

Estratégia de Comunicação

Programa Interreg Sudoe

Aprovado pelo Comité de Acompanhamento 04/09/2015

Português



Index

1. Acerca deste documento	3
2. Objetivos da estratégia de comunicação	3
3. Abordagens e princípios da estratégia de comunicação	4
4. Público alvo	6
5. Idiomas da estratégia de comunicação	7
6. Responsáveis da estratégia de comunicação	8
7. Colaboração com outros programas Interreg	9
8. Canais e ferramentas	9
9. Principais medidas previstas	11
10. Orçamento do Plano de Comunicação	16
11. Avaliação da estratégia de comunicação	17
12. Principais novidades relativamente à estratégia de comunicação do Programa SUDOE 2007-2013	21
13. Calendário orientativo estratégia de comunicação	23

1. Acerca deste documento

O objetivo do presente documento é dar a conhecer a estratégia de comunicação do Programa Interreg V-B Sudoeste Europeu 2014-2020, abreviado como Programa Interreg Sudoe.

O Programa Interreg Sudoe é consciente do impacto a comunicação que tem ao longo de todo o desenvolvimento do Programa de Cooperação e da necessidade de criar ações de comunicação em linha com os objetivos e princípios do Programa.

Ao longo destas páginas descrever-se-á de forma de não exaustiva o modo como o Programa tratará a questão da comunicação em relação a diferentes públicos alvo, bem como as principais atividades e ferramentas que apoiarão esta abordagem.

As referências para a criação desta estratégia de comunicação são as seguintes:

- [O Regulamento UE nº 1303/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho de 17 de dezembro de 2013 relativo às disposições comuns e gerais do Fundo FEDER e outros fundos](#)
- [O texto do Programa de Cooperação](#)
- [O plano de comunicação do Programa IV-B SUDOE 2007-2013](#)
- [Os documentos de avaliação do referido plano](#)

2. Objetivos da estratégia de comunicação

Os objetivos da estratégia de comunicação do Programa Interreg Sudoe baseiam-se no principais objetivos do Programa de Cooperação e têm em conta o quadro comum de referência que constitui a estratégia Europa 2020 para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo.

Os quatro objetivos da estratégia são os seguintes:

- **Reforçar a cooperação transnacional no Sudoeste da Europa**

A comunicação do Programa prevê o apoio contínuo aos promotores e beneficiários de projetos, facilitando em prazo razoáveis toda a informação e os materiais necessários para a sua participação no Programa, contribuindo assim para a elaboração de projetos de qualidade.

- **Dar a conhecer o Programa aos potenciais beneficiários**

O Programa Interreg Sudoe é consciente de que, para conseguir projetos de alta qualidade, a comunicação deve estar orientada para aqueles potenciais beneficiários que podem

apresentar projetos no futuro. Por conseguinte, prevê-se a criação de uma comunicação acessível aos potenciais beneficiários não familiarizados com o Programa.

- **Difundir os resultados do Programa**

De acordo com a necessidade de capitalização do Programa, a estratégia de comunicação deve divulgar as boas práticas para fomentar o aproveitamento do conhecimento adquirido, evitar “voltar a fazer o que já foi feito” e mostrar aos cidadãos europeus que os fundos públicos que se investem nos projetos têm uma repercussão no território.

- **Transmitir como as políticas europeias têm um impacto na sociedade**

O Programa Interreg Sudoe integrará na sua estratégia de comunicação a colaboração com a comunicação de outros programas Interreg e de outras políticas comunitárias. Apostará assim por uma comunicação acessível para todos que, em última instância, mostrará aos cidadãos da União que as ações promovidas pela UE têm um impacto positivo nas suas vidas.

3. Abordagens e princípios da estratégia de comunicação

As estratégias de comunicação nunca podem ser neutras, pelo que as suas abordagens e princípios que devem ser coerentes com as abordagens e princípios expostos no Programa de Cooperação e com as abordagens e princípios fundamentais da União Europeia.

As abordagens e princípios identificados na estratégia de comunicação do Programa Interreg Sudoe são os seguintes:

- **Proporcionalidade**

A estratégia de comunicação estará adaptada à envergadura do programa de cooperação e ao orçamento e ao pessoal destinados à comunicação. As ações, ferramentas e resultados promoverão a eficiência de recursos, mas não poderão nunca ultrapassar os meios disponíveis. É importante destacar que a comunicação levada a cabo pelos projetos é mais visível que a comunicação levada a cabo pelo próprio programa ao oferecer resultados mais tangíveis. No entanto, os recursos do Programa não permitem trabalhar com a comunicação de cada projeto a nível individual, pelo que a estratégia deve assegurar o apoio aos promotores de projetos em matéria de comunicação para que estes comuniquem o seu projeto por si mesmos.

