



Plano de Comunicação do Madeira 2030

M2030_V02_20230807



Os Fundos Europeus mais próximos de si.



Programa Regional

Objetivo: Investimento no Emprego e no Crescimento

Zona elegível: Região Autónoma da Madeira da República Portuguesa

Período de programação: 2021-2027

Número do programa (CCI): 2021PTI6FFPR001

Designação do programa: Programa Regional da Madeira 2021 – 2027 (Madeira 2030)

Decisão da Comissão: C(2022) 9664 de 14.12.2022

CONTROLO DO DOCUMENTO

Versão	Data	Descrição	N. de Página
1	24.11.2023	Plano de Comunicação do Programa Regional Madeira 2030	

Elaboração: Autoridade de Gestão

Assinatura: _____

Aprovação: Autoridade de Gestão

Assinatura: _____

Índice

1. Enquadramento	6
2. Diagnóstico	7
3. Plano de Comunicação do Madeira 2030	10
3.1. Objetivos de Comunicação.....	11
3.2. Públicos.....	12
3.3. Eixos de Comunicação.....	13
3.4. Fases da Comunicação.....	15
3.5. Iniciativas de Comunicação	16
3.5.1. Operações de Importância Estratégica	22
4. Calendarização e metas	23
5. Identidade visual	24
5.1. Assinatura	25
6. Ações a implementar à escala Regional	26
7. Regras de informação e comunicação	27
8. Descrição dos materiais em formatos acessíveis a pessoas com deficiência	27
9. Os dois planos da Comunicação Portugal 2030/Madeira 2030	28
10. Monitorização e avaliação	29
11. Orçamento	30
12. Recursos Humanos e Financeiros – Indicativos	30
13. Rede de Comunicação Portugal 2030	31

Lista de Siglas e Abreviaturas

AD&C – Agência para o Desenvolvimento e Coesão

AG - Autoridade de Gestão

CA - Comité de Acompanhamento

EC – Estratégia de Comunicação

FSE+ – Fundo Social Europeu +

PEC – Plano Estratégico de Comunicação

PGA PT2030 – Plano Global de Avaliação do Portugal 2030

PGC PT 2030 – Plano Global de Comunicação do PT 2030

IDR – Instituto de Desenvolvimento Regional, IP-RAM

GOV-RAM – Governo Regional da Região Autónoma da Madeira

M14-20 – Madeira 14-20

MA2030 – Madeira 2030

PT2020 – Portugal 2020

PT2030 – Portugal 2030

1. Enquadramento

O Programa Regional da Madeira 2021 – 2027 (Madeira 2030), definido para o novo ciclo de programação da Política de Coesão no âmbito do Quadro Financeiro Plurianual 2021-2027, foi aprovado a 14 de dezembro de 2022 pela Comissão Europeia.

O Programa mobiliza um apoio global de 760 Milhões de euros dos fundos europeus, sendo 319 Milhões de euros relativos ao FSE+ e 441 Milhões de euros relativos ao FEDER.

O Madeira 2030 é o principal instrumento de operacionalização da estratégia de desenvolvimento económico, social e territorial da Região Autónoma da Madeira no horizonte 2030 e a sua macro programação reflete intervenções balizadas pelos objetivos e metas da política de coesão e pelas principais estratégias e planos setoriais regionais, assumindo um alinhamento com o Pilar Europeu dos Direitos Sociais, o Pacto Ecológico Europeu e o Novo Bauhaus Europeu.

As Prioridades definidas estão em consonância com as orientações preconizadas no Acordo de Parceria Portugal 2030, sendo mobilizados todos os Objetivos de Política (OP) da Política de Coesão:

- Uma Região + Inteligente e Competitiva;
- Uma Região + Conectada;
- Uma Região + Próxima dos Cidadãos;
- Uma Região + Verde;
- Uma Região + Social e Inclusiva.

Nos termos do artigo 7.º, n.º 1, alínea v) do Decreto Legislativo Regional n.º 15/2023/M, de 6 de abril, diploma que adapta à Região Autónoma da Madeira o Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, que estabelece o Modelo de Governação dos Fundos Europeus para o Período de Programação 2021-2027, compete à Autoridade de Gestão do Madeira 2030, elaborar e submeter para aprovação pelo respetivo comité de acompanhamento o Plano de Comunicação do Madeira 2030 e assegurar a respetiva execução, garantindo o cumprimento dos requisitos em matéria de informação e publicidade estabelecidos nos normativos europeus e nacionais aplicáveis e informando, das possibilidades proporcionadas pelos programas, potenciais beneficiários, organizações profissionais, parceiros económicos e sociais, organismos envolvidos na promoção da igualdade entre homens e mulheres e organizações não governamentais interessadas, incluindo organizações ambientais.

Para comunicar de forma eficaz o Programa e envolver os diversos intervenientes regionais na sua implementação, o Plano de Comunicação deve definir os objetivos, os públicos-alvo, as mensagens-chave, os canais e as ferramentas de comunicação, assim como os indicadores de avaliação e monitorização.

O papel da comunicação neste âmbito é estratégico e fundamental, quer para facilitar o acesso aos fundos, através da simplificação da linguagem e das mensagens, quer para garantir uma cada vez maior transparência e prestação de contas, contribuindo para a consolidação de uma opinião pública mais, e melhor, esclarecida sobre a aplicação dos fundos europeus em Portugal e em particular na Região Autónoma da Madeira.

A elaboração e implementação do Plano de Comunicação do Madeira 2030 encontra-se ainda em linha com o do Portugal 2030 e do Programa FAMI de acordo com o previsto no artigo 38.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, adaptado à Região Autónoma da Madeira pelo Decreto Legislativo Regional n.º 15/2023/M, de 6 de abril.

A estratégia de comunicação do Madeira 2030 consubstancia as linhas de orientação comuns no que à comunicação do Portugal 2030 diz respeito, decorrente de uma visão partilhada dos seus membros.

Esta estratégia garante a ligação e a consistência entre os vários níveis de comunicação – estratégico e operacional, nacional, temático e regional, assegurando a otimização de recursos e os melhores resultados em termos gerais.

2. Diagnóstico

Conforme mencionado no Plano Global de Comunicação do Portugal 2030, de acordo com o Eurobarómetro sobre “Conhecimento e perceções dos cidadãos sobre a política Regional da UE”, publicado pela Comissão Europeia em outubro de 2021, 42% dos inquiridos da amostra da população portuguesa (onde se incluí a RAM) diz já 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.

O mesmo Eurobarómetro de junho de 2019 e o de 2021 revelam a mesma tendência, 38% e 42%, respetivamente, da amostra portuguesa tinha ouvido falar de projetos apoiados por fundos europeus na sua área de residência e, desses, 78% e 76%, respetivamente, considerava os impactos desses projetos positivo nos seus territórios.

A “Sondagem Uso dos Fundos Europeus - Os fundos europeus e as políticas públicas em Portugal”, apresentada em outubro de 2021 pelo IPPS-ISCTE, refere que a maioria dos portugueses revelam um grande desconhecimento e distanciamento sobre o modo como os fundos são utilizados e que fazem um balanço moderadamente positivo do impacto dos fundos estruturais em Portugal.

