para a realização dos objetivos do **Sustentável 2030**.

Reconstrução do Porto das Lajes das Flores na Região Autónoma dos Açores

Sistema de Mobilidade do Mondego

Corredor Internacional Sul (2.º fase) - Linha do Alentejo, duplicação Poceirão/Bombel

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

- Criar comunidades de embaixadores por territórios abrangidos pelas Operações de Importância Estratégica.
- Promover a visibilidade dos Fundos Europeus através das Operações de Importância Estratégica apoiadas pelo **Sustentável 2030**

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

- O website do **Sustentável 2030** terá uma área dedicada às Operações de Importância Estratégica.
- Iniciativas de comunicação conjuntas da Autoridade Gestão com os Beneficiários das operações:
 - evento de lançamento/ inauguração;
 - “abrir” o projeto à população dois dias por ano com destaque nos órgãos de comunicação social locais e regionais (dar a conhecer gratuitamente o projeto) nos três anos seguintes à sua conclusão;
 - Comunicar através dos canais de comunicação de beneficiários (exemplo: canais internos)
 - campanhas dedicadas a diferentes públicos-alvo e cobertura mediática a nível regional e nacional (conferência de imprensa;



- comunicado de imprensa, visitas e ações de capacitação de jornalistas).
- Brochura bilingue digital com as Operações de Importância Estratégica do **Sustentável 2030**, a desenvolver pela Autoridade de Gestão **Sustentável 2030**, para serem divulgadas nos websites: Autoridade de Gestão do **Sustentável 2030**, Organismos Intermédios, Beneficiário da Operação, Comissão Europeia, Portugal 2030 e de outros parceiros de comunicação regionais e nacionais.
- Making-of das operações: antes, durante e depois. Divulgação no website e nas redes sociais.
- Vídeo Realidade virtual OIE
- Ações de capacitação “como comunicar OIE”, a promover pela Autoridade de Gestão do **Sustentável 2030** junto das entidades beneficiárias.

PLANO DE AÇÃO

- Parcerias de capacitação com beneficiários, entidades locais, incluindo o público mediático.
- Desenvolvimento de conteúdos específicos para as redes sociais.
- Envolvimento da comunidade escolar através de processo participativos.
- Preparação da candidatura a prémios nacionais e europeus.

OBRIGAÇÕES DO BENEFICIÁRIO

- Apresentar a operação num evento público envolvendo parceiros locais e a Comissão Europeia
- Desenvolver e divulgar um vídeo promocional, envolvendo a comunidade local, e com projeção regional e nacional.
- A entidade beneficiária criar no seu website uma área dedicada à operação onde disponibilizará informação sobre a operação e a sua execução, com um link para a página das OIE no website do **Sustentável 2030**.
- Desenvolver conteúdos para as redes sociais que apelem ao envolvimento público.
- Assegurar iniciativas conjuntas com parceiros territoriais onde são envolvidas as comunidades locais através de ações de comunicação participativas.



- Nas iniciativas de comunicação reforçar a importância do apoio dos Fundos Europeus, através do **Sustentável 2030**.



OPERAÇÕES COM UM CUSTO TOTAL SUPERIOR A 10 milhões de euros

Tal como as Operações de Importância Estratégica, as operações com um custo total superior a 10.000.000,00€ representam um contributo significativo para a realização dos objetivos do **Sustentável 2030**.

- Criar comunidades de embaixadores por território abrangido por estas operações.
- Promover a visibilidade dos Fundos Europeus através de uma ampla divulgação das operações e dos seus propósitos de forma a criar um sentimento de pertença.

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

- O website do **Sustentável 2030** terá um destaque para operações com um custo total superior a 10 milhões de euros.
- Iniciativas de comunicação conjuntas da Autoridade Gestão com o beneficiário: evento de inauguração, campanhas dedicadas a diferentes públicos-alvo e cobertura mediática a nível regional e nacional (conferência de imprensa, comunicado de imprensa, visitas e ações de capacitação jornalistas).