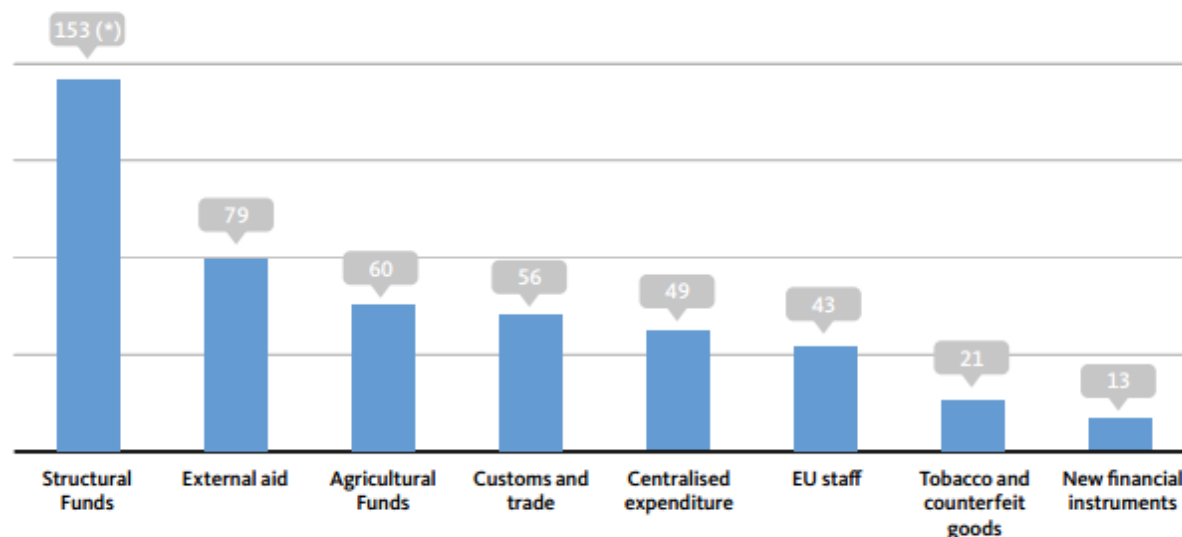
- **Flexibilidade**

O Programa Interreg Sudoe tem uma duração de oito anos e a estratégia de comunicação deve ser válida para todo o período. Por esta razão, torna-se imperativo contar com uma estratégia com amplas margens de flexibilidade para se adaptar às necessidades do Programa, ajustar as suas ações a diferentes situações e ser modificada quando necessário.

- **Transparência**

Justifica-se pela convicção de que os cidadãos da União Europeia têm direito a conhecer o destino dos fundos públicos e de que os beneficiários potenciais do programa Interreg Sudoe devem estar em igualdade de circunstâncias para conhecer as possibilidades de cooperação. Por conseguinte, a estratégia de comunicação compromete-se a proporcionar toda a informação do Programa de uma forma compreensível e acessível, destinada tanto ao beneficiário potencial como ao público em geral. É importante ter presente que o [relatório anual 2014 do Organismo Europeu de Luta Antifraude](#) (OLAF, nas suas siglas em francês) mostra que, no final de 2014, estavam a decorrer um total de 153 investigações sobre fraude relacionada com fundos estruturais, um número muito superior ao número de investigações sobre fraude relacionado com qualquer outra política europeia. Os dados sobre fraude exigem que os programas que trabalham com fundos estruturais prestem especial atenção em assegurar a transparência no tratamento dos fundos.

Figure 16: Ongoing investigations by sector at the end of 2014



(*) Of which 42 concerned the European Social Fund.

- **Visibilidade**

Em linha com os objetivos do Programa, a estratégia de comunicação fomentará o conhecimento geral do Programa Interreg Sudoe e das políticas europeias nas regiões do sudoeste da Europa. A estratégia terá em conta o caráter transnacional do Programa, promovendo uma informação acessível a todos os territórios participantes. Ao mesmo tempo, terá em conta a colaboração com outros programas Interreg para complementar a

comunicação de cada programa com uma comunicação conjunta em benefício de todos. Cabe assinalar que o caráter transnacional do Programa dificulta a comunicação com a sociedade em geral, uma vez que os resultados dos projetos são menos tangíveis para o cidadão, enquanto que a dimensão do Programa e as restrições orçamentais impedem a realização de grandes campanhas. Tendo em conta este aspeto, esta estratégia aposta por um esforço na comunicação com este público alvo.

- **Princípios horizontais do Programa**

Os elementos da estratégia de comunicação terão em consideração e atuarão em coerência com os três princípios horizontais do Programa:

- **Sustentabilidade:** todas as ações de comunicação serão concebidas e executadas respeitando o meio ambiente e promovendo a eficiência dos recursos. A estratégia planeia realizar uma comunicação principalmente virtual e utilizar um número limitado de suportes físicos fabricados em material reciclável e reutilizável.
- **Não discriminação:** a estratégia de comunicação não poderá, em caso algum, veicular estereótipos discriminatório e terá em conta o acesso de pessoas com deficiência.
- **Igualdade entre homens e mulheres:** a estratégia compromete-se a promover a igualdade de direitos e a criar ações e informações que transmitam ideias não sexistas.

4. Público alvo

Detalhados os objetivos e princípios do Programa, a estratégia de comunicação só é compreensível tendo em conta o público a que é dirigida. O público alvo identificado na estratégia de comunicação do Programa Interreg Sudoe contempla cinco grupos:

- **Beneficiários**

Os beneficiários de projetos aprovados disporão do apoio do Secretariado Conjunto para o desenvolvimento do seu projeto. Por conseguinte, a estratégia de comunicação contempla ações de informação e comunicação, incluindo possibilidades de consulta, dirigidas exclusivamente a este grupo. Os beneficiários de projetos constituem, além disso, focos importantes de divulgação do Programa, graças às ações de comunicação que desenvolvem de forma individual. No período de programação anterior, as informações sobre projetos publicadas nos meios de comunicação eram claramente as mais abundantes do Programa, pelo que não pode ignorar-se que os projetos aprovados constituem os melhores porta-vozes da imagem do Programa Interreg Sudoe e têm maiores possibilidades de chegar aos cidadãos.

- **Beneficiários potenciais**

A estratégia de comunicação deve tornar acessíveis as possibilidades do Programa às entidades suscetíveis de apresentar projetos no futuro, proporcionando informação clara e precisa, difundida em igualdade de circunstâncias a todos os grupos de interesse.