Também nesta sondagem é referido que 45% dos inquiridos considera que os fundos foram mal utilizados, sendo que 62% acreditam que o principal motivo dessa má utilizados foi a falta de controlo e 56% pensa que há falta de transparência e controlo na gestão dos fundos.

O mais recente “Barómetro de Perceção Pública sobre FEEL, Portugal 2020 e Portugal 2030”, de maio de 2023, reforça esta visão, revelando-nos que, da amostra representativa da população portuguesa inquirida, 89% entende que os fundos da União Europeia têm contribuído para o desenvolvimento do país.

Destes, 32% acreditam que os fundos foram investidos em setores que estavam necessitados e 28% creem que melhoraram as condições de vida da população. No entanto, 52% acreditam que há falta de controlo e 28% julgam que há pessoas que receberam para investir e não investiram. Quanto à notoriedade do Portugal 2020 especificamente, 68% já ouviu falar e, desses, 75% tem uma opinião favorável de 3,5, numa escala de 1 a 5.

A par destes resultados, são também conhecidas as críticas apontadas à burocracia e à complexidade dos fundos europeus, conforme é revelado no inquérito de fevereiro de 2022, promovido pela Associação de Consultores, sobre o “Balanço dos Fundos Comunitários Europeus Portugal 2020”, que nos mostra que os inquiridos encontraram, em termos gerais, complexidade, baixa qualidade e morosidade em quase todos os procedimentos e serviços relativos às candidaturas do Portugal 2020, com 54% a revelar que os formulários para as candidaturas e respetivo preenchimento se mostraram ser um processo complexo, embora 33% avalie como boa a qualidade da documentação disponibilizada sobre as candidaturas e 56% considera ser razoável.

Existe, portanto, um nível de reconhecimento dos projetos apoiados por fundos europeus que pode ser melhorado, sobretudo tendo em conta que esse reconhecimento traz associado um elevado índice de perceção positiva sobre o impacto desses projetos no desenvolvimento dos territórios, e continua a persistir uma imagem negativa sobre o funcionamento e a gestão dos fundos europeus em Portugal.

Por último, para efeitos de diagnóstico, importa ter em consideração o Estudo de Avaliação Intercalar da Estratégia de Comunicação do Madeira 14-20, que estabeleceu uma Estratégia de Comunicação com objetivos claros e alinhados com a estratégia global do PT2020, conferindo-lhe relevância e coerência. No entanto, apesar da definição ajustada de objetivos e instrumentos de comunicação, identificaram-se fragilidades no alcance de metas essenciais, especialmente no envolvimento dos públicos-alvo externos ao ecossistema de atores do programa.

A relevância da estratégia foi evidenciada pela organização estruturada em 4 fases coesas, apoiadas em várias atividades de comunicação multicanal. Contudo, a eficácia de penetração em segmentos como o público em geral e potenciais beneficiários apresentou lacunas, demonstrando uma maior efetividade na comunicação com os atores mais diretamente ligados à implementação do Programa.

O PO Madeira 14-20 demonstrou uma alocação adequada e coerente dos recursos financeiros para o Plano Estratégico de Comunicação, superando as metas físicas estabelecidas, evidenciando uma gestão eficiente, sem comprometer os objetivos. Contudo, para o Madeira

2030, é crucial manter a eficiência na alocação de recursos, enquanto se reforça a qualidade e a precisão das ações de comunicação, melhorando a monitorização de forma a permitir ajustes contínuos, garantindo uma gestão mais estratégica e eficaz dos recursos destinados à comunicação.

Quanto à eficácia, a análise das ações implementadas no Madeira 14-20 revelou resultados imediatos positivos, atingindo as metas estipuladas, mas apresentou fragilidades na demonstração dos resultados esperados a longo prazo. A falta de métricas claras compromete a avaliação precisa das ações de comunicação planeadas e implementadas, necessitando de um reforço no sistema de monitorização para ajustamentos eficazes.

Os *feedbacks* dos Organismos Intermédios e Beneficiários reforçam a perceção positiva da comunicação dos Fundos Europeus, contudo, potenciais beneficiários expressaram menor otimismo. A comunicação efetiva foi intermediada por consultores, resultando numa lacuna na divulgação direta dos objetivos do programa para certos setores da população.

Para o Programa Madeira 2030, é crucial aumentar a perceção da existência de informações suficientes sobre os Fundos Europeus, tornar a informação mais acessível, clara e simplificada, promovendo uma divulgação direta aos diferentes segmentos da população. Além disso, a transparência na gestão dos fundos, simplificação dos procedimentos de candidatura, melhoria da eficácia das campanhas publicitárias e aumento da notoriedade dos projetos locais financiados são prioridades a considerar.

Identificaram-se, na avaliação em referência, aspetos positivos a reforçar, como o interesse da população nos projetos apoiados e a perceção positiva do contributo dos fundos para o desenvolvimento regional. No entanto, é fundamental corrigir a baixa notoriedade do Programa, facilitar o acesso à informação e torná-la mais compreensível para diferentes públicos.

Em termos geográficos, nas diferentes localidades, registou-se diferentes níveis de notoriedade do Programa, exigindo por isso estratégias mais específicas para alcançar e envolver as comunidades locais.

Esta avaliação fundamentada do Madeira 14-20 destacou a importância da introdução de ajustamentos, sempre que se revelem necessários, na estratégia de comunicação do Madeira 2030 para melhor atender às necessidades de informação, envolvimento e compreensão dos diferentes públicos-alvo, assegurando um impacto eficaz e abrangente a toda a Região Autónoma.

Aspetos positivos a reforçar	Aspetos negativos a corrigir
<ul style="list-style-type: none"> ○ Elevado interesse da população em conhecer o programa, projetos apoiados e ter fácil acesso a informação ○ Perceção positiva do público acerca do impacto dos projetos locais financiados pelos fundos europeus na área de residência / região autónoma. ○ Perceção positiva do público acerca da aplicação e contributo do PO Madeira 14-20 para o desenvolvimento da região. ○ População geral com qualificação de nível secundário ou superior, apresentam-se bastante interessada em conhecer o programa. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Como corrigir a baixa notoriedade e familiaridade com o programa? ○ Como tornar mais fácil encontrar informação sobre o programa? ○ Como tornar a informação mais clara e menos técnica? ○ Como promover a acessibilidade ao programa a todos os madeirenses? ○ Como disponibilizar a informação relativa aos fundos europeus e a sua aplicação? ○ Como favorecer a perceção de transparência e eficácia da gestão (boa reputação) na aplicação dos fundos? ○ Como desburocratizar e simplificar os procedimentos da candidatura na preparação, preenchimento, etc. ○ Como melhorar a eficácia da publicidade / campanhas? ○ Como melhorar a notoriedade dos projetos locais financiados pelos Fundos Europeus? ○ Os concelhos de Câmara de Lobos, Porto Moniz, São Vicente e Santana apresentam notoriedades mais baixas do que os restantes concelhos.