PLANO DE AÇÃO

- Desenvolvimento de conteúdos específicos para as redes sociais.
- Parcerias de capacitação com as entidades locais, incluindo público mediático.
- Preparação da candidatura a prémios nacionais e europeus

OBRIGAÇÕES DO BENEFICIÁRIO

- Apresentar a operação num evento público envolvendo parceiros locais e a Comissão Europeia.
- Desenvolver e divulgar um vídeo promocional, envolvendo a comunidade local, e com projeção regional e nacional.
- O beneficiário deverá criar no seu website uma área dedicada à operação onde disponibilizará informação sobre a operação e a sua execução, com um link para o website do Sustentável 2030.



- Nas iniciativas de comunicação reforçar a importância do apoio dos Fundos Europeus, através do Sustentável 2030.

9. PLANO DE AÇÃO - BENEFICIÁRIOS

Cabe aos Beneficiários do Sustentável 2030 o cumprimento das suas obrigações no que respeita à comunicação do financiamento aprovado ao abrigo do Programa, de acordo com um conjunto de regras de informação e comunicação a serem seguidas durante o ciclo de vida das operações. As obrigações de informação e comunicação dos apoios dos fundos europeus previstas na legislação da UE e nacional impendem sobre beneficiários após assinatura do termo de aceitação após a aprovação da operação.

MARCA & APLICAÇÕES

KIT “GUIA DE BOAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEL 2030”

Será desenvolvido um kit de comunicação para Beneficiários com todos os materiais necessários para comunicarem o cofinanciamento do Sustentável 2030 alinhados com a presente estratégia de comunicação e com a estratégia de comunicação do Portugal 2030.

MARCA

Todas as ações de informação e comunicação desenvolvidas pelos Beneficiários devem referir o apoio dos fundos, apresentando a marca Sustentável 2030, Portugal 2030 e a insígnia da EU com uma referência por extenso à União Europeia. Foram criadas “Barras de cofinanciamento” para ajudar os Beneficiários a implementar nas suas plataformas e documentos



DIGITAL – SITE & REDES SOCIAIS

Os Beneficiários devem disponibilizar nos seus sites, a existir, uma breve descrição do Programa, incluindo os seus objetivos e resultados, realçando sempre o apoio financeiro da UE. Na homepage sugere-se a expressão “Operação cofinanciada pela UE”. Sempre que operações cofinanciadas pelo Sustentável 2030 forem comunicadas em redes sociais de Beneficiários deve ser usada a insígnia da UE.



DOCUMENTOS

Todos os documentos relativos à execução de uma operação e utilizados na comunicação com o público ou participantes deve integrar uma declaração clara sobre o apoio do Programa. Deve ser utilizada a insígnia da UE com uma referência por extenso à União Europeia.

VÍDEOS – ANÚNCIOS OU FILMES

Em vídeos cofinanciados pelo Sustentável 2030, a barra de assinatura deve constar antes da ficha técnica, podendo dispensar a expressão “Cofinanciado por”. Se a menção for áudio sugere-se a expressão “Operação cofinanciada pelo Sustentável 2030, Portugal 2030 e União Europeia”.

RÁDIO – ANÚNCIOS OU PROGRAMA

Todos os documentos relativos à execução de uma operação e utilizados na comunicação com o público ou participantes deve integrar uma declaração clara sobre o apoio do Programa. deve constar uma menção áudio sugere-se a expressão “Projeto cofinanciado pelo Sustentável 2030, Portugal 2030 e União Europeia”.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Os Beneficiários devem desenvolver um plano de comunicação para as operações cofinanciadas pelo Sustentável 2030, este deve integrar nomeadamente:

- a) Comunicados de Imprensa:** os comunicados de imprensa devem incluir um parágrafo relativo ao objetivo e montante do apoio e área de intervenção;
- b) Ações Públicas:** divulgar em ações públicas como encontros, palestras, seminários;
- c) Meios de comunicação social:** estabelecer contactos com rádios locais e nacionais, bem como a imprensa local, regional e nacional e/ou televisão.
- d) Redes Sociais:** criar conteúdos específicos (publicações estáticas, vídeos) que comuniquem o cofinanciamento, o impacto esperado e os resultados das operações



10. MEIOS

UMA ESTRATÉGIA MULTI-PLATAFORMA ON & OFFLINE

O Plano de Comunicação passa pela ativação de cada um dos meios de forma integrada e complementar, de forma a amplificar a mensagem não só em momentos-chave, mas durante todo o ano.