- **Parceiros estratégicos e agentes difusores**

Este grupo engloba todas as pessoas relacionadas direta ou indiretamente com o Programa Interreg Sudoe, cuja capacidade de divulgação do Programa é muito elevada. Este grupo compreende os responsáveis pela coordenação do Programa (onde se situariam as ações de comunicação interna), as organizações que trabalham com programas e temáticas da União Europeia, outros programas Interreg, organismos públicos e, em última instância, as instituições comunitárias.

- **Meios de comunicação**

Devido à sua componente transnacional, a estratégia de comunicação contempla poucas ações dirigidas exclusivamente aos meios de comunicação tradicionais de alcance nacional, regional ou local. No entanto, ter-se-á em conta este grupo nas suas principais ações. Outro público alvo contemplado nesta secção seriam os comunicadores que divulgam informação em setores mais específicos relacionados com as políticas europeias, como sejam os blogs sobre temas comunitários, os responsáveis de comunicação de associações profissionais, iniciativas juvenis ou estudantis sobre a União Europeia ou páginas web sobre projetos europeus.

- **Cidadãos**

Entendidos como os cidadãos dos países participantes no Programa e os cidadão europeus em geral, que devem ter acesso a informação clara sobre o Programa e o seus resultados concretos. Constatou-se que as ações de comunicação dos programas anteriores estiveram principalmente focadas nos beneficiários e beneficiários potenciais. Por esse motivo, a estratégia de comunicação atual esforçar-se-á por incluir os cidadãos europeus como público alvo. É importante assinalar que os cidadãos não costumam perceber com clareza que instrumento está a ser implementado nas ações financiadas pela União Europeia. Por conseguinte, esta estratégia de comunicação não está orientada para aumentar o conhecimento dos cidadãos sobre o Programa Interreg Sudoe ou dos fundos FEDER em concreto, mas sim ampliar a sua perceção sobre como as políticas europeias têm um impacto nas suas vidas.

5. Idiomas da estratégia de comunicação

No Programa Interreg Sudoe participam cinco países, dos quais quatro são Estados-membros da União Europeia. É portanto imprescindível prever uma comunicação

multilingue. Tal como em períodos de programação anteriores, a estratégia de comunicação do novo Programa prevê o uso de três idiomas: espanhol, francês e português.

Como novidade, esta estratégia introduz o inglês como novo idioma de comunicação, mas com limitações. Conscientes da importância que tem o inglês como idioma de comunicação internacional, certos conteúdos do programa serão traduzidos para inglês para dar acesso ao público alvo que constituem os parceiros estratégicos e os agentes difusores de outros países da União Europeia e aos cidadãos em geral. As ações específicas destinadas a beneficiários e beneficiários potenciais continuarão a realizar-se exclusivamente em espanhol, francês e português.

6. Responsáveis da estratégia de comunicação

A estratégia de comunicação identifica três grupos responsáveis pela elaboração, aprovação, supervisão, modificação, execução e avaliação da estratégia de comunicação.

- **Secretariado Conjunto do Programa Interreg Sudoe**

Será responsável pela elaboração da estratégia de comunicação, de executar as suas ações principais e de avaliar o seu impacto. Determinará igualmente que ações de comunicação serão realizadas pelo pessoal do Secretariado ou por empresas externas.

- **Comité de Acompanhamento**

Como estabelecido no regulamento comunitário, o Comité de Acompanhamento deverá aprovar a estratégia de comunicação no prazo máximo de seis meses após a aprovação do Programa. Além disso, será igualmente responsável pelo seguimento da estratégia e pela aprovação das possíveis modificações. Neste sentido, será informado anualmente sobre os progressos da estratégia e sobre a análise dos seus resultados, bem com das ações previstas para o ano seguinte.

- **Os beneficiários dos projetos**

Os beneficiários dos projetos aprovados têm a obrigação de comunicar estes projetos, contando com um apoio parcial do Secretariado Conjunto. O Guia Sudoe (Guia de elaboração e gestão de projetos do Programa Interreg Sudoe), especificará as ações concretas de comunicação a que estão obrigados os beneficiários. Estas ações devem ser coerentes com a estratégia de comunicação do Programa Interreg Sudoe e deverão mencionar e tornar visível a ajuda obtida através do Programa e também através do fundo FEDER e da União Europeia.

7. Colaboração com outros programas Interreg

A estratégia de comunicação do Programa Interreg Sudoe contemplará a colaboração regular com outros programa Interreg com o objetivo de avançar numa estratégia de comunicação conjunta que permita dar apoio a beneficiários potenciais e impulsar a visibilidade do Interreg. No futuro, está previsto que os responsáveis de comunicação dos programas Interreg de reúnam com uma periodicidade fixa para discutir esta estratégia harmonizada.

O Programa Interreg Sudoe defende a necessidade de uma estratégia comum, que está em consonância com os princípios de transparência e visibilidade e fomenta a comunicação com os beneficiários potenciais, os agentes de difusão, os parceiros estratégicos e os cidadãos europeus.

