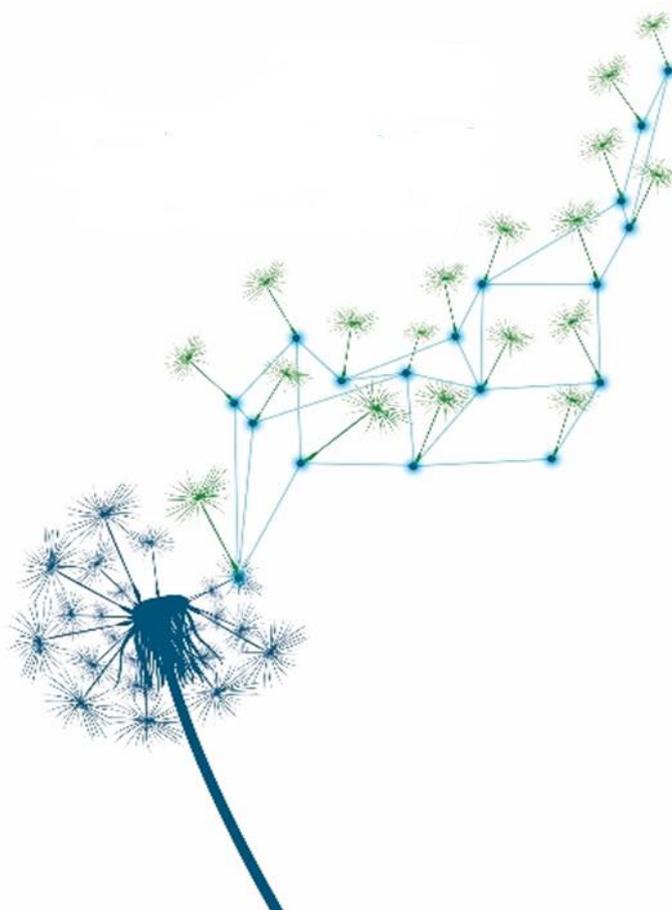


PLANO DE COMUNICAÇÃO



Aprovado por Consulta Escrita do Comité de Acompanhamento Lisboa 2030 de 15/12/2023

Índice

Introdução	3
Enquadramento	5
Diagnóstico	7
Objetivos e Eixos de Comunicação	8
Público-alvo	9
Marca Lisboa 2030	11
Meios e ações	15
Programação Financeira	27
Monitorização e avaliação	28

Ficha técnica:

Título: Plano de Comunicação do Programa Regional Lisboa 2030

Editor: Autoridade de Gestão do Programa Regional Lisboa 2030

Versões

Versão	Data de aprovação	Descrição
V1	15/12/2023	Aprovado pelo Comité de Acompanhamento por procedimento de consulta escrita

|| Introdução



Os últimos anos foram acometidos por mudanças profundas que tendem a alterar os comportamentos incitando os cidadãos a novas práticas e atitudes que implicam o envolvimento de todos os intervenientes no processo de mudança.

A importância da divulgação e reconhecimento dos apoios concedidos e do impacto dos fundos europeus assume especial relevância uma vez que ao disporem de acesso a informação clara e simplificada, os cidadãos podem exercer melhor o seu direito de participação, envolvimento e escolha tendo presente um sentido de corresponsabilização e de participação ativa e de proximidade.

A Comissão Europeia, numa ótica de aglutinação com os estados-membros, tem também, ao longo do tempo, sublinhado a necessidade de uma maior e mais eficaz comunicação por parte das autoridades e dos beneficiários dos programas sobre projetos financiados pela União Europeia (UE), tendo para tal sido estabelecidos novos requisitos no que respeita à comunicação nas políticas de coesão.

Assim, quer na regulamentação europeia¹ quer na nacional² ficou evidente que os intervenientes – autoridades de gestão, beneficiários e restantes partes interessadas, deverão promover a sensibilização para a realização de financiamento e dar disso conhecimento ao público em geral. Entendem-se, assim, como primordial promover ações de comunicação exatas e atualizadas, promovendo a notoriedade num processo verdadeiro e transparente.

No caso concreto da Região de Lisboa, nomeadamente no que respeita ao Programa Regional Lisboa 2030, o princípio da transparência é o ponto de partida de toda a estratégia, promovendo uma comunicação eficaz em termos de apoios e dos seus resultados, assumindo-se quatro objetivos estratégicos.

¹ Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de julho

² Decreto-Lei n.º 20-A/2023, de 22 de março, da Presidência do Conselho de Ministros

PLANO DE COMUNICAÇÃO

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- ★ Promover a **transparência** e o acesso à informação sobre as **oportunidades** de financiamento do Programa, assegurando que esta **é clara e acessível** ao público-alvo;
- ★ Fomentar uma **procura qualificada**, reforçando uma utilização eficiente dos fundos;
- ★ Aumentar a **notoriedade pública** do Programa, associada a valores de credibilidade, rigor, acessibilidade, simplificação, eficiência e dinamismo;
- ★ Assegurar uma **vasta divulgação dos resultados do Programa**, enaltecendo a importância dos fundos europeus para o desenvolvimento económico, social e territorial da **Região**.

O sucesso de uma Estratégia de desenvolvimento depende fortemente da mobilização e participação de todos os atores chave para a sua implementação e é nesse pressuposto que se desenvolve o presente Plano de comunicação do Programa Regional Lisboa 2030, com o propósito de consolidar a posição de Lisboa entre as regiões inovadoras da UE, integrando-a plenamente na economia do conhecimento.