CANAIS DE COMUNICAÇÃO TRADICIONAIS

IMPrensa / MUPIS / TV / RÁDIO

De forma a alcançar o público-alvo, pretende-se desenvolver anúncios para *mupis* e anúncios de imprensa generalista (diários e semanários) sobre o **Sustentável 2030** com o objetivo de comunicar, na Fase 1, o propósito e alcance do Programa e calendário de Avisos e, nas Fases 2 e 3, o seu resultado impacto e resultados. Serão ainda realizados anúncios para a imprensa local e regional e imprensa especializada para comunicar operações cofinanciadas publicar anúncios sobre eventos e iniciativas no âmbito do **Sustentável 2030** a definir casuisticamente.

No que diz respeito à rádio, e para responder aos resultados do Eurobarómetro “Conhecimento e perceções dos cidadãos sobre política regional da UE”, será considerada uma abordagem semelhante. Para meios generalistas, spots para Fase 1 e Fases 2 e 3 com mensagens-chave alinhadas com os anúncios de imprensa. Para as rádios locais e regionais spots sobre as operações cofinanciadas. Em paralelo podem ser desenvolvidos espaços de *live copy* e entrevistas integradas numa estratégia de assessoria mediática.

Para televisão serão desenvolvidos 3 spots. Um primeiro para apresentação do propósito e alcance do Programa (Fase 1), um segundo para apresentação de resultados preliminares (Fase 2) e um terceiro de apresentação de resultados e impacto do Programa (Fase 3) a passar nos canais generalistas.

PUBLICAÇÕES

As publicações, impressas ou online, sobre as diferentes áreas de atuação do Sustentável 2030 têm como objetivo potenciar a notoriedade do programa, dando visibilidade, credibilidade e reconhecimento dos Fundos Europeus.

- Brochura institucional de apresentação do Programa a informar os potenciais beneficiários sobre os objetivos gerais, os principais eixos, as verbas disponíveis, os potenciais beneficiários, o processo de candidatura e contacto da Autoridade de Gestão.
- Publicações específicas como dípticos e folhetos para distribuir em ocasiões específicas como Apresentação do Programa, Sessões de Esclarecimento e Conferências
- Avaliações e estudos sobre diversas áreas de atuação do programa, incluindo as avaliações operacionais e estratégicas, bem como a informação sobre a monitorização das operações cofinanciadas pelo **Sustentável 2030**.



PÚBLICO-ALVO

- Brochuras: potenciais beneficiários, beneficiários e público mediático
- Publicações específicas: Sociedade Civil e cidadãos
- Avaliações e Estudos: Entidades parceiras, Público Mediático e Líderes de Opinião

OBJETIVO

- Divulgar informação que promova a transparência na aplicação dos Fundos Europeus
- Aumentar a notoriedade do programa

INDICADORES

- N.º publicações impressas/ distribuídas

AVALIAÇÃO

- Questionário de avaliação na newsletter **Sustentável 2030**

ASSESSORIA MEDIÁTICA

A Assessoria Mediática do **Sustentável 2030** procura desenvolver relações de proximidade e confiança com os meios de comunicação social e *stakeholders* estratégicos, parceiros na divulgação de mensagens-chave ao longo das diferentes fases do programa. Terá igualmente um papel determinante na articulação com os líderes de opinião e influenciadores digitais, selecionados como porta-vozes do Programa.

Será desenvolvido um press-kit sobre o Programa dirigido aos jornalistas com a apresentação do programa e esclarecimento de dúvidas (Fase 1) e promover os resultados alcançados com a execução do **Sustentável 2030** (Fases 2 e 3).

PÚBLICO-ALVO

- Público mediático



OBJETIVOS

- Gerar visibilidade e notoriedade para o programa e sua importância estratégica
- Destacar e afirmar mensagens-chave do programa, incentivando o envolvimento de potenciais beneficiários
- Criar e gerir oportunidades de exposição mediática junto dos diversos públicos
- Consolidar a afirmação do programa como instrumento fundamental para Portugal enfrentar os desafios da transição energética e climática e atingir a neutralidade carbónica em 2050.