As três ferramentas principais desta estratégia conjunta são as seguintes:

- Logotipo comum Interreg. A plataforma Interact desenvolveu um logotipo comum do programa Interreg que pode ser adaptado aos diferentes programas. Utilizando este logotipo comum, cada Programa pode ser rapidamente identificado como parte da iniciativa Interreg. O Programa Interreg Sudoe adaptou o seu logotipo à nova marca comum para participar nesta iniciativa de visibilidade.
- Base de dados KEEP. Trata-se de uma base de dados de fácil acesso que contém informação sobre todos os projetos dos diferentes programas de cooperação, incluindo os projetos aprovados no âmbito do Interreg, do Instrumento de Assistência de Pré-Adesão (IPA, siglas em inglês) e do Instrumento Europeu de Vizinhança (ENI, siglas em inglês). O objetivo é centralizar toda a informação sobre projetos de cooperação e torná-la acessível a qualquer público, incidindo na visibilidade e na transparência das políticas de cooperação regional. O Programa Interreg Sudoe comprometeu-se a enviar de forma regular a informação relativa aos projetos para manter esta base de dados atualizada.
- Site internet comum do Interreg. Atualmente em processo de criação por parte da plataforma INTERACT, trata-se de um portal que englobaria todas as informações correspondentes a todos os Programas Interreg. Constituiria um tipo de janela única para todos os programas, sem prejuízo de que cada um mantenha o seu próprio site internet.

8. Canais e ferramentas

Canais

Virtuais

- [Site internet](#)
- [Redes sociais](#)
- [Boletim Sudoe News](#)
- Correio eletrónico e telefone. Como canais de comunicação tradicionais na comunicação interna e externa e veículos de informação destinados a todo o tipo de público.

Presenciais

- Seminários organizados pelo Programa Interreg Sudoe. Trata-se dos eventos criados pelo Programa para dar apoio aos beneficiários potenciais, com o objetivo de dar informação sobre o Programa e sobre as diferentes convocações.
- [Participação em eventos](#)
- [Jornadas de portas abertas](#)

Ferramentas

Virtuais

- **Logotipo e imagem visual** harmonizada com a imagem comum do Programa Interreg. O Programa Interreg Sudoe renova o seu logotipo e imagem visual para este novo período. O novo logotipo tomou como referência o [novo logotipo Interreg](#) para adaptar a sua imagem à estratégia de visibilidade comum dos programas Interreg.
- **Galeria fotográfica e multimédia.** A estratégia de comunicação pretende criar uma galeria fotográfica com diferentes fotografias das regiões que constituem o programa, com o objetivo de as utilizar para ilustrar as diferentes ações de comunicação. As fotografias serão realizadas com a câmara do Programa ou serão adquiridas com a colaboração dos responsáveis de comunicação das diferentes regiões. A estratégia prevê igualmente a publicação de vídeos de apresentações nos seminários, vídeos tutoriais sobre gestão de projetos e, eventualmente, a criação de um vídeo promocional do Programa Interreg Sudoe.
- **Documentação sobre o Programa.** Os diferentes documentos do programa constituem também importantes ferramentas de comunicação, quer se tratem de documentos específicos para os beneficiários potenciais (como o texto do Programa

de Cooperação ou o formulário de candidatura), quer sejam documentos adaptados aos cidadãos (como o resumo do cidadão)

Em suporte físico

Tendo em conta o princípio da sustentabilidade, o Programa Interreg Sudoe procurará realizar uma comunicação sustentável centrada, principalmente, nos canais virtuais e distribuindo materiais em suporte físico apenas quando necessário.

- **Bandeiras.** Como programa transnacional, o Programa Interreg Sudoe deve utilizar em todos os seus atos públicos as bandeiras dos cinco países nos quais trabalha.
- **Documentos impressos.** Entende-se como a documentação distribuída aos beneficiários potenciais durante os seminários (como o programa do evento ou a lista de participantes) ou os documentos distribuídos ao grande público (folhetos, resumo cidadão)
- **Material de papelaria** do Programa utilizada no Secretariado Conjunto e nos eventos do Programa.
- **Artigos de merchandising**, onde se inclui o calendário do Programa, as pastas ou os sacos que se distribuem aos participantes nos seminários.

9. Principais medidas previstas

O Programa Interreg Sudoe identificou uma série de ações de comunicação, suscetíveis de variar ao longo do período de vida do Programa.

Comunicação online

- **Site internet.** É a parte de central da estratégia de comunicação e a janela única através da qual se recompila e distribui a informação sobre o Programa, independentemente do público destinatário. Traduzida na sua totalidade em três idiomas e acrescentando-se o inglês para os conteúdos de comunicação externa, a comunicação do Programa incidirá na atualização regular do site. Pretende-se criar um único site internet do Programa Interreg Sudoe correspondente ao período 2014-2020, guardando ao mesmo tempo toda a informação do Programa 2007-2013. Para a nova página também se prevê uma melhoria da sua ergonomia e a adaptação às novidades tecnológicas relativamente a ecrãs, utilização de telemóveis e tablets. O desenvolvimento do novo site incluirá também uma secção de avaliação para que possam contar-se as estatísticas relativas ao alcance da comunicação através deste meio.

Idiomas: quatro idiomas para os conteúdos externos e espanhol, francês e português para os conteúdos especializados.

Público alvo: todos.

- **Lista de beneficiários.** Os regulamentos comunitários obrigam os programas a manterem uma lista de beneficiários atualizada pelo menos cada seis meses num em formato legível por computador (por exemplo em formato CSV ou XML). Este documento deve, por razões de transparência, permitir classificar, consultar, extrair e comparar os dados, bem como publicá-los facilmente na Internet. Apenas será possível consultá-la através do site do Programa Interreg Sudoe e incluirá uma lista de todos os projetos com a informação exigida pelo regulamento.

Idiomas: quatro idiomas.

Público alvo: todos.

- **Abertura de redes sociais.** A estratégia de comunicação contempla, pela primeira vez, a abertura de contas nas redes sociais do Programa Interreg Sudoe, com o objetivo de aproveitar ao máximo as possibilidades de interação que proporcionam estes canais. As redes escolhidas são o Facebook, Twitter, Youtube e LinkedIn e, tal como com o site internet, a comunicação através destas redes será atualizada regularmente, deve ser o mais variada possível e deve prever a elaboração de estatísticas sobre o impacto alcançado. Foi igualmente decidido que a língua de comunicação seria o inglês para que a sua gestão seja menos complicada, sem esquecer a importância de traduzir nos quatro idiomas sempre que se publiquem informações relevantes. Elaborar-se-á uma estratégia concreta sobre redes sociais para otimizar o seu uso e impacto.