O plano de comunicação do Lisboa 2030, que a seguir se apresenta, é elaborado para o período de vigência do Programa Regional, independentemente dos necessários ajustamentos que possam vir a ocorrer ao longo do tempo.

O Plano de comunicação do Lisboa 2030 organiza-se em 8 pontos principais:

1. Enquadramento
2. Diagnóstico
3. Objeto e Eixos de Comunicação
4. Público-alvo
5. Marca Lisboa 2030
6. Meios
7. Programação Financeira
8. Monitorização e Avaliação

|| 1. Enquadramento



O apoio dos fundos da UE resulta do esforço conjunto dos contribuintes europeus e tem por objetivo reduzir as disparidades económicas, sociais e territoriais que ainda subsistem no espaço da UE e visa, em cada região, dinamizar a criação de emprego, incentivar o crescimento económico, o desenvolvimento sustentável e promover a inclusão social, para melhorar a qualidade de vida dos cidadãos.

Dar visibilidade a estes apoios é um dever e uma obrigação de todos.

Em termos nacionais a Rede de Comunicação do Portugal 2030 decorre do artigo 48º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, que prevê a existência de “(...) *uma rede de comunicação em cada Estado-Membro (EM) que coordena e articula as medidas de comunicação e promoção da notoriedade dos fundos naquele EM.*”

A Rede de Comunicação do Portugal 2030 é coordenada pela AD&C, enquanto organismo coordenador dos FEEI em Portugal, e é constituída pelos representantes designados dos Programas que constituem o Portugal 2030, bem como por outros stakeholders do ecossistema dos fundos.

Tratando-se de uma rede de articulação funcional do Portugal 2030 e de capacitação institucional, tem como estratégia comum de comunicação, impulsionar o desempenho e sucesso dos apoios concedidos no âmbito do Portugal 2030, garantindo a transparência na atribuição dos apoios e o conhecimento dos beneficiários e dos seus resultados.

O Lisboa 2030 é o Programa Regional de Lisboa, para o período de programação compreendido entre 1 de janeiro de 2021 e 31 de dezembro de 2027 e foi aprovado pela Comissão Europeia em 14 de dezembro de 2022.

O Programa Regional de Lisboa teve, na sua génese os princípios e conclusões obtidas quer pela Estratégia Regional de Lisboa (ERL) quer pela Estratégia Regional de Especialização Inteligente de Lisboa (RIS3).

PLANO DE COMUNICAÇÃO

VISÃO PARA A REGIÃO DE LISBOA

Uma região capital, europeia, inserida num quadro de rotas e plataformas internacionais, que prioriza a valorização das pessoas e do território na construção de um futuro sustentável, alicerçado na competitividade e na inovação, na coesão social, na gestão eficiente dos recursos e do capital natural, na cultura, no cosmopolitismo, na mobilidade sustentável e no desenvolvimento integrado e policêntrico do território.

in Estratégia Regional de Lisboa (ERL 2030)

A visão da Estratégia Regional de Especialização Inteligente de Lisboa (RIS3 Lisboa 2021 2027) dá continuidade ao trabalho realizado nos anos antecedentes, focando-se no fortalecimento do sistema regional de inovação, maximizando os fluxos de conhecimento e alargando os benefícios da inovação e toda a economia regional no contexto das mudanças que estão a ocorrer, dos desafios que se colocam e das oportunidades que estão a surgir.

VISÃO ESTRATÉGICA DE ESPECIALIZAÇÃO

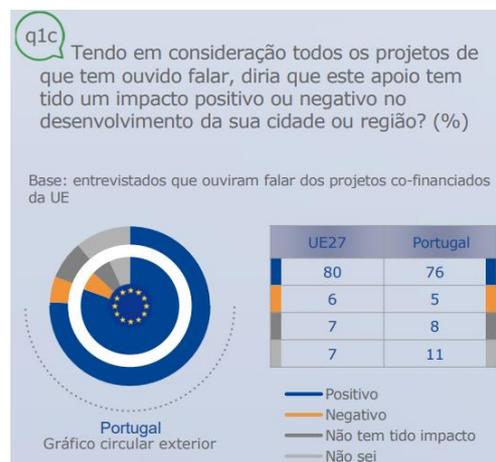
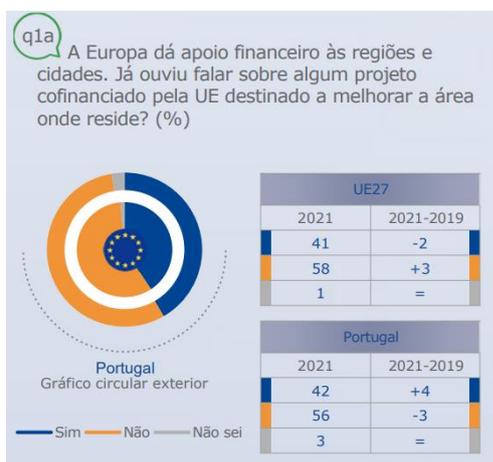
Lisboa Região de competitividade internacional, catalisadora de crescimento económico sustentável alargado, convergente com as congéneres regiões capitais europeias, suportada no conhecimento, na inovação e na investigação, mas também na criatividade, na cultura, acelerando as transições digital e climática, pela capacitação, pelo potencial de dados abertos, num ecossistema indutor de diferenciação, de criação de valor e de atração de investimento e talentos.

in Estratégia Regional de Especialização Inteligente de Lisboa (RIS3 Lisboa)

|| 2. Diagnóstico



Segundo dados, da Comissão Europeia, de outubro de 2021, **42%** dos inquiridos da amostra da população portuguesa admite ter ouvido falar sobre algum **projeto cofinanciado pela UE destinado a melhorar a área onde reside** e, desses, **76% considera que o impacto desses apoios foi positivo no desenvolvimento da cidade ou região**.