MONITORIZAÇÃO

- Acompanhamento mensal clipping da Cision.

INDICADORES

- Número de notícias publicadas na imprensa nacional e regional.

AVALIAÇÃO

- Nível de favorabilidade das notícias Sustentável 2030 nos relatórios da Cision.

PARCEIROS DE MEDIA

Desenvolver parcerias de media para a cobertura mediática e divulgação em meios e plataformas desse grupo de media. O parceiro deverá ser escolhido pela sua projeção e capacidade de influência na sociedade portuguesa, medido através de análise de audiências, tiragens, números de visitas a site, assinantes ou utilizadores (em contexto digital).

Esta parceria pode ser estabelecida em diferentes formatos e conteúdos em espaços de curta duração e emissão regular, em meios e horários com capacidade de chegar ao nosso público-alvo, com temas de carácter prático, numa linguagem acessível a todos os níveis de literacia.



VÍDEOS & FOTOS

No período de programação do **Sustentável 2030** existirá a necessidade de registo de todas as ações e atividades desenvolvidas. Por isso, será feita cobertura por vídeo e fotografia ao longo de todas as fases, como forma de demonstrar os resultados concretos da aplicação dos fundos, as atividades de gestão e os seus mecanismos de financiamento. Estes registos serão usados como conteúdos para o site, redes sociais e publicações no âmbito do Programa e, de futuro, como arquivo.

MERCHANDING

A estratégia de comunicação do **Sustentável 2030** aposta em merchandising como meio de divulgação da marca **Sustentável 2030**.

PÚBLICO-ALVO

- Estrutura de Apoio Técnico, Comité de Acompanhamento, Organismos Intermédios, Potenciais beneficiários e beneficiários

OBJETIVOS

- Divulgar a marca **Sustentável 2030**

INDICADORES

- nº. de merchandising distribuído

AVALIAÇÃO

- Questionário de avaliação



CANAIS DIGITAIS

WEBSITE

O website **Sustentável 2030** <https://sustentavel2030.gov.pt/> é a porta de entrada para um repositório de informação exata e atualizada sobre os objetivos, atividades, possibilidades de financiamento disponíveis e sobre a realização do programa. A informação disponibilizada está estruturada de acordo com as diferentes fases do programa, relativa às oportunidades de financiamento, plano de abertura de avisos, guia do beneficiário, lista de operações aprovadas, beneficiários, potenciais beneficiários e relatórios/estudos. O website é o canal de comunicação de excelência do programa, em permanente construção e atualização para responder às necessidades e aos desafios internos e externos do ciclo de vida do programa.

O website é da responsabilidade da Autoridade de Gestão do **Sustentável 2030** (Artigos 46.º e 49.º do Regulamento (UE) 2021/1060), tendo sido colocado, numa versão provisória, online nos primeiros seis meses do programa, prevendo-se a sua substituição por uma versão consolidada no primeiro semestre de 2024.

O website **Sustentável 2030** está alinhado com os princípios do portal do **Portugal 2030**, assegurando a interoperabilidade entre sistemas, destacando de uma forma visível o cofinanciamento da União Europeia e o acesso ao Balcão e Linha dos Fundos.

O website é uma ferramenta de comunicação digital, segmentada pelos diversos públicos do **Sustentável 2030**, disponível online 24 horas por dia, com informação relevante sobre as oportunidades de financiamento dos Fundos Europeus, na área da ação climática e sustentabilidade.

O *website* **Sustentável 2030** foi desenvolvido para garantir:

- **transparência** na aplicação dos Fundos Europeus e do Fundo de Coesão;
- **visibilidade** das operações apoiadas na área da ação climática e sustentabilidade;
- **notoriedade** da marca **Sustentável 2030**.

PÚBLICO-ALVO

O website **Sustentável 2030** tem como públicos-alvo: potenciais beneficiários, beneficiários, organismos intermédios, entidades parceiras, sociedade civil, líderes de opinião, público mediático e cidadãos.



OBJETIVOS

- Aumentar o número total de utilizadores: o número de visitantes únicos do website.
- Aumentar o tempo médio no website: a duração que o visitante normalmente permanece no website.
- Proporcionar uma melhor experiência ao visitante: melhorar a reação emocional que um visitante tem ao utilizar o website.