Idiomas: principalmente o inglês e pontualmente os três idiomas oficiais do Programa

Público alvo: todos os públicos que possuam perfis nas redes sociais

- **Boletim de notícias Sudoe News.** Os bons resultados de distribuição do boletim de notícias do Programa Sudoe correspondentes ao período 2007-2013 (com mais de 10.000 subscritores) dão uma ideia da importância deste canal para proporcionar aos beneficiários e potenciais beneficiários informação atualizada sobre o Programa. A estratégia de comunicação pretende continuar a utilizar este canal para informar sobre as novidades.

Idiomas: os três idiomas do Programa, incluindo o inglês se a informação se encontra traduzida.

Público alvo: todos, exceto o público em geral.

- **Bolsa de projetos:** ferramenta informática localizada no site que permite aos beneficiários potenciais do Programa procurar sócios, publicando a sua ideia de projetos ou apresentando-se como sócio de um projeto já existente.

Idiomas: espanhol, francês e português.

Público alvo: beneficiários potenciais.

- **Vídeo promocional do Programa Interreg Sudoe.** com o objetivo de tornar o Programa Interreg Sudoe acessível ao grande público prevê-se a criação de um vídeo promocional de curta duração que apresente de forma visual e genérica a razão de ser do Programa

Idiomas: inglês e eventualmente legendas nos outros três idiomas.

Público alvo: público em geral.

- Vídeo tutorial para uso da aplicação informática.

Línguas: espanhol, francês e português.

Público alvo: beneficiários de projetos.

Documentos de comunicação

- **Resumo cidadão.** Pensado como um resumo do Programa de Cooperação do Programa Interreg Sudoe destinado ao cidadão médio europeu, de curta extensão e numa linguagem acessível. Estará disponível tanto online como em suporte físico para ser distribuído.

Idiomas: quatro idiomas.

Público alvo: pensado principalmente para os cidadãos, pode ser de grande utilidade para as contrapartes estratégica e agentes difusores, bem como para os meios de comunicação.

- **Folheto do programa.** Documento esquemático que resume os elementos principais do Programa de Cooperação e destinado ao público em general. Complementa o resumo cidadão.

Idiomas: quatro idiomas.

Público alvo: pensado principalmente para os cidadãos, pode ser de grande utilidade para os parceiros estratégicos e agentes difusores, bem como para os meios de comunicação.

- **Fichas de impacto dos projetos.** De acordo com o objetivo de divulgação dos resultados do Programa, a estratégia de comunicação está a considerar a criação de

fichas sobre os resultados dos projetos destinadas ao grande público, que mostrem o seu impacto na vida dos cidadãos.

Idiomas: os quatro idiomas.

Público alvo: pensado principalmente para os cidadãos, pode ser de grande utilidade para os parceiros estratégicos e agentes difusores, bem como para os meios de comunicação.

- **Guia para os beneficiários sobre como comunicar os seus projetos.** Documento pensado para ajudar os beneficiários nas ações de comunicação do seu projeto. O objetivo é explicar de forma concisa quais as suas obrigações em matéria de comunicação e as suas possibilidades para realizar uma comunicação eficaz.

Idiomas: espanhol, francês e português.

Público alvo: beneficiários de projetos.

- **Manual de estilo.** Ação de comunicação interna pensada para harmonizar a aparência e a redação dos documentos que se elaboram no Secretariado Conjunto do Programa Interreg Sudoe e que, em última instância, estariam à disposição dos públicos alvo. O documento compreenderá normas de tipografia e legibilidade, regras para a aparência dos documentos (tipo de letra, tamanho, cores, etc), terminologia do Programa e Glossário de traduções.

Idiomas: espanhol, francês e português. Seria igualmente conveniente traduzi-lo em inglês, se possível.

Público alvo: dentro do grupo “contrapartes estratégicas e agentes difusores”, compreende os trabalhadores do Secretariado Conjunto.

- **Calendário do programa Sudoe:** em dezembro de cada ano, o Secretariado Conjunto enviará um calendário do Programa do ano seguinte.

Idiomas: espanhol, francês, inglês e português.

Público alvo: todos.

Eventos

- **Seminários de pré-lançamento.** Projetados para dar informação aos beneficiários potenciais sobre o novo Programa de Cooperação e proporcionar recursos para que possam trabalhar nos seus projetos antes da abertura da primeira convocatória em setembro de 2015. Os seminários de pré-lançamento tiveram lugar a 19 de junho em Toulouse e a 1 de julho de 2015 em Madrid, com uma lotação aproximada de 200 pessoas respetivamente. Por seu lado, Portugal organizou vários seminários de pré-lançamento no mês de maio de 2015, em cada região, para informar os

beneficiário portugueses sobre o Programa Interreg Sudoe e outros programas de cooperação.

Idiomas: francês e espanhol.

Público alvo: beneficiários potenciais

- **Seminário de lançamento.** Trata-se da grande atividade informativa anual do Programa Interreg Sudoe em 2015. Servirá simultaneamente para apresentar o novo programa e para celebrar a abertura da primeira convocatória de projetos, proporcionando informação prática sobre a elaboração de uma candidatura para apresentar na primeira fase do Programa e disponibilizando aos participantes um espaço para fazerem contactos e conseguir sócios de projetos. Está prevista para os dias 7 e 8 de outubro em Santander e permitirá acolher 800 participantes. Um plano ad hoc para este seminário aprofundará as questões de organização e logística.