Fonte: Eurobarómetro Flash 497

“Conhecimento e perceções dos cidadãos sobre a política Regional da UE”

Por outro lado, uma **Sondagem sobre o Uso dos Fundos Europeus**, realizada por Pedro Adão e Silva e Isabel Flores, apresentada em outubro de 2021 conclui que, relativamente à população portuguesa inquirida:

1. Fazem um balanço **moderadamente positivo do impacto dos fundos estruturais em Portugal**
2. Têm **expectativas elevadas sobre o impacto do PRR nos próximos anos**
3. **Defendem uma maior transparência e controlo no uso dos fundos**
4. Revelam **grande desconhecimento e distanciamento sobre o modo como os fundos são utilizados**
5. Têm uma **perceção mais positiva do impacto e da transparência no uso dos fundos quanto mais escolarizados são**

Existe, portanto, um nível de reconhecimento dos projetos apoiados por fundos europeus que pode e deve ser melhorado quer a nível da notoriedade quer a nível da transparência dos processos e dos procedimentos.

|| 3 Objetivos e Eixos de Comunicação



No âmbito da Rede de Comunicação e tendo em consideração as necessidades de comunicação foram definidos os seguintes objetivos:

- **Aumentar a notoriedade** dos fundos europeus em Portugal;
- **Reforçar a perceção pública positiva** sobre a aplicação dos fundos europeus em Portugal;
- **Aumentar a perceção de simplificação de acesso** aos fundos europeus em Portugal;
- **Melhorar a perceção pública sobre a gestão** dos fundos europeus em Portugal

Assim e para cumprimento dos objetivos supra indicados, os **eixos de comunicação** nos quais deve assentar o plano de comunicação são os seguintes:

- ♦ **Simplificação**
 - No processo de acesso aos fundos europeus e
 - Na linguagem, aplicando uma linguagem simples, clara e acessível, facilitando a compreensão das mensagens e procedimentos
- ♦ **Proximidade**
 - Através da criação de canais e mecanismos de apoio ao potencial beneficiário;
 - Criação de um repositório de conhecimento dos conceitos, processos e funcionamento do Portugal 2030 e dos fundos europeus, com glossários, FAQ, vídeo, tutoriais e outros recursos de comunicação, que facilitem a perceção e acessibilidade aos fundos
- ♦ **Transparência**
 - Dando-se continuidade ao trabalho de divulgação de resultados e indicadores;
 - Divulgação massiva acerca da aplicação dos fundos europeus, através da divulgação dos projetos apoiados e do seu impacto na vida dos cidadãos, organizações e territórios.

Assim, para além dos objetivos nacionais, identificam-se como objetivos específicos do Lisboa 2030, os seguintes:

- ♦ **Aumento da notoriedade do Lisboa 2030;**
- ♦ **Simplificar a linguagem tornando a comunicação do Lisboa 2030 mais transparente, clara e acessível;**
- ♦ **Promover o contacto direto com os intervenientes locais estimulando a procura pelos apoios disponíveis.**

PLANO DE COMUNICAÇÃO

- ◆ **Implementação de melhorias nos canais por forma a promover a inclusão e a acessibilidade de todas as pessoas. Para o efeito, serão considerados nos eventos a realizar pelo Programa, medidas de acessibilidade em respeito pelos padrões adotados pela Convenção dos Direitos da Pessoa com Deficiência das Nações Unidas.**

|| 4 Público alvo



Considerando o Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho, as autoridades dos programas, os beneficiários e as partes interessadas dos estados-membros deverão promover a sensibilização para as realizações de financiamento da União e informar das mesmas o público em geral.

As atividades de transparência, comunicação e promoção da notoriedade são essenciais para a notoriedade da ação da União no terreno e deverão basear-se numa informação verdadeira, exata e atualizada.

Assim, é preciso atuar em vários segmentos, identificando o Lisboa 2030 três públicos-alvo principais:

★ BENEFICIÁRIOS E POTENCIAIS BENEFICIÁRIOS

Considerando que os fundos europeus são destinados a entidades que, manifestando o seu interesse, possam vir a apresentar candidaturas a apoios comunitários (potenciais beneficiários) bem como a entidades que fruto da informação obtida e do mérito da candidatura já têm projetos aprovados (beneficiários) considera-se que as ações de comunicação devem informar este público sobre a adequação de oportunidades de financiamento, destinando-se a aumentar o número e a qualidade dos projetos que se candidatam ao Programa. Esta será, pois, uma primeira linha de ação na área da comunicação que se mostra fundamental para que o processo de comunicação e objetivo de conseguir bons projetos se desenvolva em pleno.

★ PÚBLICO EM GERAL

Pretende-se transmitir uma perceção positiva da aplicação dos fundos europeus junto da opinião pública, disseminando o contributo dos projetos apoiados, com recurso à demonstração dos resultados concretos pois é esta a população que, quotidianamente, beneficia dos impactos da aplicação dos fundos europeus que tem ocorrido ao longo das últimas décadas.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

★ ECOSISTEMA DOS FUNDOS

Deve assegurar-se uma comunicação informativa regular junto das entidades que desempenham um papel no funcionamento dos fundos europeus (e.g. Comissão Europeia, Governo, Inspeção Geral de Finanças, Tribunal de Contas).