AVALIAÇÃO DO WEBSITE

- Questionário de avaliação anual no website junto dos beneficiários.
- Questionário de avaliação junto dos Organismos Intermédios.

NEWSLETTERS

A newsletter é um meio eficaz para o **Sustentável 2030** permanecer em contacto com os seus públicos, pois permite comunicar diretamente com quem manifestou interesse em receber na caixa de email informação do programa e construir um relacionamento que pode ter como objetivo a submissão de uma candidatura ou apenas dar a conhecer a atividade do programa. A newsletter é um suporte essencial para comunicar notícias, eventos, responder a questões práticas relacionadas não só com as candidaturas, mas também com a divulgação dos resultados do programa.

A lista de emails será construída a partir:

- subscrições efetuadas no website do **Sustentável 2030**;
- um formulário de pop-up para aparecer quando é aberta pela primeira vez uma página do website;
- página de inscrição otimizada para SEO para que novos visitantes possam aceder facilmente a partir de uma pesquisa no Google;
- Webinars ou eventos: formulários de inscrição com a possibilidade de receber newsletter do programa;
- Redes sociais, no perfil colocar um link e fazer publicações para a subscrição newsletters.



A newsletter terá as seguintes características:

- uma newsletter geral com informações sobre o propósito do programa, resultados, artigos de fundo criados para o site do **Sustentável 2030** a ser enviada para todos os *stakeholders* a ser enviada trimestralmente;

A periodicidade poderá ser revista de acordo com o fluxo de informação que for existindo acerca do programa em relação a candidaturas e operações finalizadas.

PÚBLICO-ALVO

A newsletter **Sustentável 2030** tem como públicos-alvo: potenciais beneficiários, beneficiários, organismos intermédios, entidades parceiras, sociedade civil, líderes de opinião, público mediático e cidadãos.

OBJETIVOS

- Divulgar informações sobre o programa
- Aumentar a notoriedade do programa.

MONITORIZAÇÃO

- Dados estatísticos newsletter

INDICADORES

- Número de subscritores
- Abertura da newsletter
- Número de *clicksp*/ informação partilhada

AVALIAÇÃO

- Avaliação através de questionário junto dos subscritores.



REDES SOCIAIS

A estratégia de Redes Sociais do **Sustentável 2030** compreende as seguintes plataformas:

- Facebook: promover o envolvimento com os seguidores e público-alvo; publicar novidades sobre o programa, avisos de concursos, evento, histórias, entre outras.
- Instagram: apresentar e promover a marca **Sustentável 2030** através de imagem de grande qualidade sobre as operações apoiadas, iniciativas públicas do programa, entre outras.
- Twitter: promover o diálogo em iniciativas públicas do programa, como a apresentação do **Sustentável 2030**, eventos de lançamento das Operações de Importância Estratégica e Operações com um custo total superior a 10 milhões de euros, entre outras.
- *LinkedIn*: Plataforma para construir e dinamizar a rede profissional do **Sustentável 2030**, junto dos seus públicos internos e externos, através da partilha de informação corporativa do programa; a partir do *LinkedIn* serão divulgados os avisos para apresentação de candidaturas, e os concursos de recrutamento para a Autoridade de Gestão do programa.
- YouTube: plataforma vocacionada para assegurar grande visibilidade do **Sustentável 2030**, será utilizada para iniciativas públicas em *streaming* e divulgação de vídeos sobre o programa e as operações apoiadas.

Cada plataforma pressupõe uma estratégia específica de acordo com as suas características e um plano de conteúdos com diferentes níveis de frequência que permita uma atualização regular que reflita não só as fases de comunicação do **Sustentável 2030** como também a agenda mediática, permitindo-nos ser oportunos e relevantes durante o ciclo de vida do Programa.

Dentro da estratégia de conteúdos serão pensados formatos que derivem dos anúncios de televisão e imprensa, trazendo o propósito do Programa para as redes sociais e criando mancha mediática; formatos pedagógicos que introduzam as linhas de ação em infográficos de fácil compreensão ou um glossário com os principais conceitos; entrevistas em vídeo e / ou áudio com os principais intervenientes em formato podcast; parcerias com influenciadores digitais e *opinion makers* que nos permitam amplificar a comunicação conquistando novos públicos-alvo – a nível europeu, nacional e regional – e fazer crescer a nossa comunidade e outros formatos que nos ajudem a passar a mensagem de forma acessível a diferentes níveis de literacia.