Fonte: Estudo de Avaliação Intercalar da Estratégia de Comunicação do Madeira 14-20, p. 53

3. Plano de Comunicação do Madeira 2030

A segmentação da comunicação do Madeira 2030 implicará concentrar o esforço de comunicação em alvos determinados, considerados favoráveis à satisfação dos seus objetivos, ocupando um lugar claro e desejável no âmbito da estratégia global de crescimento e emprego para a Região.

A imagem e a oferta de serviços e produtos em que aposta, devem contribuir para uma posição competitiva distinta e significativa.

Esta diferenciação é construída com base nos seus atributos, desempenho, estilo que adota, serviços que presta, design e marca ou imagem do Madeira 2030.

Segmentos que trazem valor ao Plano de Comunicação.

As ações de comunicação serão ajustadas às diferentes fases do Programa: primeiro, visando a mobilização de potenciais beneficiários, orientando-os para os procedimentos e requisitos de acesso e formas de apoio; depois, visando a informação sobre resultados dos apoios atribuídos, reforçando a perceção positiva dos FEEI.

Compete à Autoridade de Gestão elaborar a Estratégia de Comunicação, tendo em conta a respetiva dimensão do Programa, conforme o princípio da proporcionalidade, assegurando nesta estratégia, as medidas necessárias para comunicar e fornecer informações ao público sobre as ações apoiadas pelo Programa Regional.

Assim sendo, é da responsabilidade do Instituto de Desenvolvimento Regional, IP-RAM, enquanto Autoridade de Gestão do Madeira 2030, assegurar que as medidas de informação e comunicação sejam implementadas segundo a Estratégia de Comunicação, visando a mais ampla cobertura mediática e usando várias formas e métodos de comunicação ao nível adequado, garantindo uma ampla divulgação junto dos potenciais beneficiários e todas as partes interessadas, com informações pormenorizadas sobre o apoio financeiro dos fundos em causa.

Recorde-se que as Autoridades de Gestão são responsáveis pela elaboração dos Planos de Comunicação dos seus Programas, usufruindo cumulativamente da articulação resultante do Plano Global de Comunicação do Portugal 2030, garantindo a complementaridade, a coerência e o alinhamento entre os Planos.

Cada Plano de Comunicação é aprovado pelo respetivo Comité de Acompanhamento.

3.1. Objetivos de Comunicação

A comunicação e a notoriedade das intervenções financiadas pelos fundos europeus, constitui uma das principais formas de reforçar o seu sentido de pertença e cidadania à UE, destacando o seu papel no desenvolvimento regional e permitindo uma compreensão das suas políticas, bem como do seu contributo para o crescimento e desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Considerando as exigências de comunicação a serem satisfeitas e os públicos a quem o Programa se dirige, os principais objetivos de comunicação a serem alcançados neste período de programação são os seguintes:

Objetivos prioritários	Indicadores
Melhorar a perceção de simplificação no acesso aos fundos europeus na RAM e fomentar uma procura qualificada, reforçando uma utilização eficiente dos fundos;	% de pessoas que consideram existir informação suficiente sobre o Madeira 2030, o seu acesso e aplicação dos apoios
Aumentar a notoriedade dos fundos europeus na RAM, em particular do Madeira 2030;	Número de notícias; Alcance médio anual; Net AVE Global; Índice de favorabilidade média anual.

<p>Reforçar a perceção pública positiva sobre a aplicação dos fundos europeus na Região Autónoma da Madeira, em particular do Madeira 2030;</p>	<p>% de pessoas que consideram que os fundos têm sido razoavelmente, bem ou muito bem aplicados</p>
<p>Assegurar uma ampla divulgação dos resultados do Programa, sublinhando a importância dos fundos europeus para o desenvolvimento e coesão da RAM.</p>	<p>Número de notícias % de pessoas que consideram que os fundos têm sido razoavelmente, bem ou muito bem aplicados</p>

3.2. Públicos

As lições do passado e os resultados da Avaliação da Estratégia de Comunicação do Madeira 14-20 determinam o reforço das medidas e ações junto dos diferentes público-alvo, aspeto a melhorar relativamente ao período anterior.

Tendo em conta o diagnóstico efetuado e os seus resultados, são definidos quatro públicos a atingir:

- **Potenciais beneficiários e beneficiários**

Tendo em conta que os fundos europeus são atribuídos, mediante abertura de Avisos de concurso, e após um processo de candidaturas e respetiva seleção de projetos, as diversas entidades do setor público e tecido económico e social, serão o principal público deste plano – as entidades que são potenciais beneficiárias de fundos europeus, mas também as que usufruem destes apoios – as entidades beneficiárias, com o intuito de qualificar a procura e garantir a boa aplicação dos fundos.

Este público é caracterizado por particulares, empresas, autarquias, organismos públicos, cooperativas, associações, instituições particulares de solidariedade social, e outras entidades privadas, de todo o território nacional, com atividade nas áreas de atuação apoiadas pelo Madeira 2030.

- **População da Região Autónoma da Madeira**

A população da RAM, a quem, na essência, se destinam os fundos europeus, é um dos principais públicos a atingir, por forma a melhorar a notoriedade e o conhecimento dos fundos europeus revelada por este público, e dada a perceção insuficiente da importância que tem em relação ao Programa.

Este público é caracterizado por cidadãos de todo o território da Madeira e Porto Santo, de todas as classes.

- **Opinion makers**

Este grupo é particularmente relevante, uma vez que é simultaneamente recetor das mensagens, mas também emissor, assumindo um papel determinante na construção da opinião pública, funcionando tanto como “selecionadores” das mensagens quanto como amplificadores das mesmas.

Este público é caracterizado por jornalistas, comentadores e outros atores da vida pública, em todo o território nacional, e tendo como áreas de especialidade em destaque a economia, a sociedade, o emprego, a educação, a inclusão, o ambiente, a mobilidade, os assuntos marítimos, as migrações, entre outras.

- **Ecosistema dos Fundos - Entidades do Modelo de Governação**

Este segmento é constituído pelo conjunto das entidades que, de forma mais ou menos direta, desempenha um papel no funcionamento e gestão dos fundos europeus em Portugal, e em específico na Região Autónoma da Madeira, e para os quais é necessário assegurar uma comunicação regular.

Este público é caracterizado por entidades como a Comissão Europeia, o Governo Regional, a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira, a Inspeção Regional de Finanças, o Tribunal de Contas, os Organismos Intermédios, entre outras. A comunicação deve ser usada para promover iniciativas, projetos e ações que visam o desenvolvimento sustentável da Madeira dentro deste contexto mais amplo.

3.3. Eixos de Comunicação

Os eixos de comunicação representam os alicerces em torno dos quais é construída toda a comunicação, incluindo as mensagens e ações. Para alcançar de forma efetiva os objetivos propostos, é preciso definir os eixos de comunicação que vão sustentar a estratégia de comunicação:

Simplificação

A simplificação da linguagem e das mensagens é essencial em todas as atividades de comunicação. Muitas vezes, o uso de linguagem técnica e complexa é difícil de entender para públicos não especializados, nos fundos europeus, o que condiciona tanto o acesso quanto a compreensão sobre a sua aplicação ou gestão dos mesmos. A simplificação da linguagem, traduzindo o léxico dos fundos, e usando uma comunicação simples, clara e acessível, que ajude a entender as mensagens e os procedimentos, deve ser um eixo constante e abrangente em todas as ações de comunicação.