Idiomas: espanhol, francês e português.

Público alvo: beneficiários potenciais.

- **Jornadas de portas abertas.** O Secretariado Conjunto definirá as datas nas quais se encontrará disponível para que os beneficiários potenciais de projetos, de forma presencial ou através de videoconferência, possam resolver dúvidas que surjam na elaboração da sua candidatura. As datas das primeiras jornadas serão dois dias do mês de outubro de 2015, após o seminário de lançamento.

Idiomas: espanhol, francês e português.

Público alvo: beneficiários potenciais.

- **Reunião técnica sobre a segunda fase dos projetos.** Atividade pensada para os beneficiários potenciais de candidaturas de projetos que tenham superado a primeira fase da convocatória com informação precisa sobre como trabalhar à segunda fase. A primeira reunião técnica está prevista para fevereiro de 2016 (a data dependerá do número de candidaturas recebidas na primeira fase) e prevê-se uma lotação de 200 pessoas.

Idiomas: espanhol, francês e português.

Público alvo: beneficiários potenciais.

- **Seminários de gestão de projetos.** Após a aprovação de projetos nas diferentes convocatórias, organizar-se-ão seminários para aprofundar as questões relativas à gestão de projetos aprovados, incluindo-se uma cerimónia de assinatura dos acordos de concessão FEDER.

Idiomas: espanhol, francês e português.

Público alvo: beneficiários.

- **Seminários de abertura de convocatórias.** Prevê-se a criação de seminários específicos que coincidam com a abertura de cada uma das convocatórias de projetos, com o objetivo de dar aos potenciais beneficiários a informação necessária para apresentarem as suas candidaturas.

Idiomas: espanhol, francês e português.

Público alvo: todos.

- **Seminários de capitalização.** Eventos pensados para divulgar o conhecimento adquirido nos projetos aprovados e realizar um intercâmbio de boas práticas entre os participantes de projetos.

Idiomas: espanhol, francês e português.

Público alvo: todos.

- **Participação em eventos externos.** Trata-se de atividades de participação com orador em eventos externos, onde um representante do Programa apresenta as suas principais realizações.

Idiomas: dependendo do idioma do evento.

Público alvo: contrapartes estratégicas e agentes difusores e, em menor medida, os meios de comunicação e o público em geral.

Promoção do Programa Interreg Sudoe nos meios de comunicação

O programa prevê a realização de ações pontuais de comunicação com os meios de comunicação identificados entre o público alvo. As principais ações previstas são a convocatória de meios para eventos importantes, a distribuição de materiais (fotografias, documento do Programa) e a revisão regular da informação online para estudar o impacto das informações do Programa Interreg Sudoe e dos projetos aprovados nos meios de comunicação.

10. Orçamento do Plano de Comunicação

As atividades de informação e comunicação do Programa estão previstas no orçamento do Programa de Cooperação na secção destinada à prioridade 6 – Assistência técnica com um montante total de 534.053 euros.

Eixo prioritário	Código	Montante (em EUR)
------------------	--------	-------------------

6 Assistência Técnica	123 Informação e comunicação	534.053
-----------------------	------------------------------	---------

11. Avaliação da estratégia de comunicação

Para ser efetiva, a estratégia de comunicação deve contar com um plano de avaliação que indique se os objetivos foram cumpridos. Ao mesmo tempo, as avaliações intermédias do Programa permitirão corrigir erros e redirigir a estratégia se necessário.

A estratégia de comunicação contempla as seguintes medidas de avaliação:

Medidas de avaliação interna

Trata-se dos sistemas de avaliação quantitativa e qualitativa levados a cabo pelo próprio Secretariado Conjunto através das seguintes fases:

- Avaliação interna anual. Trata-se de verificar se os objetivos de comunicação da estratégia de comunicação foram cumpridos durante o ano anterior. Os resultados serão apresentados ao Comité de Acompanhamento para sua discussão e, se for o caso, para modificação da estratégia de comunicação.
- Avaliação interna intermédia. Realizada em 2018 para avaliar os resultados da estratégia de comunicação durante os primeiros anos de vida do Programa Interreg Sudoe. Complementada com a avaliação externa, dará lugar a um relatório de avaliação que será apresentado ao comité de acompanhamento e que será utilizado para modificar a estratégia de comunicação se necessário.
- Avaliação interna final. Avaliação a realizar em 2023 quando finalizam todos os projetos do Programa e que, com a ajuda das avaliações anuais, a avaliação intermédia e as avaliações externas, dará lugar a um relatório de avaliação sobre o cumprimento dos objetivos da estratégia de comunicação no seu conjunto.

A tabela seguinte apresenta os indicadores gerais de comunicação no Programa de Cooperação:

Identificação	Indicador	Unidade de medida	Valor previsto (2023) (opcional)	Fonte de dados
---------------	-----------	-------------------	----------------------------------	----------------

OI_63	Número de ações de comunicação e difusão elaboradas	Nº	9	Secretariado Conjunto
OI_64	Número de eventos transnacionais	Nº	9	Secretariado Conjunto

Os indicadores de avaliação interna de objetivos compreendidos na estratégia de comunicação são os seguintes:

Indicador	Unidade de medida	Valor previsto	Fonte de dados	Tipos de fonte
Número de visitas anuais ao site internet del Programa	Nº	21.000 visitas anuais, com uma média de 3 páginas consultadas por visita e uma duração média de 3 minutos	Secretariado Conjunto	Estatísticas do site internet
Número de seguidores nas redes sociales	Nº	Aumento de 100 seguidores no Facebook e Twitter em relação ao ano anterior e aumento de 50 seguidores em Youtube e LinkedIn relativamente ao ano anterior, a partir del 2016	Secretariado Conjunto	Estatísticas das redes sociales
Número de informações partilhadas através da conta Facebook e	Nº	100 anuais a partir de 2016	Secretariado Conjunto	Estatísticas das redes sociales

Twitter do Programa Interreg Sudoe				
Número de subscritores do boletim Sudoe News	Nº	15.000	Secretariado Conjunto	Estatísticas do número de subscritores
Número de boletines enviados	Nº	32	Secretariado Conjunto	Estatísticas sobre o envio de boletins
Número de ideias publicadas na Bolsa de Projetos	Nº	Aumento de 25 ideias publicadas na Bolsa relativamente ao ano anterior, a partir de 2016	Secretariado Conjunto	Estatísticas de participação na Bolsa de Projetos do site internet
Número de visualizações do vídeo promocional	Nº	Mínimo 100 visualizações no ano de publicação do vídeo a partir do momento da sua publicação	Secretariado Conjunto	Estatísticas de Youtube
Número de assistentes aos seminários de pré lançamento	Nº	180	Secretariado Conjunto	Lista de presenças dos participantes
Avaliação positiva dos seminários de pré-lançamento	Percentagem	Avaliação geral superior a 50% de satisfação	Secretariado Conjunto	Formulário de avaliação on line
Número de assistentes ao seminário de lançamento	Nº	600	Secretariado Conjunto	Lista de presenças dos participantes
Avaliação positiva do seminário de lançamento	Percentagem	Avaliação geral superior a 50% de satisfação	Secretariado Conjunto	Formulário de avaliação on line

Número de assistentes à reunião técnica da segunda fase	Nº	80% dos convocados	Secretariado Conjunto	Lista de presenças dos participantes
Avaliação positiva da reunião técnica	Percentagem	Avaliação geral superior a 50% de satisfação	Secretariado Conjunto	Formulário de avaliação on line
Número de assistentes aos seminários de abertura de convocatória	Nº	400	Secretariado Conjunto	Lista de presenças dos participantes
Avaliação positiva dos seminários de abertura de convocatória	Percentagem	Avaliação geral superior a 50% de satisfação	Secretariado Conjunto	Formulário de avaliação on line
Número de assistentes aos seminários de gestão de projetos	Nº	80% dos convocados	Secretariado Conjunto	Lista de presenças dos participantes
Avaliação positiva do seminário de gestão de projetos	Percentagem	Avaliação geral superior a 50% de satisfação	Secretariado Conjunto	Formulário de avaliação on line
Número de assistentes aos seminários de capitalização	Nº	200	Secretariado Conjunto	Lista de presenças dos participantes
Avaliação positiva dos seminários de capitalização	Percentagem	Avaliação geral superior a 50% de satisfação	Secretariado Conjunto	Formulário de avaliação on line
Apresentações do Programa Sudoe no âmbito de outros eventos	Nº	6	Secretariado Conjunto	Programa do evento com o nome dos oradores

Número de sites internet de projetos creados	Nº	1 por projeto	Secretariado Conjunto	Páginas individuais dos projetos
Número de notícias publicadas em meios de comunicação sobre o Programa ou os projetos	Nº	20 anuais	Secretariado Conjunto	Pesquisa online de notícias
Número de informações sobre o Programa ou os projetos publicadas na Internet (que não correspondam a meios de comunicação)	Nº	40 anuais	Secretariado Conjunto	Pesquisa online de informações

Medidas de avaliação externa

A estratégia de comunicação prevê a contratação de assistência técnica para uma avaliação externa dos resultados da estratégia de comunicação, que servirá para complementar a avaliação interna. Prevê-se uma avaliação externa intermédia (2018) e uma avaliação externa final (2023).