Este grupo inclui, também, os chamados *opinion makers* (jornalistas e comentadores) que assumem extrema importância pelo papel ativo de construção e emissão de informações e mensagens passadas aos restantes públicos.

Representando-se de outro modo podemos, também, considerar que a segmentação do público alvo pode considerar-se organizada em dois grupos: interno e externo.

Publico Interno

- Comissão Europeia
- Tutela
- Comité de Acompanhamento
- Parceiros institucionais

Publico Externo

- Beneficiários e potenciais beneficiários
- Empresas
- Autarquias
- Entidades Públicas
- Associações
- Parceiros Sociais
- Opinion makers
- Órgãos de comunicação social
- Opinião pública

|| 5. Marca Lisboa 2030



Por uma questão de continuidade e consolidação relativamente ao passado e ao trabalho realizado, procurou-se que a identidade do Lisboa 2030 não diferisse muito do que havia sido a marca do Lisboa 2020. Assim, mantem-se os conceitos subjacentes:

Quem

O Lisboa 2030 é o Programa Regional de Lisboa para o período de programação 2021-2027, reunindo a atuação dos fundos europeus estruturais e realizada em torno de cinco objetivos estratégicos da União Europeia: uma Europa mais inteligente, mais verde, mais conectada, mais social e mais próxima dos cidadãos.

O quê

O Lisboa 2030 aposta na afirmação da Região, no contexto das regiões capitais europeias, priorizando a inovação e a competitividade. Aposta também em medidas de resiliência territorial como elemento vital para a prosperidade e bem-estar, concretamente na sustentabilidade, na coesão social e no desenvolvimento urbano.

Porquê

Partindo da concretização atingida no anterior Programa (Lisboa2020), o Lisboa2030 tem como objetivo acelerar a mudança da região, com a aposta no ecossistema de inovação, na educação e capacitação das pessoas, no equilíbrio com a natureza e no apoio a infraestruturas tecnológicas. Contempla, de igual modo, a introdução de novos temas como a economia circular nos sistemas alimentares e parcerias urbanas para a coesão, numa lógica de adaptação às alterações climáticas, e pretende transformar espaços, muitos deles vazios, obsoletos e abandonados, em locais de oportunidade, criatividade e inovação, trazendo-os para dentro da vida económico-social da região.

Como

Com uma dotação global de 381 Milhões de euros, distribuída pelas seguintes prioridades:

- **Inovação e competitividade** – fortalecer a competitividade económica regional suportada no conhecimento e na inovação
- **Sustentabilidade e resiliência** – promover a transição ecológica e a resiliência climática
- **Demografia e inclusão** – promover a inclusão social e a igualdade de oportunidades
- **Desenvolvimento urbano** – Promover a mudança transformadora e a cidade de proximidade

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Para quem

- Entidades públicas e privadas que submetam projetos a financiamento
- População e entidades da Área Metropolitana de Lisboa
- População em geral
- Ecosistema dos Fundos

Também no que diz respeito às cores mantem-se a opção pela utilização das cores utilizadas anteriormente, permitindo uma consolidação da imagem institucional aos resultados obtidos no anterior Programa. As cores utilizadas têm os seguintes significados:

Azul – transmite harmonia, unidade e confiança. É também a cor associada à tecnologia e inovação;

Vermelho – transmite energia, sensação de velocidade, força, poder e calor e associa-se à transformação;

Verde – cor que se relaciona com a liberdade, esperança, natureza, crescimento, renovação e vitalidade

Esteve também presente na escolha das cores da marca, a ligação e relação institucional entre o Programa Lisboa 2030 e o Portugal 2030 permitindo, ao beneficiário, uma mais fácil identificação e harmonização entre ambos.

A conjugação de todos estes conceitos deu origem ao logotipo do Programa Regional Lisboa 2030:



Versão principal do logotipo que inclui a denominação do Programa:



PLANO DE COMUNICAÇÃO

Versões secundárias:

a) Horizontal cores:



b) Monocromático positivo | negativo:



c) Em conjugação com outras marcas:



Cofinanciado pela
União Europeia



Cofinanciado pela
União Europeia

Os Fundos Europeus mais próximos de si.

d) Em diversos comportamentos:



PLANO DE COMUNICAÇÃO



Nota: outras informações relevantes sobre a marca podem ser consultadas no Manual de Normas Gráficas disponível no website <https://lisboa.portugal2030.pt/>

|| 6. Meios e ações



Prevendo-se, na fase de arranque do Programa, uma abordagem comunicacional mais musculada serão levadas a cabo, nessa fase, ações de divulgação de maior impacto com o objetivo de informar sobre as oportunidades de financiamento, fomentando uma procura qualificada para a captação de bons projetos sem nunca esquecer de mencionar e dar relevo ao impacto dos fundos europeus na vida quotidiana dos cidadãos, organizações e territórios.

No que respeita à escolha dos meios, o Plano de Comunicação, aposta fundamentalmente nas tecnologias de comunicação digital, incorporando instrumentos de *inbound marketing*³(newsletter, social media e marketing de conteúdos⁴) todavia não são abandonados os meios, por definição, mais tradicionais, que funcionam bem quando dirigidos a determinados públicos e que se traduz na realização de eventos, seminários, workshops ou palestras nas quais nomes de referência em diversos campos do conhecimento são convidados a expor as suas ideias. O objetivo de encontros deste género deve servir para inspirar, instruir e gerar valor.