Também deve ser transmitida a mensagem de que o acesso ao Portugal 2030 / Madeira 2030 está mais acessível, pois foram implementados vários procedimentos de simplificação, tanto na consulta e acesso, quanto no processo de candidatura aos fundos europeus, quanto na aplicação dos mesmos. Por exemplo, divulgando amplamente todos os instrumentos existentes, como o Balcão dos Fundos e as suas várias funcionalidades, o Plano Anual de Avisos, a Linha dos Fundos com a sua variedade de canais de ajuda, entre outros.

Proximidade

O Madeira 2030 evoluiu com as lições do passado, para que os fundos europeus estejam mais perto dos cidadãos. O ecossistema dos fundos está mais acessível e pronto para auxiliar no acesso; está mais próximo dos beneficiários, orientando-os na sua trajetória de aplicação dos fundos; e, embora tenha estado sempre perto da população, quer demonstrar de forma mais evidente onde são investidos os fundos europeus na região, mostrando a variedade de apoios e os seus efeitos no território, na economia e na sociedade.

Além dos mecanismos de facilitação já mencionados, há várias iniciativas de comunicação que podem aproximar e simplificar ainda mais todo o processo, como guias de apoio, ajuda contextual, vídeos tutoriais, áreas de ajuda com respostas a perguntas frequentes, glossários, sessões de divulgação de oportunidades de financiamento, sessões de esclarecimento, entre outras, que fazem os potenciais beneficiários ou os beneficiários se sentirem sempre apoiados ao longo dos vários pontos de contato da sua jornada com os fundos europeus.

Transparência

A gestão e a aplicação dos fundos europeus na Região não é uma matéria difícil de compreender, mas um sistema altamente regulado, fiscalizado e transparente, garantindo sempre a boa *accountability*. Deve intensificar-se a comunicação da aplicação dos fundos europeus e dos seus resultados e aproveitar todas as oportunidades para se elucidar, de forma didática, o sistema de funcionamento dos fundos. Além da habitual comunicação de listas de operações aprovadas, devem encontrar-se formas regulares e inovadoras de comunicar projetos e resultados, alcançando diversos públicos, com maior abrangência e impacto.

3.4. Fases da Comunicação

1ª Fase - Divulgação do Madeira 2030

Inclui a Promoção e o Lançamento institucional do Programa, sensibilização da sociedade civil e dos restantes públicos específicos no intuito de dar a conhecer as oportunidades de financiamento e as novas funcionalidades criadas numa lógica de simplificação para acesso aos financiamentos e gestão das candidaturas. Este período deve ser acompanhado da divulgação de resultados dos projetos apoiados pelo anterior período de programação, evitando interregnos na comunicação dos resultados dos apoios.

2ª Fase – Mobilização de públicos para a captação de oportunidade de financiamento

Inclui a divulgação, consolidação e relançamento. Divulgação de períodos de candidatura ao Programa, apresentação de novas candidaturas (junto dos beneficiários e destinatários), consolidação da notoriedade da marca e seu Relançamento para refrescamento dessa notoriedade.

3ª Fase - Formação e apoio a beneficiários

Garantir a transparência na gestão da informação e a plena acessibilidade à informação, investir na capilaridade dos canais de comunicação, estabelecendo relacionamentos efetivos, eficazes e duradouros com os públicos-alvo. Chegar em tempo oportuno e de forma periódica, a audiências cada vez mais vastas, com informação que represente valor para as pessoas e que contribua, sempre que possível, para a mudança de atitude e perceção, informando os diversos públicos sobre as oportunidades de financiamento e os benefícios e resultados alcançados. Capacitar beneficiários para a gestão criteriosa e sem erro. Divulgar práticas de sucesso com potencial de disseminação e transferência, com foco nos protagonistas, sejam eles entidades ou indivíduos.

4ª Fase - Construção da perceção positiva sobre a aplicação e resultados dos fundos

Importa divulgar os resultados em função do alcance das metas e dos objetivos traçados no âmbito do Madeira 2030.

3.5. Iniciativas de Comunicação

Abaixo são listadas as ações de comunicação inseridas neste Plano, abrangentes aos vários membros da Rede de Comunicação e que, conjugadas entre si, harmonizam-se tanto ao nível territorial quanto temático, concorrendo, na sua totalidade, para as finalidades do incremento da notoriedade e do aperfeiçoamento da perceção pública acerca dos fundos europeus, mormente do Madeira 2030, dos seus Programas e do Programa FAMI.

Website Madeira 2030

A existência de um portal web único de acesso aos fundos europeus em cada Estado Membro está previsto no artigo 46.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, bem como nos artigos 11.º e 39.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro.

Este instrumento de comunicação continua a ser um dos pontos centrais de comunicação, onde são permanentemente atualizadas todas as informações relativas ao funcionamento do Portugal 2030, constituindo-se também como portal de acesso, quer aos seus Programas, quer ao Balcão dos Fundos, quer à Linha dos Fundos.

O ponto central de toda a comunicação do Portugal 2030 onde serão permanentemente atualizadas todas as informações sobre este Programa, entre notícias, lista de operações aprovadas, dados de monitorização e avaliação, divulgação de projetos apoiados, funcionando também como portal, ao fazer a ligação a todos os programas do RDC, e sendo a porta de entrada privilegiada para o Balcão dos Fundos, onde são submetidas as candidaturas, de acordo com o artigo 46.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021.

É um instrumento desenhado e pensado sobretudo para o potencial beneficiário e para o beneficiário, mas também para os *opinion makers* e para o ecossistema. Tendo em conta estes públicos e as sugestões de melhoria recebidas, o portal do Portugal 2030 introduz neste ciclo de programação a novidade do *multisite*, à qual a maioria dos Programas aderiu incluindo o Madeira 2030, e que permite oferecer ao utilizador uma navegação mais facilitada, ao disponibilizar um design e uma arquitetura de conteúdos comuns e harmonizada entre o portal do Portugal 2030 e os *websites* dos seus Programas, contribuindo, também, para o reforço da perceção da simplificação nos fundos e para a consolidação da imagem de um ecossistema uno e coerente, que funciona em interoperabilidade entre si. Para além das vantagens de navegação que oferece ao visitante, ao nível do *backoffice* fornece também economias de escala, ao permitir partilha de conteúdos, sempre ajustáveis à especificidade de cada *website*.

A este propósito importa referir que a gestão de conteúdos e edição do *multisite* do Madeira 2030 é feita integralmente pela Autoridade de Gestão (AG) do Madeira 2030.

A área de Ajuda é também uma inovação, ao ser uma área de apoio inteiramente dedicada ao beneficiário e ao potencial beneficiário, para ajudar no processo de candidatura e de execução, sendo um repositório de FAQ, com guias e vídeos tutoriais, com linguagem simples, clara e acessível, fortalecendo o eixo da simplificação e o da proximidade junto destes públicos. Serão ainda desenvolvidos outros menus, como o Portugal 2030 em Números, que será a área da transparência por excelência.