12. Principais novidades relativamente à estratégia de comunicação do Programa SUDOE 2007-2013

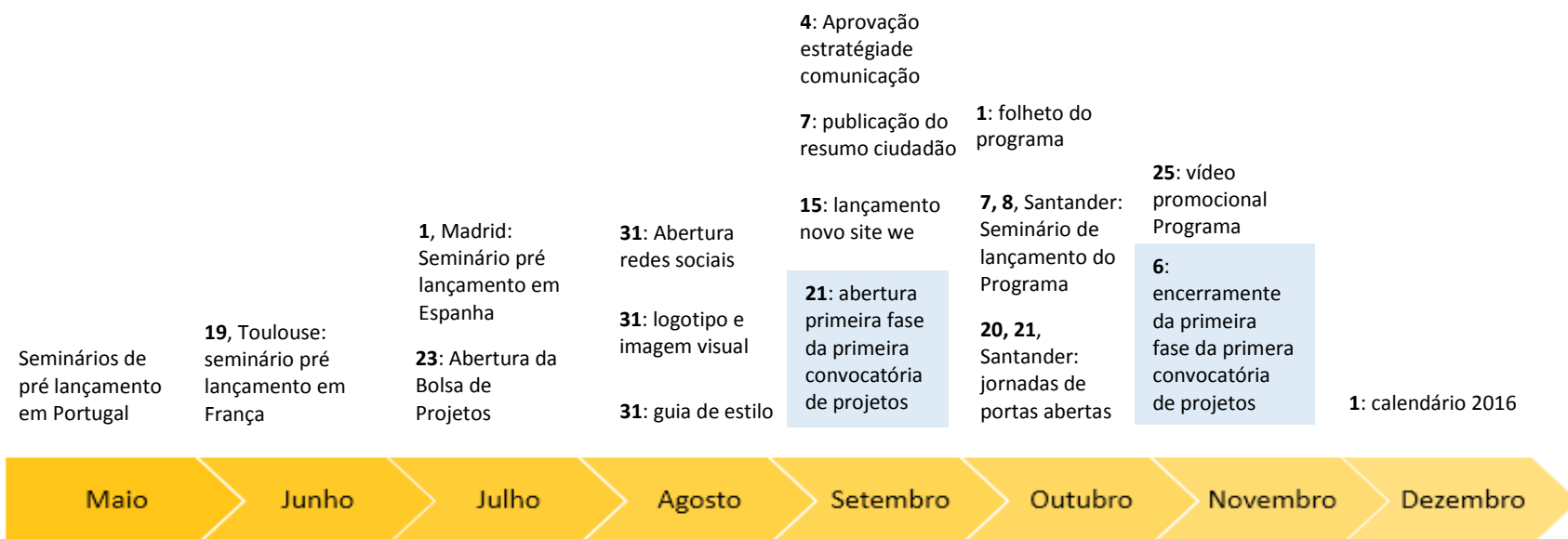
De modo geral, a estratégia de comunicação atual toma como base o plano de comunicação da programação 2007-2013 e continua a utilizar a maior parte das medidas anteriores, que demonstraram ser ferramentas eficazes. No entanto, a estratégia de comunicação atual aposta por tornar a comunicação mais acessível aos públicos alvo que constituem as contrapartes estratégicas e agentes difusores, os meios de comunicação e os cidadãos em geral, seguindo os princípios da transparência e da visibilidade. Por este motivo, as principais novidades da estratégia de comunicação da nova geração do Programa são as seguintes:

- O **uso do inglês** como nova língua de comunicação, limitado às comunicações gerais do Programa e às redes sociais.

- A abertura de **redes sociais**, com o objetivo de aproveitar ao máximo as possibilidades de comunicação online que oferecem.
- A **estratégia conjunta de comunicação** com outros programas Interreg, através do logotipo harmonizado, a base de dados KEEP e o futuro site internet.
- Uma **estratégia visual**, baseada numa imagem visual simplificada e na publicação regular de imagens e vídeos acompanhando as informações.

13. Calendário orientativo estratégia de comunicação

2015



2016

22: abertura segunda fase da primeira convocatória de projetos

Santander:
Reunião técnica segunda fase

Avaliação estratégia comunicação 2015

Publicação de guia "Como comunicar o seu projeto"

6: Encerramento da segunda fase da primeira convocatória de projetos

Vídeos explicativos sobre gestão de projetos

Publicação de fichas de impacto dos projetos 2007-2013

Assinatura de acordos FEDER primeira convocatoria

projetos

Publicação da lista de beneficiários

1: calendário 2017

Janeiro > Fevereiro > Março > Abril > Maio > Junho > Julho > Agosto > Setembro > Outubro > Novembro > Dezembro

2017

Abertura da segunda convocatória de projetos

Santander:
seminário de abertura de convocatória

Santander:
jornadas de portas abertas

Avaliação estratégia comunicação 2016

Santander:
reunião técnica segunda fase

1: calendário 2018

Abertura da terceira convocatória de projetos

Santander:
seminário de abertura de convocatória

Santander:
jornadas de portas abertas

Janeiro > Fevereiro > Março > Abril > Maio > Junho > Julho > Agosto > Setembro > Outubro > Novembro > Dezembro

2018

Assinatura de acordos FEDER segunda convocatória

Seminário de gestão de projetos

Publicação da lista de beneficiários

Avaliação estratégia comunicação 2017

Santander: reunião técnica segunda fase

Avaliação interna intermédia da estratégia comunicação

Avaliação externa intermédia da estratégia comunicação

Abertura da quarta convocatória de projetos

Santander: seminário de abertura de convocatória

Santander: jornadas de portas abertas

Assinatura de acordos FEDER terceira convocatória

Seminário de gestão de projetos

Publicação da lista de beneficiários

1: calendário 2019

Janeiro Fevereiro Março Abril Maio Junho Julho Agosto Setembro Outubro Novembro Dezembro

2019

Assinatura de acordos FEDER quarta convocatória

Seminário de gestão de projetos

Publicação da lista de beneficiários

1: calendário 2020

Santander: reunião técnica segunda fase

Avaliação estratégia comunicação 2018

Janeiro Fevereiro Março Abril Maio Junho Julho Agosto Setembro Outubro Novembro Dezembro

2020

Abertura da
quinta
convocatória
de projetos

Santander:
seminário de
abertura de
convocatória

Santander:
jornadas de
portas abertas

Avaliação
estratégia
comunicação
2019

Santander:
reunião técnica
segunda fase

Santander:
seminário de
capitalização

Publicação de
fichas de impacto
dos projetos
2014-2020

1: calendário 2021



2021

Assinatura de
acordos
FEDER quinta
convocatória

Seminário de
gestão de
projetos

Publicação da
lista de
beneficiários

Avaliação
estratégica
comunicação
2020

Santander:
seminário de
capitalização

Publicação de
fichas de impacto
dos projetos
2014-2020

1: calendário 2022



2022

Avaliação
estratégia
comunicação
2021

Santander:
seminário de
capitalização

Publicação de
fichas de impacto
dos projetos
2014-2020

1: calendário 2023



2023

Avaliação
estratégia
comunicação
2022

Santander:
seminário de
capitalização

Publicação de
fichas de
impacto dos
projetos 2014-
2020

Avaliação
interna final
da estratégia
comunicação

1: calendário 2024





Cooperar está en sus manos

www.interreg-sudoe.eu