Continuar-se-á de igual modo a utilizar materiais como brochuras e material informativo em formato papel não descurando a, eventual, disponibilização em modo digital, dada a importância da partilha de informações online.

Assim, o plano de comunicação do Lisboa 2030, considera no contexto da comunicação digital os seguintes meios:

WEBSITE DO PROGRAMA – o website do Lisboa 2030 (lisboa.portugal2030.pt), encontra-se online desde 7 de junho de 2023, cumprindo assim o estabelecido no artigo 49º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho que determina que a Autoridade de Gestão assegura que, no prazo de seis meses a contar da decisão de aprovação do programa, exista um sitio web em que estejam disponíveis informações sobre os programas que são da sua responsabilidade, as quais incidam nos objetivos, atividades, possibilidades de financiamento disponíveis e realização do programa.

³ Diferente do marketing tradicional, no Inbound Marketing a organização não vai atrás de clientes, mas explora canais como mecanismos de busca, blogs e redes sociais para ser encontrada

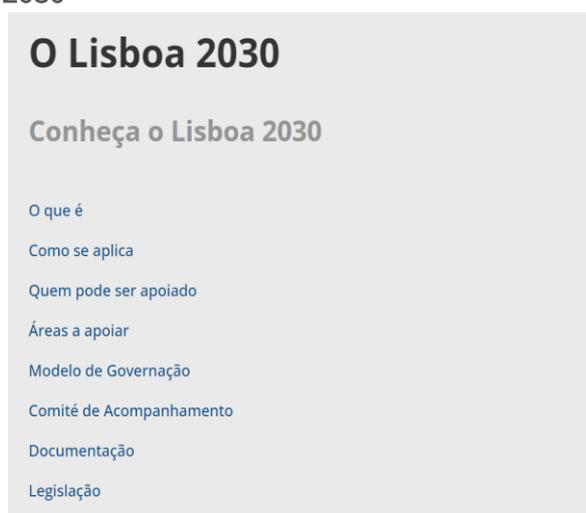
⁴ Marketing de Conteúdo é uma estratégia de atração de clientes por meio da criação de conteúdo relevante (textos, vídeos, ebooks, posts em redes sociais)

PLANO DE COMUNICAÇÃO



O site do Lisboa 2030, embora gerido de forma autónoma e com conteúdos próprios, encontra-se integrado no site do Portugal 2030. O Lisboa 2030 disponibiliza informação acerca dos objetivos, atividades, possibilidades de financiamento e realização do Programa, entre outra. A informação disponível encontra-se estruturada do seguinte modo:

▶ **O Lisboa 2030**



▶ **Avisos de concurso**

Avisos

Estado do Aviso
Aberto

Fundos
Escolha um fundo

Pesquisar

Não há avisos para esta pesquisa.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

- ▶ Área com informação relativa a **Ajuda, Eventos, Notícias e ao Portugal 2030**



- ▶ **Disponibilização de links na homepage para:**

- Portugal 2030
- Balcão dos Fundos - constitui o canal único de acesso e comunicação para os fundos europeus do Portugal 2030, centraliza os dados relevantes para beneficiários, contribuindo definitivamente para a aplicação do princípio do *only once*
- Linha dos Fundos - É também importante, na área da comunicação, tratando-se do serviço de contacto e apoio de proximidade dirigido a beneficiários e potenciais beneficiários. Consubstancia-se num ponto de acesso único de articulação do ecossistema dos fundos comunitários para responder às questões relacionados com os FEEI.

PLANO ANUAL DE AVISOS (PAA) – Encontra-se publicado no site do Lisboa 2030 (<https://lisboa.portugal2030.pt/plano-anual-de-avisos/>) o PAA do Programa de Lisboa, permitindo a cidadãos e empresas conhecer, atempadamente, quais os próximos avisos a lançar, com claras vantagens para o planeamento das atividades e investimentos dos que se pretendem candidatar a apoio dos fundos europeus. Deverá ser atualizado, pelo menos, três vezes por ano.



Plano Anual de Avisos

28
Avisos programados para os próximos 12 meses

160.282.000€
Para apoiar projetos nos próximos 12 meses

PLANO DE COMUNICAÇÃO

LISTA DE PROJETOS APROVADOS⁵ - Publicitação da listagem de operações aprovadas, com informação dos projetos selecionados para apoio e de atualização periódica (de 4 em 4 meses).

EVENTOS de lançamento/apresentação do Lisboa 2030 e de divulgação de oportunidades de financiamento.

REDES SOCIAIS que servirão como ferramentas de ampliação de mensagens que sabemos hoje serem de elevada eficácia em termos de alcance

- ◆ Facebook
- ◆ LinkedIn
- ◆ Twitter
- ◆ Youtube

NEWSLETTER E FLASH LISBOA 2030 de periodicidade mensal e Flash a publicar sempre que necessário. Para além das oportunidades de financiamento, serão divulgadas boas praticas e projetos relevantes para a região de Lisboa.

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO NOS MEDIA prevê-se que, de uma forma regular, possam existir ações tais como:

- ◆ Promoção de notícias e reportagens em meios de comunicação social nacionais ou regionais sobre projetos inovadores, financiados pelo Lisboa 2030
- ◆ Produção de artigos de opinião em órgão de comunicação social nacional ou especializado em Economia
- ◆ Comunicados e notas de agenda sobre as várias iniciativas do Lisboa 2030 – eventos ou inaugurações
- ◆ Anúncios ou spots publicitários em rádios nacionais ou locais

AÇÕES DE CAPACITAÇÃO dirigidas ao ecossistema dos fundos, aos Organismos intermédios e aos potenciais beneficiários numa ação de capacitação de parceiros e de divulgação de informação pertinente.

OPERAÇÕES DE IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA o quadro regulamentar para o período de programação 2021-2027 introduz o conceito de “Operações de Importância Estratégica”. De acordo com o artigo 46º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho (RDC), cada Estado Membro assegura a notoriedade do apoio em todas as atividades relativas a operações apoiadas pelos Fundos, concedendo especial atenção às operações de importância estratégica.

Com milhares de projetos da política de coesão financiados todos os anos em toda a Europa, as novas disposições do Regulamento supracitado visam destacar operações emblemáticas e preparar o terreno para que contem a história do programa e a contribuição da política de coesão.

Em cumprimento do estabelecido no nº 3 do artigo 22º do RDC, foi apresentado aquando da elaboração do Programa Regional uma lista de operações de importância estratégica previstas, que constam do seguinte:

⁵ Será publicitado logo que sejam aprovadas operações

PLANO DE COMUNICAÇÃO

P1: Infraestruturas Tecnológicas

Beneficiários do sistema de Inovação Regional

Dotação: 26.000.000,00€

Execução prevista de 1/1/2023 a 31/12/2027

- ▶ Posicionamento internacional da Região, em inovação e competitividade, através do aumento da intensidade tecnológica;
- ▶ Privilegiar a circulação e a transferência do conhecimento e da tecnologia, para a melhoria do desempenho da inovação das empresas, orientada para a atração e retenção de talento;
- ▶ No caso deste tipo de ação, a AG determinará o conjunto de operações de importância estratégica após a seleção das operações

P2: Mitigação das Alterações Climáticas

Beneficiários: Municípios

Dotação: 12.500.000,00€

Execução prevista de 1/1/2024 a 31/12/2025

- ▶ Reforço dos sistemas urbanos, aumentando a capacidade adaptativas dos impactes das alterações climáticas, introduzindo conhecimento e sistemas de apoio à decisão
- ▶ Reduzir a vulnerabilidade territorial, i.e, ao impacto das zonas de calor com zonas de proteção;
- ▶ No caso deste tipo de ação, a Autoridade de Gestão determinará o conjunto das ações de importância estratégica após a seleção das operações

P4: Aumentar a qualidade e diversificar a provisão de serviços – Modelo de Apoio à Vida Independente (MAVI)

Beneficiários: pessoas com deficiência ou incapacidade

Dotação: 9.500.000€

Execução prevista de 1/1/2024 a 31/12/2027

- ▶ Inclusão e integração da pessoa com deficiência ou incapacidade para a realização de atividades que esta não possa realizar por si própria;
- ▶ Inversão da tendência da institucionalização e da dependência familiar;
- ▶ No caso deste tipo de ação, a Autoridade de Gestão determinará o conjunto das operações de importância estratégica após a seleção das operações

PLANO DE COMUNICAÇÃO

P5: Parcerias para a Coesão Urbana – Hubs de revitalização urbana

Consórcios locais com Municípios

Dotação: 7.480.894,00€

Execução prevista de 1/1/2024 a 31/12/2027

- ▶ Inovação produtiva e social em contexto urbano
- ▶ Regeneração de Edifícios e de espaços urbanos envolventes para a criação de espaços de inovação e empreendedorismo, segundo os princípios Novo Bauhaus Europeu;
- ▶ No caso deste tipo de ação, a Autoridade de Gestão determinará o conjunto das operações de importância estratégica após a seleção das operações

Sempre que seja selecionada uma operação de importância estratégica, a Autoridade de Gestão informa a Comissão desse facto, no prazo de um mês, fornecendo-lhe todas as informações pertinentes sobre essa operação, cfr. nº5 do artigo 73º do RDC.

A lista de operações planeadas pode ser alterada, devendo sempre a Comissão ser informada dessa modificação.

O Comité de Acompanhamento examinará os progressos realizados na execução de operações de importância estratégica, cfr. artigo 40º, nº1, alínea g) do RDC.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

<i>Ações</i>	<i>Descrição</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Publico alvo</i>	<i>Meios</i>	<i>Calendarização</i>
1. Criação da marca	Criação da identidade visual do Lisboa 2030, sua implementação e aplicação em todos os meios de comunicação internos e externos	Conferir uma imagem uniforme ao Programa, facilmente identificável e que se seja associada a uma imagem institucional credível.	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	Todos os suportes de comunicação digitais e físicos	Implementado desde 2022
2. Criação do website do Lisboa 2030	Criação do website Lisboa 2030, permitindo a consulta através de vários dispositivos. Disponibiliza informação acerca dos objetivos do Programa, atividades, possibilidades de financiamento, avisos, calendário de avisos e realização do Programa, entre outra.	Informar sobre os apoios do Programa, disponibilizar informação necessária à apresentação de candidatura, dar a conhecer as iniciativas desenvolvidas, divulgar projetos apoiados e resultados obtidos.	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	Internet	Implementado desde junho de 2023
3. Redes sociais do Lisboa 2030	Criação da página de Facebook, LinkedIn e youtube	Divulgar os apoios disponíveis e aumentar a procura segmentada. Divulgar histórias de casos de sucesso de forma a aumentar a notoriedade e conhecimento dos apoios concedidos.	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	Internet	1º trimestre de 2024
4. Newsletter e Flash Lisboa 2030	Criação de Newsletter com periodicidade trimestral e Flash a publicar sempre que se justifique	Disponibilizar informação relevante considerando os avisos abertos ou a abrir, a promoção e divulgação de boa praticas e de projetos relevantes para a região, a evolução dos dados de	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	Internet	2º trimestre de 2024

PLANO DE COMUNICAÇÃO

<i>Ações</i>	<i>Descrição</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Publico alvo</i>	<i>Meios</i>	<i>Calendarização</i>
		execução física e financeira do Programa,			
5. Brochuras Lisboa 2030	Documento que visa apresentar de forma sucinta a informação sobre o Programa e suas prioridades.	Divulgar o Lisboa 2030 e os apoios disponíveis consolidando a imagem institucional; estimular a procura de informação mais detalhada e provocar o interesse no Programa	Beneficiários e potenciais beneficiários	Material em suporte papel, também veiculado em formato digital (site e redes sociais)	4 ^a trimestre 2023
6. Produtos promocionais	Promover a imagem do Lisboa 2030 através de diversos produtos promocionais, designadamente, blocos, esferográficas, pen's, capa para documentos e outros brindes	Consolidar a imagem corporativa do Lisboa 2030	Beneficiários e potenciais beneficiários	Material físico	4 ^o trimestre de 2023
7. Outros materiais institucionais	Roll-ups (conceito e institucional) para utilização em eventos	Consolidar a imagem corporativa do Lisboa 2031	Beneficiários e potenciais beneficiários	Material físico	4 ^o trimestre de 2023
8. Anúncios na imprensa e <i>press releases</i>	Anúncios na imprensa nacional e/ou regional relativos à divulgação do Lisboa 2030 e outros eventos considerados relevantes, bem como a divulgação de <i>press releases</i>	Aumentar a notoriedade do programa e dos apoios concedidos e aumentar a proximidade entre o Programa e o público alvo	Beneficiários, potenciais beneficiários e público em geral	Material em suporte papel veiculado, também, em formato digital.	A partir do 1 ^a trimestre de 2024
9. Sessão de lançamento do Programa	Evento de apresentação e divulgação do Lisboa 2030	Divulgar a identidade visual do Programa; promover a procura qualificada de apoios; aumentar a proximidade dos públicos-alvo; divulgar os meios de contacto com o exterior	Beneficiários, potenciais beneficiários e ecossistema dos fundos	Evento Presencial	1 ^o trimestre de 2024

PLANO DE COMUNICAÇÃO

<i>Ações</i>	<i>Descrição</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Publico alvo</i>	<i>Meios</i>	<i>Calendarização</i>
10. Seminários, conferências e workshops	Participação em eventos temáticos que visem a promoção, divulgação e transmissão de informação sobre as várias Prioridades e oportunidades de financiamento do Programa bem como dos seus resultados	Aumentar a notoriedade do programa; promover a procura qualificada e aumentar a proximidade entre o Programa e o publico alvo	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	Evento presencial ou online	a partir do 2º trimestre de 2024
11. Mostra/visita a projetos	Realização de Mostra de projetos, com enfoque nos casos de sucesso e boas praticas desenvolvidas nos projetos aprovados na Área Metropolitana de Lisboa. Pode envolver membros da CE.	Apresentar resultados sobre Programa e região reforçando e realçando o trabalho de parceria realizado entre a Autoridade de Gestão e os beneficiários; Aumentar a notoriedade e a proximidade	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	Evento Presencial	Periodicidade anual a partir de 4º trimestre de 2024
12. Material de apoio ao beneficiário	Manual de normas gráficas Lisboa 2030 e logotipos para download, Manual de normas gráficas Portugal 2020 e logotipos para download, Legislação UE aplicável e logotipo para download	Facilitar e melhorar a compreensão das regras a cumprir	Beneficiários e potenciais beneficiários	site do Lisboa 2030	Desde junho de 2023
13. Guia de informação e comunicação	Documento de informação e orientação para apoio do beneficiário ondem constem as regras e obrigações	Facilitar e melhorar a compreensão das regras a cumprir pelos beneficiários	Beneficiários	Material em suporte papel veiculado, também, em formato digital.	1º trimestre de 2024
14. E- Guias de apoio	Conceção e divulgação de eGuias de apoio ao beneficiário em diversos domínios temáticos (contratação publica, DNSH, auxílios de estado, etc.)	Facilitar e melhorar o acesso aos fundos europeus	Beneficiários e potenciais beneficiários	Material distribuído em formato digital.	1º trimestre de 2024