Desta forma, com a adesão ao *multisite*, encontra-se disponível desde o dia 12 de junho de 2023 um *website* dedicado ao Programa Madeira 2030, cumprindo com o disposto no ponto 1. do artigo 49.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, que determina a obrigatoriedade de lançamento do respetivo *website* no prazo de seis meses a contar da decisão de aprovação do Programa.

Redes Sociais Madeira 2030

Integradas nas redes sociais institucionais do IDR – Instituto de Desenvolvimento Regional, IP-RAM, na qualidade de Autoridade de Gestão do Madeira 2030, designadamente no *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* e *LinkedIn*, servirão de plataformas de amplificação de mensagens, nestes meios que se comprovam hoje serem de elevada eficácia e alcance.

Este é um veículo de comunicação por excelência que, por um lado dissemina a informação pertinente do momento, gerando, simultaneamente, tráfego para os restantes canais de comunicação, nomeadamente para os *websites*, e, por outro lado, serve para captar novos seguidores, aumentando a notoriedade de cada marca e reforçando o seu posicionamento junto dos seus públicos.

Os conteúdos do Madeira 2030 são sempre adequados aos públicos e ao tom de cada rede social, ajustando a seleção de notícias a veicular e a forma como são apresentadas, quer ao nível do texto quer da imagem.

Newsletter Madeira 2030

Uma forma de comunicar a informação mais relevante e útil sobre o Madeira 2030, deixado diretamente na caixa de correio dos nossos públicos, com periodicidade trimestral.

As *newsletters* podem revestir-se de diversos formatos, periodicidades e estilos, dependendo dos seus objetivos e dos públicos a que se destinam.

No caso do Madeira 2030, a *newsletter* é sobretudo dedicada ao potencial beneficiário e ao beneficiário, apresentando uma resenha trimestral das principais notícias e eventos, agregando informação útil e relevante para este público, como sendo a abertura de avisos de candidaturas, a realização de eventos, ou outras informações relevantes de carácter funcional.

Plano Anual de Avisos

Decorre do ponto 2. do artigo 49.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, bem como no artigo 39.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, a responsabilidade da Autoridade de Gestão assegurar a publicação no sítio *Web* de um calendário dos convites para a apresentação de propostas previstos, o qual deverá ser atualizado pelo menos 3 vezes ao ano.

O Plano Anual de Avisos corporiza o calendário dos convites para apresentação de propostas previstos para o ano seguinte, atualizado quadrimestralmente, a ser publicitado nos *websites* do Portugal 2030, do Programa Madeira 2030 e do Programa FAMI.

Este instrumento, especificamente dirigido aos potenciais beneficiários, permite a cidadãos e empresas conhecer, antecipadamente, 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. Trata-se de um importante instrumento de planeamento, muito mais robusto face ao passado, mais dinâmico e com uma apresentação mais amigável, que contribuirá para uma melhor informação e maior transparência e para potenciar o acesso de todos aos fundos europeus.

No caso do Madeira 2030, o plano estrutura-se em três quadrimestres, apresentando particular detalhe no primeiro quadrimestre (o seguinte à aprovação), com informação que permite caracterizar os avisos a publicar, como objetivos, enquadramento estratégico, programático e regulamentar, beneficiários, ações elegíveis, montantes associados e território abrangido.

Sendo em si um poderoso instrumento de comunicação, o Plano Anual de Avisos constitui-se também como o motor para uma série de iniciativas de divulgação e promoção ao seu redor, no momento das suas atualizações.

Lista de operações aprovadas

Nos termos do ponto 3. do artigo 49.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, bem como no artigo 39.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, a Lista de Operações Aprovadas é objeto de publicitação no portal do Portugal 2030, no *website* do Madeira 2030, e no portal Mais Transparência.

Embora a atualização obrigatória seja, pelo menos, quadrimestral, a experiência regional revela que a atualização é regra geral feita sempre em formato aberto, permitindo a pesquisa e o manuseamento de dados, o que revela a importância dada à transparência e à prestação de contas regulares.

Embora a Lista de Operações Aprovadas, com todos os seus campos obrigatórios, não seja, por si só, uma forte iniciativa de comunicação, é, sem dúvida, uma das primordiais matérias-primas para a divulgação e promoção dos projetos apoiados por fundos europeus, em prol da

transparência e para atingir uma maior proximidade junto da população portuguesa. A partir desta lista poderão desenvolver-se diversas iniciativas de comunicação, como sendo inaugurações, visitas, divulgação nos media, campanhas editoriais, entre outras.

Composição dos Comités de Acompanhamento dos Programas

Nos termos do n.º 2. do artigo 39.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, a composição dos Comités de Acompanhamento é objeto de publicitação no Portal do Portugal 2030 e no *website* do Madeira 2030.

Esta é mais uma iniciativa em prol da transparência, disponibilizando ao público a lista nominativa dos membros que acompanham a implementação do Programa Madeira 2030.

A composição do Comité de Acompanhamento do Madeira 2030 é aprovada pelo Conselho do Governo Regional, sob proposta da Autoridade de Gestão.

Guia de apoio ao beneficiário

Trata-se de uma boa prática que se perpetua de períodos de programação anteriores e que é largamente valorizada pelos beneficiários, para quem é especialmente concebida.

Após a aprovação de um projeto por fundos europeus, compete cumprir um conjunto de obrigações e responsabilidades, estabelecidas na variada regulamentação comunitária e nacional. Para auxiliar o beneficiário nesta fase, e no que concerne às obrigações de comunicação, elaborou-se o Guia de apoio ao beneficiário, que o orienta e apoia nesta área, enumerando as obrigações de comunicação, e fornecendo materiais de apoio para aplicação, reforçando a noção de simplificação e de proximidade.

Este guia consolida a área de Ajuda dos *websites* e vai sendo revisto e aprimorado, sempre que se justifique, fomentando outras ações de comunicação, como vídeos tutoriais ou sessões de esclarecimento, fortalecendo os eixos da simplificação e da proximidade.

Ações de comunicação de 'mass' media

As ações de comunicação de 'mass' media são eminentemente dirigidas ao grande público, divulgadas em canais de comunicação de alcance, regional e local, sobre os resultados de aplicação dos fundos e as oportunidades de financiamento, com linguagem clara e acessível.

É sobretudo nestas iniciativas que se aposta para atingir a população da RAM, mostrando a diversidade de projetos apoiados e os seus impactos no território, na economia e na sociedade, com o objetivo de melhorar a perceção pública sobre a aplicação dos fundos na Região Autónoma da Madeira e corrigindo perceções sobre a sua gestão e controlo.

É aqui que a lista de operações desempenha um importante papel e que as criações de conteúdos apelativos, com linguagem simples e clara, fazem a diferença na passagem da mensagem da simplificação, da transparência e da proximidade dos fundos europeus. Estas ações poderão incluir conteúdos televisivos pagos, parcerias mediáticas, eventos, ou qualquer outro tipo de campanha, que garanta um alcance significativo junto do grande público.

Eventos

Dentro desta iniciativa cabem todas as atividades de comunicação que visem, quer através de eventos presenciais, *online* ou híbridos, difundir oportunidades de financiamento, apresentar os resultados alcançados, ou divulgar outras matérias relacionadas com o Madeira 2030.