Em todas as redes sociais serão usados os hashtags **#sustentável2030**, **#portugal2030**, **#fundoseuropeus** e o conceito da campanha de forma a indexar o conteúdo com a mesma etiqueta.

INFLUENCIADORES DIGITAIS & LÍDERES DE OPINIÃO

Para amplificar a comunicação do **Sustentável 2030** nos meios digitais e conseguir chegar a todos os cidadãos num formato simples e acessível, é essencial uma relação de proximidade com influenciadores digitais líderes de opinião.

Ambos serão selecionados de forma criteriosa em áreas de conhecimento de acordo com os objetivos do Programa - com foco na sustentabilidade - serão desenvolvidas ações pedagógicas que evidenciem o propósito do **Sustentável 2030** e o impacto que terá no país e nas regiões. Estas ações podem acontecer durante o ciclo de vida do Programa, em cada uma das fases, respondendo aos seus principais objetivos.

CAMPANHA DIGITAL

Para gerar maior alcance e atingir públicos-alvo com mensagens-chave diferenciadas apostaremos em investimento em anúncios digitais pagos que nos permitem alcançar perfis sociodemográficos específicos: - anúncios de pesquisa que aparecem nas páginas de resultados de mecanismos de pesquisa (SERPs), ao lado de resultados de pesquisa orgânicos; anúncios de display que, usando elementos visuais e de texto como imagem ou animação, aparecem em sites e aplicações;

- Anúncios em redes sociais: Facebook, Instagram e LinkedIn.



FASES DE COMUNICAÇÃO, ESTRATÉGIA DE MEIOS E PÚBLICO-ALVO

A estrutura de implementação da estratégia de comunicação do Sustentável 2030 ao longo ciclo de vida do Programa será dividida por 3 fases, meios e públicos-alvo. O quadro indica os tipos de ações previstas, a fase em que acontecem e a quem se destinam.

| ACÇÕES | FASE 1 APRESENTAÇÃO | FASE 2 EXECUÇÃO | FASE 3 RESULTADOS |
|--|---------------------------|--------------------|----------------------|
| MARCA | | | |
| Criação de marca | ● | | |
| Merchandising e estacionário | ● | | |
| AÇÕES | | | |
| Eventos apresentação | ● | | |
| Eventos de apresentação de resultados | | | ● |
| Sessões de esclarecimento | | * F | |
| Sessões de boas práticas | | * F | |
| Ações união europeia | * | * | * |
| Ações regionais | | F ≡ | F ≡ |
| Relatório final resultados | | | ● |
| Plano de avisos | F | F | F |
| DIGITAL | | | |
| Website | ● | ● | ● |
| Redes sociais | ● | ● | ● |
| Newsletters | ● | ● | ● |
| RELAÇÕES PÚBLICAS | | | |
| Assessoria mediática | ● | ● | ● |
| Parceiros de media | ● | ● | ● |
| Relação influenciadores & líderes de opinião | ● | ● | ● |
| Registo vídeo & fotos | ● | ● | ● |
| PÚBLICO-ALVO | | | |
| | ● Geral | | |
| | * Interno | | |
| | F Externo - Beneficiários | | |
| | ≡ Externo - Outros. | | |



| MARCA | DIGITAL | PUBLICIDADE | COMUNICAÇÃO | EVENTOS |
|------------------|---|------------------|----------------------|--|
| Marca | Redes Sociais | Mupis | Publicações | Fotografia & Vídeo |
| Estacionário | Newsletters | Televisão | Assessoria Mediática | Sessões de Abertura & Encerramento |
| Registo de Marca | Influenciadores Digitais & Líderes de Opinião | Rádio | Parceiros de Media | Sessões de Esclarecimento |
| Website | Imprensa | Campanha Digital | Merchandising | Outros Eventos (seminários, palestras) |

11. PARCEIROS TERRITORIAIS (PARCEIROS DE COMUNICAÇÃO)

As parcerias de comunicação procuram estabelecer iniciativas regulares de comunicação conjunta para chegar a outros públicos (locais, regionais, nacionais e internacionais), como por exemplo os turistas que utilizam a ferrovia ou os metros. Os parceiros de comunicação são determinantes para levar a mensagem mais longe, através dos canais de comunicação próprios, segmentados para um público de acordo com a tipologia das entidades parceiras, prestigiando a mensagem que está a ser transmitida.