PLANO DE COMUNICAÇÃO

<i>Ações</i>	<i>Descrição</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Público alvo</i>	<i>Meios</i>	<i>Calendarização</i>
15. Lista de projetos aprovados	Publicitação no website Lisboa 2030 dos projetos selecionados para apoio, com atualização de 4 em 4 meses	Informação clara e transparente	Beneficiários, potenciais beneficiários e público em geral	Website do Lisboa 2030	A partir do momento em que haja projetos aprovados
16. Operações de Importância Estratégica	Assegurar a notoriedade do apoio em todas as atividades relativas a operações apoiadas pelos Fundos, concedendo especial atenção às operações de importância estratégica	Destacar operações emblemáticas e contar a história do programa e a sua contribuição para a política de coesão	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	Evento/website do Lisboa 2030/redes sociais	A partir do momento em que haja projetos aprovados
17. Divulgação do plano de avisos para apresentação de candidaturas	A Autoridade de Gestão assegura a publicação, no seu site, do plano de avisos para a apresentação de propostas. Deverá ser atualizado, pelo menos, três vezes por ano	Informação clara e transparente	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	Website do Lisboa 2030	A partir de setembro de 2023
18. Hasteamento da bandeira da União Europeia	Içar da bandeira da União Europeia, a cada dia 9 de maio, no edifício da CCDRLVT e notícia no website do Lisboa 2030	Assinalar o dia da Europa estimulando o sentido de pertença à União Europeia	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	Website do Lisboa 2030	Evento anual
19. Plano de comunicação com possíveis atualizações	Sempre que necessário, poderão ser realizadas atualizações, de acordo com a monitorização e avaliação dos seus resultados, sujeitas à aprovação do Comité de Acompanhamento.	Ajustamento do plano às necessidades	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	não aplicável	Sempre que necessário
20. Ações de Capacitação	Promover a capacitação das equipas (organismos intermédios) e dos potenciais beneficiários	Informar com respostas simples, claras e assertivas às questões que possam ser colocadas	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	presencial ou online	1º e 3º trimestre de 2024 e ao longo do período de programação

PLANO DE COMUNICAÇÃO

<i>Ações</i>	<i>Descrição</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Publico alvo</i>	<i>Meios</i>	<i>Calendarização</i>
21. Reuniões de Rede de Comunicação	Reuniões regulares entre os membros da Rede de Comunicação	Discutir, planear, articular e avaliar ações do Plano ou iniciativas conjuntas. Trocar experiências e fazer benchmarking	Membros da Rede de Comunicação (Autoridades de Gestão)	presencial ou online	Formato restrito - três vezes ao ano Formato alargado - uma vez ao ano
22. O orçamento previsto para execução do presente plano de comunicação representa cerca de 7,5% da dotação da Prioridade de Assistência Técnica do Lisboa 2030	Orçamento total indicativo: 900.000€	Dotar a autoridade de gestão de meios para a realização de ações de comunicação	Beneficiários, potenciais beneficiários, público em geral e ecossistema dos fundos	não aplicável	Distribuição indicativa por período: 2024 - 270.000,00€ 2025-2028 - 400.000,00€ 2029 - 230.000,00€

|| 7. Programação Financeira/Orçamento



A programação do orçamento teve em conta os seguintes pressupostos:

- O período de programação anterior (2014/2020) em rubricas similares e aplicando-se a devida proporção;
- O cumprimento de todas as obrigações legais da Autoridade de Gestão em matéria de comunicação;
- Capitalização de sinergias que poderão vir a ocorrer no âmbito da Rede de Comunicação

O orçamento total indicativo para execução da presente estratégia é de 900.000,00€ e representa cerca de 7,5% da dotação da Prioridade Assistência Técnica do Programa Regional de Lisboa. A distribuição indicativa por fases é a seguinte:

Fases	Período	Orçamento indicativo	
		€	%
Lançamento e divulgação	2024	270 000,00	30%
Implementação/consolidação	2025-2028	400 000,00	44%
Resultados e encerramento	2029	230 000,00	26%
Total		900 000,00	100%

Com a seguinte distribuição por anos:

Fases	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Total
Lançamento e divulgação	270 000,00						270 000,00
Implementação/consolidação		100 000,00	100 000,00	100 000,00	100 000,00		400 000,00
Resultados e encerramento						230 000,00	230 000,00
Total							900 000,00

|| 8. Monitorização e avaliação



O plano de comunicação é um documento dinâmico e flexível que poderá ser adaptado à realidade consoante os resultados da avaliação e monitorização que será feita ao longo do período de programação permitindo-se, se for o caso, corrigir trajetórias anteriormente desenhadas.

A monitorização será efetuada de forma contínua, sendo os respetivos resultados integrados anualmente no relatório de execução, utilizados para ajustar e repensar os diversos meios e técnicas disponíveis a fim e se atingirem mais eficazmente os objetivos a que o plano de comunicação se propõe:

Simplificação
Proximidade
Transparência

Para medir o retorno do investimento realizado nas ações de comunicação é necessário avaliar o seu impacto nomeadamente em termos de visibilidade (notoriedade, grau de compreensão, memorização e aceitação), conhecimento do Lisboa 2030 e do papel desempenhado pela União Europeia.

Prevê-se, de igual modo, uma avaliação qualitativa através da realização de questionários ou inquéritos de satisfação, a realizar após os eventos. No site do Lisboa 2030 poderão vir a ser colocadas no site questões sobre o Programa e o impacto dos fundos europeus na vida dos cidadãos.

Esta monitorização será efetuada em articulação com a Rede de comunicação permitindo uma análise comparativa e integrada nos objetivos e indicadores comuns.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Indicadores	Unidade	Tipo	Periodicidade
Nível de perceção sobre a contribuição dos fundos para o desenvolvimento da região	%	R e s u l t a d o	A n u a l
Nível de perceção sobre a existência de informação suficiente sobre os fundos e a sua aplicação	%		
Índice de notoriedade do Lisboa 2030	%		
noticias veiculadas	nº		
Índice de favorabilidade das noticias	nº		
Net AVE	euros		
notas de imprensa/comunicados	nº		
Anúncios institucionais	nº		
Inserções (nº de vezes que cada anúncio é publicado)	nº		
Visitantes do site Lisboa 2030	nº		
Destinatários das Newsletters	nº		
Destinatários dos flashes	nº		
Seguidores das redes sociais do Lisboa 2030	nº		
Participantes em eventos (seminários, conferências, workshops, etc)	nº		