Cabem aqui eventos de apresentação do Programa, sessões de esclarecimento dirigidos a beneficiários e potenciais beneficiários, conferências de imprensa, seminários, *roadshows*, *webinars*, entre outros.

Estes eventos destinam-se aos diversos públicos, consoante os objetivos de comunicação em causa, e são sempre um bom veículo de comunicação de proximidade com os mesmos. No plano do Madeira 2030 estão previstos 4 eventos em cada ano do Programa.

Relações Públicas

Como Relações Públicas são designadas todas as ações de comunicação que visam a publicação de notícias nos *media*.

Esta atividade pretende influenciar as notícias veiculadas nos órgãos de comunicação social, e, conseqüentemente, a opinião pública que é contruída a partir destas notícias, obedecendo a estratégias especificamente desenhadas para este fim.

A favorabilidade das notícias publicadas sobre fundos europeus é maioritariamente positiva, pelo que o aumento do número de notícias, por exemplo sobre projetos apoiados ou outros conteúdos, será um bom ponto de partida para reforçar o eixo da transparência, aumentando simultaneamente a notoriedade e melhorando ainda mais a opinião positiva sobre as diversas marcas, quer junto da população portuguesa, quer junto de públicos especializados, dependendo dos conteúdos difundidos e dos meios selecionados para os divulgar.

Com este objetivo, prevê-se a realização de ações de sensibilização e de informação sobre os fundos europeus em geral e sobre o Madeira 2030, em particular, especificamente dirigidas aos Gabinetes de assessoria de imprensa do Governo Regional da Madeira.

Avaliação da performance mediática

Este instrumento de comunicação analisa, mensalmente, o desempenho mediático do Madeira 2030, o que permite aferir não só do volume de notícias publicadas, mas também em que meios é feito e com que índice de favorabilidade - se são notícias negativas ou positivas, numa escala pré-determinada.

Os resultados destas análises permitem aferir do desempenho mediático do Madeira 2030, identificando pontos fortes e fracos, a intensificar ou corrigir na agenda mediática, que, como sabemos, tem efeitos na opinião pública generalizada.

Capacitação comunicação social

Na RAM as ações de capacitação da comunicação social sobre os Fundos, são especificamente dirigidas a jornalistas de órgãos de comunicação social regionais e locais, que acompanham a aplicação dos fundos europeus nas suas diversas áreas de apoio.

O grande objetivo desta iniciativa é capacitar estes atores chave na difusão pública de mensagens quanto a temas mais complexos do funcionamento dos fundos europeus na RAM, explicando-os de forma pedagógica, e contribuindo assim para o combate à desinformação e para a construção de uma opinião pública mais esclarecida.

No Plano do Madeira 2030 está prevista uma ação por cada ano do Programa.

Capacitação key stakeholders

Estas sessões de capacitação dirigem-se aos designados atores políticos sobre os Fundos, como funcionários e responsáveis públicos que acompanham os fundos europeus.

Esta capacitação vai permitir robustecer o entendimento dos princípios de programação e dos seus objetivos, aproximando o desenho de projetos nas suas áreas aos objetivos de política definidos para o Madeira 2030, garantindo uma aplicação mais robusta e afinada deste quadro comunitário.

No Plano de Comunicação do Madeira 2030 estão previstas duas ações por cada ano do Programa.

Barómetro da perceção pública

Este barómetro é um questionário telefónico, realizado a uma amostra representativa da população portuguesa, semestralmente, para monitorizar a notoriedade, conhecimento e opinião pública sobre os fundos europeus e o Portugal 2030.

Este poderoso instrumento permite ir “sentindo o pulso” à população e ajustar as estratégias e os planos de comunicação em função dos seus resultados.

Avaliação da Comunicação

Embora a monitorização do desempenho comunicacional do Portugal 2030, dos seus Programas e do Programa FAMI seja assegurada por diversos instrumentos, a avaliação assume neste quadro um papel mais preponderante no âmbito da comunicação, ao garantir a existência de momentos de avaliação específicos sobre os diversos Planos de Comunicação, quer do Portugal 2030, quer do Madeira 2030.

Os resultados destes momentos de avaliação permitirão aferir sobre a adequação das iniciativas implementadas face aos objetivos definidos, o que possibilitará a introdução dos necessários ajustamentos aos Planos.

O Plano de Avaliação do Programa Madeira 2030 prevê a avaliação do Plano de Comunicação, a qual permitirá retirar lições e orientações que suportem a devida aplicação das medidas de comunicação, bem como a monitorização das métricas de realização e eventuais adaptações necessárias da mesma.

3.5.1. Operações de Importância Estratégica

O Regulamento das Disposições Comuns para o período de programação 2021-2027 introduz um novo procedimento comunicacional relacionado com as designadas Operações de Importância Estratégica. Estas operações caracterizam-se por terem uma natureza de aplicação sistemática, serem inovadoras, de especial relevância no contexto nacional ou regional, serem únicas/especiais, apoiarem um número elevado de destinatários e/ou terem uma dimensão financeira significativa. Pela sua importância, a Comissão entende que devem ser organizados eventos ou atividades de comunicação que assegurem a sua divulgação e promoção, envolvendo a Comissão e a autoridade de gestão responsável. Essa responsabilidade está prevista no artigo 50.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, e compete aos beneficiários. Cabendo ao Estado Membro, e à respetiva autoridade de Gestão, garantir a sua concretização. A organização destas iniciativas de comunicação serão realizadas em estreita articulação entre todos os envolvidos, e a sua ampla divulgação, junto dos cidadãos, terá um contributo significativo para alcançar os objetivos definidos neste plano, permitindo, simultaneamente, construir um portfolio de casos de sucesso do Portugal 2030 em todo o território e nas diversas áreas de atuação.

Esta iniciativa é uma das mais impactantes, na medida em que tem por objetivo atingir sobretudo a população portuguesa e os *opinion-makers*, dando ênfase ao eixo da proximidade

Indicadores e Metas das Ações de Comunicação do Madeira 2030

Ações	Métrica	Indicadores						
		Meta						
		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Websites								
Website Madeira 2030	Visitas ao site (número)	3 000	7 000	8 000	9 000	8 000	7 000	6 000
Redes Sociais								
Redes Sociais Madeira 2030	Seguidores (número)	8 921	9 104	9 294	9 484	9 674	9 864	10 054
Newsletter								
Newsletter Madeira 2030	Subscritores (número)	420	430	440	450	460	470	480
Plano Anual de Avisos								
Madeira 2030	Atualizações (número)	1	3	3	3	3	3	3
Lista de operações aprovadas								
Madeira 2030	Atualizações (número)	1	4	4	4	4	4	4
Composição dos CA dos Programas								
Madeira 2030	Publicado? (Sim=1/Não=0)	1	1	1	1	1	1	1
Guia de apoio ao beneficiário								
Madeira 2030	Publicado? (Sim=1/Não=0)	1	1	1	1	1	1	1
Ações de comunicação de mass media * (publicidade, parcerias mediáticas ou outras)								
Madeira 2030	Ações (número)	3	4	4	4	4	2	2
Eventos (divulgação de resultados e oportunidades de financiamento)								
Madeira 2030	Eventos (número)	2	4	4	4	4	2	2
Operações de Importância Estratégica								
Madeira 2030	Iniciativas (número)		2	2	2	3	1	1
Relações Públicas								
Madeira 2030	Notícias (número)	120	200	200	200	200	200	150
Avaliação da performance mediática								
Madeira 2030	Favorabilidade (de 1 a 5)	5	5	5	5	5	5	5
Capacitação comunicação social								
Madeira 2030	Ações (número)	1	1	1	1	1	1	0
Capacitação key stakeholders								
Madeira 2030	Ações (número)	1	2	2	2	2	1	1
Avaliação								
Madeira 2030	Avaliações/ estudos realizados				1	1		

5. Identidade visual

Assinatura principal:



Assinatura secundária (Horizontal):





Barra de cofinanciamento



Os Fundos Europeus mais próximos de si.



Os Fundos Europeus mais próximos de si.



Os Fundos Europeus mais próximos de si.

Esta logomarca pretende representar o propósito do Programa Madeira 2030 nos 5 pontos da sua arquitetura estratégica, concretizando-se numa forma estrelar: Inovação e Conhecimento, Qualificação de competências, Ação climática e mobilidade sustentável, Cadeias de valor regional, Emprego e inclusão.

O grafismo orgânico e dinâmico com dois tons cromáticos, inspirados nas cores da bandeira regional, destaca formas humanoides representando objetivos focados no cidadão a nível do plano de recuperação e resiliência em prol do bem-estar social, ambiental e económico. Tipograficamente o logo reflete uma solidez e clareza marcante através de uma fonte não serifada.

A Conjugação de elementos gráficos que traduzem a identidade da marca MADEIRA 2030 permite alcançar uma forma expressiva, dinâmica, orgânica, global.

5.1. Assinatura

Madeira 2030 - Os Fundos Europeus mais próximos de si.

Uma assinatura que sublinha a importância dos Fundos Europeus na vida de cada um. Não só remete para o esforço de simplificação e acessibilidade que está a ser levado a cabo no processo de acesso aos fundos e posterior acompanhamento, como também sinaliza que estão próximos de cada um, através dos projetos que são apoiados no território e nas organizações regionais, e que pontuam o dia a dia da população, ao longo de toda a sua vida.

6. Ações a implementar à escala Regional

No âmbito do Programa Madeira 2030, existem ações que, pela sua importância estratégica e cobertura regional, exigem implementação concertada de todos os operadores, envolvendo a gestão dos fundos, mas também, sempre que possível, a Representação da Comissão Europeia, dada a missão que desenvolve através do Centro *Europe Direct* na Região.

Abaixo estão elencados alguns tipos de ações a promover:

- Evento de lançamento do Madeira 2030, para apresentação da estrutura e objetivos do Programa;
- *Roadshow* “A Europa e o Madeira 2030” pelas escolas da região, no âmbito da celebração do Dia da Europa e em articulação com a Representação da Comissão Europeia em Portugal;
- *Roadshow* de projetos na Região, que complemente a grande ação anual de apresentação dos resultados do Madeira 2030, concentrando a apresentação de projetos e resultados - seminários, exposições/feiras com a participação da tutela governamental e cobertura mediática;
- Campanhas de divulgação Madeira 2030 na TV, rádio, digital e imprensa;
- Programas televisivos, com breve apresentação de conteúdos sobre o Madeira 2030 – abertura e elaboração de candidaturas, apresentação de projetos, apresentação de resultados, entrevistas e testemunhos são exemplos de conteúdos a tratar.
- *Open days* de projetos junto da população da RAM. Escolas, associações, empresários, cidadãos e outros grupos da comunidade podem percorrer um itinerário de projetos apoiados pelo Madeira 2030, retratando desta forma a aplicação dos fundos comunitários. São exemplos a empresa que organiza uma visita guiada ou a escola que partilha com a comunidade os resultados dos seus projetos;
- Angariação de beneficiários “embaixadores de comunicação”, disponíveis para partilhar o seu testemunho sobre o processo de candidaturas, obstáculos encontrados e formas de os ultrapassar. Estes embaixadores poderiam participar em seminários, workshops, dar o seu testemunho por escrito nas newsletters do IDR, IP-RAM;
- Gestão mediática de uma seleção de projetos emblemáticos nas áreas estratégicas do Madeira 2030;
- Seminários centrados na discussão dos resultados das avaliações de impacto;
- Eventos de partilha de informação entre as várias Redes do Portugal 2030, privilegiando resultados, complementaridades e sinergias.

7. Regras de informação e comunicação

A divulgação e publicitação dos apoios concedidos pelos fundos europeus é uma responsabilidade do Estado Membro, da Autoridade de Gestão e das entidades beneficiárias, conforme regulamentação da União Europeia, Nacional e Regional:

Regulamentos	Artigos
Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho	art.ºs 46.º a 50.º
Regulamento (EU) 2021/1057 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho	art.º 36.º
Decreto-Lei n.º 5/2023 da Presidência do Conselho de Ministros, de 25 de janeiro	art.ºs 29.º a 31.º
Decreto-Lei n.º 20-A/2023 da Presidência do Conselho de Ministros, de 22 de março	art.ºs 8.º, 33.º e 34.º
Decreto Legislativo Regional n.º 20/2023/M, de 15 de maio	art.º 3.º

8. Descrição dos materiais em formatos acessíveis a pessoas com deficiência

O termo “pessoas com deficiência” aplica-se a todos os indivíduos com incapacidades físicas, mentais, intelectuais ou sensoriais duradouras que, devido a várias atitudes negativas ou obstáculos físicos, podem ser impedidas de participar plenamente na sociedade.

A Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, adotada em Nova Iorque a 30 de março de 2007 surgiu com o objetivo de promover, proteger e garantir o pleno e igual gozo de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais por todas as pessoas com deficiência e promover o respeito pela sua dignidade inerente.

A 7 de maio de 2009, Portugal também aprovou a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e o respetivo Protocolo Opcional através das Resoluções da Assembleia da República n.º 56/2009 e n.º 57/2009, de 30 de julho, juntando-se aos 127 países que adotaram a referida convenção.

Trata-se de um marco histórico, representando um importante instrumento legal no reconhecimento e promoção dos direitos humanos das pessoas com deficiência e na proibição da discriminação contra estas pessoas em todas as áreas da vida, incluindo ainda previsões específicas no que respeita à reabilitação e habilitação, educação, saúde, acesso à informação, serviços públicos, etc.

O Madeira 2030 compromete-se, em articulação com a estratégia da comunicação do Portugal 2030, utilizar uma linguagem inclusiva, privilegiando a linguagem paritária e não discriminatória, a produção de formatos alternativos (exemplos da leitura fácil, do texto ampliado com símbolos, etc.), a criação de *websites* acessíveis a todos e a integração na gestão dos eventos, da verificação das condições de acessibilidade ao espaço edificado e à informação por parte de pessoas com necessidades especiais.

É exemplo a utilização de formulários de inscrição que recolham informação sobre necessidades especiais, implicando a disponibilização de apoio específico por parte da organização do evento.

9. Os dois planos da Comunicação Portugal 2030/Madeira 2030



A maximização de sinergias em matéria de comunicação e de publicitação será garantida pelo alinhamento estratégico entre todos os atores do Portugal 2030, pela cooperação em campanhas e eventos, pela concertação entre todos e pelo compromisso do trabalho em rede. A comemoração a nível nacional do Dia da Europa, garantindo a maior cobertura geográfica das ações a realizar, ou a divulgação dos sistemas de Incentivos, com campanha geral adaptada às especificidades do território em cada região, são exemplos desta cooperação.

As ações de comunicação a desenvolver nos dois planos, devem assegurar a complementaridade entre si, convergindo para fins comuns, traduzidos em metas por todos partilhadas, sem prejuízo das especificidades associadas a cada um desses planos e que podem implicar metas e/ou indicadores específicos.

A Rede de Comunicação constitui, por excelência, a instância para assegurar sistematicamente esta articulação virtuosa entre os dois planos da comunicação.

10. Monitorização e avaliação

A avaliação das ações de comunicação envolverá o Comité de Acompanhamento do Madeira 2030, devendo ser transmitida e debatida informação anual sobre os progressos realizados na execução do Plano de Comunicação do Programa e disponibilizada informação com o planeamento das ações de Comunicação a realizar no ano seguinte.

Esta monitorização será realizada pelas ações e atividades e metas e indicadores atrás propostos, de modo a informar o Comité de Acompanhamento sobre a execução dos principais resultados obtidos, mas também permitir à Autoridade de Gestão avaliar a eventual correção da trajetória dos principais objetivos constantes da estratégia de Comunicação do Programa Madeira 2030.

Por outro lado, a monitorização e avaliação, deste Plano será enquadrada pela informação global relativa à implementação do Programa e sua adequabilidade aos objetivos e indicadores de realização e impacto previstos.

Outra dimensão da monitorização e avaliação é a verificação do contributo para o Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e a adaptação aos objetivos comuns que venham a ser ponderados nos momentos de avaliação do mesmo.

A monitorização e avaliação deste plano será feita através de:

- Semestralmente serão acompanhados os indicadores das diversas iniciativas de comunicação previstas neste Plano, permitindo monitorizar a sua implementação;
- *Dashboard* da Rede de Comunicação, onde serão acompanhados os indicadores das diversas iniciativas de comunicação previstas neste Plano, permitindo monitorizar a sua implementação e contabilizar o alcance das mesmas;
- Avaliação da performance mediática, que avalia, mensalmente, o potencial mediático do Portugal 2030 e dos seus Programas, através da análise da informação veiculada na imprensa, televisão, rádio, meios online e redes sociais;
- Barómetro da perceção pública sobre Fundos Europeus, realizado semestralmente, através de um inquérito a uma amostra representativa da população portuguesa, este instrumento permite aferir qual o grau de notoriedade, conhecimento e opinião da população face aos fundos europeus em Portugal e ao Portugal 2030;
- Avaliação qualitativa, realizada em dois momentos do período de programação e que permitirá aferir da adequação do Plano e das suas iniciativas ao cumprimento dos objetivos estabelecidos.

11. Orçamento

O orçamento para a comunicação previsto no Programa Madeira 2030, é de 3 milhões de euros para todo o período de programação, conforme mapa infra, não obstante a possibilidade de ajustamentos ao longo do período de execução do Programa.

Área de Atividade	Custo Estimado	Descritivo
Digital e Online	200.000€	Monitorização, atualização do website e eventual redefinição em termos de imagem e conteúdos. Estratégia e gestão de Redes Sociais e newsletter trimestral.
Informação e Divulgação	150.000€	Sessões de divulgação, seminários, workshops.
Relações e Transparência	250.000€	Realização dos Comités de Acompanhamento, Unidades de Gestão e outras reuniões pertinentes para o programa.
Comunicação Externa	1.100.000€	Comunicação e publicidade institucional nos media, realização de eventos e demais ações de comunicação. Produção de conteúdos audiovisuais. Produção de material promocional.
Capacitação e Avaliação	400.000€	Capacitação da comunicação social e de Key Stakeholders e entidades beneficiárias do programa. Estudos em matéria de comunicação e respetiva avaliação.
Recursos Humanos	900.000€	Encargos com pessoal afeto à área da comunicação, ações de formação e especialização.

12. Recursos Humanos e Financeiros – Indicativos

A elaboração do Plano de Comunicação, assim como das respetivas revisões, é da responsabilidade da Autoridade de Gestão do Madeira 2030 e a sua execução mobiliza os seus colaboradores.

No âmbito da orgânica do Instituto de Desenvolvimento Regional, IP-RAM, a área da comunicação será composta por três colaboradores que serão responsáveis pela implementação, monitorização e avaliação do Plano de Comunicação.

Esta previsão não invalida o ajustamento dos recursos humanos afetos à situação concreta em cada momento, de modo a dar resposta adequada às exigências que se coloquem.

13. Rede de Comunicação Portugal 2030

A Rede de Comunicação Portugal 2030 é uma rede de articulação funcional que tem por objeto contribuir para o desenvolvimento de atividades de promoção da notoriedade, de transparência e de comunicação relacionadas com o apoio dos Fundos Europeus do Portugal 2030 e do FAMI, estando a sua constituição prevista no artigo 30.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, bem como no artigo 48.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021.

Compete-lhe elaborar, implementar e monitorizar o Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa FAMI e acompanhar a implementação do Roteiro para a Capacitação do Ecossistema dos Fundos da Política de Coesão para o período 2021-2027, na sua área de atuação.

A Rede de Comunicação Portugal 2030 funciona em plenário e integra, na sua formação permanente, a Agência para o Desenvolvimento e Coesão (AD&C), que coordena, as Autoridades de Gestão (AG) dos programas do Portugal 2030 e do FAMI 2030 e adicionalmente, na sua formação alargada, o Programa Espaço Atlântico, a Representação da Comissão Europeia em Portugal, o Gabinete do Parlamento Europeu em Portugal e o *country team communication officer* designado pela Comissão Europeia.

O plenário da Rede de Comunicação reúne, pelo menos, duas vezes por ano, e a sua formação alargada, pelo menos uma vez por ano.

De acordo com o disposto no artigo 48.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, cada Estado-Membro designa um coordenador de comunicação para as atividades de promoção da notoriedade, de transparência e de comunicação relacionadas com o apoio dos Fundos, nomeado ao nível do organismo de coordenação técnica que, no caso português, é a AD&C, e que coordena as medidas de comunicação e promoção da notoriedade em todos os programas, no âmbito desta Rede de Comunicação. No ponto 2 do mesmo diploma europeu está também prevista a designação, por parte de cada autoridade de gestão, de um responsável de comunicação para cada programa, listados abaixo enquanto membros efetivos de cada programa.



Ficha Técnica

Título: Plano de Comunicação do Madeira 2030

Edição: Instituto de Desenvolvimento Regional, IP-RAM

Data de Edição: novembro de 2023

Informação disponível em www.idr.madeira.gov.pt