OBJETIVO

As iniciativas de comunicação com entidades parceiras têm como objetivo reforçar e levar mais longe a reputação da marca Sustentável 2030.

PLANO DE AÇÃO

A aposta será na divulgação das operações através de storytelling na primeira pessoa, para as diferentes áreas de atuação do Sustentável 2030, transmitindo satisfação pela forma como a sua qualidade de vida mudou através da intervenção em causa. O vídeo será o suporte de comunicação a utilizar para ser promovido nas redes sociais do Sustentável 2030 e das entidades parceiras.



PARCEIROS COMUNICAÇÃO

Entidades nacionais e europeias responsáveis pela divulgação dos Fundos Europeus

Entidades internacionais congéneres ao **Sustentável 2030**

Turismo de Portugal

Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira

Comissões de Coordenação de Desenvolvimento Regional

Autarquias locais

Comunidades Intermunicipais

Centros *Europe Direct*

Representação da Comissão Europeia em Portugal

Representação do Parlamento Europeu em Portugal

12. ESTIMATIVA ORÇAMENTAL

A dotação indicativa afeta à comunicação ascende a 11.645.000,00 €. A Autoridade de Gestão teve em consideração o disposto no n.º 3 do Artigo 35.º, relativo à Assistência técnica por iniciativa da Comissão, do Regulamento (EU) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho.

As ações previstas no presente plano pretendem alargar a base de conhecimento sobre a submissão de candidaturas e a execução do Sustentável 2030 reforçar o contributo do Fundo de Coesão para melhorar as condições de vida dos cidadãos europeus, e contribuir para o aumento da notoriedade do apoio dos Fundos em todas as regiões portuguesas.

13. MONITORIZAÇÃO & AVALIAÇÃO

Monitorização:

- *Dashboard* da Rede de Comunicação, onde serão acompanhados os indicadores de performance quanto às diversas atividades de comunicação dos diversos Programas, permitindo contabilizar o alcance das iniciativas no conjunto da rede de comunicação;
- Eurómetro da perceção pública publicado de 2 em dois anos sobre os Fundos Europeus, realizado através de um inquérito a uma amostra representativa da população portuguesa;
- Monitorização dos dados do website do **Sustentável 2030** (Google Analytics);



- Monitorização dos dados das redes sociais (LinkedIn Analytics, Facebook Analytics, Instagram Analytics, Twitter Analytics e Youtube Analytics);
- Monitorização regular dos suportes de comunicação nos diferentes meios de comunicação de forma a efetuar ações corretivas em termos de: conteúdo e formato da mensagem, público-alvo, relevância/opportunidade e território;
- Estudo das tendências para uma atuação otimizada.

Avaliação:

- Avaliação regular das iniciativas de comunicação, através de questionários;
- Avaliação comentários redes sociais;
- Avaliação da performance mediática através dos dados da Cision;
- Relatório do plano de meios.

| AÇÕES | MÉTRICA | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|---------------------------------|-------------------------------|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| WEBSITE | N.º Visitas | | 200 000 | 250 000 | 300 000 | 350 000 | 400 000 | 400 000 |
| REDES SOCIAIS | N.º Seguidores | 1000 | 3 000 | 4 500 | 6 000 | 7 500 | 8 000 | 8 000 |
| NEWSLETTER | N.º Subscritores | | 100 | 200 | 300 | 400 | 450 | 450 |
| GUIA APOIO BENEFICIÁRIO | Publicado Sim=1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| AÇÕES DE COMUNICAÇÃO MASS MEDIA | N.º Ações | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| EVENTOS | N.º Eventos | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| AVALIAÇÃO PERFORMANCE MEDIÁTICA | Favorabilidade (escala 1 a 5) | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| CAPACITAÇÃO KEY STAKEHOLDER | N.º Ações | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |

