

# mar2020

Programa Operacional Mar 2020



Maio de 2016



## Programa Operacional Mar 2020

### ÍNDICE

I. Enquadramento.....	3
II. Objetivos da Estratégia e Públicos-Alvo.....	4
II.1 Objetivos.....	5
II.2 Para quem comunicar.....	5
Nível interno.....	5
Nível externo.....	6
II.3 Marca MAR2020.....	6
II.4 Fases de Aplicação.....	7
III. Ações de Informação e Comunicação.....	8
IV. Materiais a Disponibilizar.....	9
V. Recursos Humanos para Implementação da Estratégia.....	10
VI. Função dos Organismos Intermédios e Sinergias com o PO MAR 2020	10
VII. Sinergias entre a Estratégia da Comunicação do PO MAR2020 e do Portugal 2020.....	11
VIII. Avaliação e Monitorização.....	12
IX. Orçamento Indicativo.....	13

# PLANO DE COMUNICAÇÃO

## 2014-2020

### I. ENQUADRAMENTO

O Programa Operacional “Fundo europeu dos assuntos Marítimos e das Pescas – Programa Operacional de Portugal”, doravante designado por Programa Operacional Mar2020 (POMar2020), foi aprovado através da Decisão de Execução da Comissão C(2015) 8642 final, de 30 de novembro.

Neste período de programação (2014-2020) aprofunda-se a integração do princípio de envolvimento dos parceiros, tendo estes tido uma maior participação ao longo do processo de preparação do PO.

Cabe à Autoridade de Gestão do POMar2020, abreviadamente designada por AG, assegurar a publicidade do Programa Operacional, nos termos da alínea b) do nº1 do artigo 97º do Regulamento (UE) nº 508/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho de 15 de maio de 2014 relativo ao Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas e do artigo 119º do mesmo Regulamento.

Em termos nacionais foi constituída uma Rede de Comunicação Portugal 2020 cuja Estratégia Comum de Comunicação é a de impulsionar o desempenho e sucesso do Portugal 2020, garantindo a transparência na atribuição dos apoios e o conhecimento dos beneficiários e dos seus resultados. Esta Rede de Comunicação estabelece também a articulação funcional entre a Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I.P (AD&C) e as várias Autoridades de Gestão.

Nos termos do nº1 do artigo 79º do Decreto-Lei nº 137/2014, de 12 de setembro, que estabelece o Modelo de Governação dos FEEI, a estratégia de comunicação do Portugal 2020, que integra o plano global, os planos de cada Fundo e de cada PO e de Desenvolvimento Rural é aprovada pela Comissão Interministerial de Coordenação (CIC) Portugal 2020, sob proposta da AD&C. Neste contexto, foi aprovado, em julho de 2015, o Plano Global de Comunicação do Portugal 2020 proposto pela Agência em coordenação com a Comissão de Coordenação Nacional do FEADER e a Comissão de Coordenação do FEAMP.



Esta estratégia veio definir uma matriz comum para a comunicação no âmbito do Portugal 2020, que se refletirá no Plano de Comunicação do Mar2020. A estratégia apresentada diz respeito a um horizonte a cinco anos, independentemente dos necessários ajustamentos anuais, organizando-se nos seguintes pontos principais:

- I. Enquadramento;
- II. Objetivos da Estratégia e Públicos-Alvo;
- III. Ações de Informação e Comunicação;
- IV. Materiais a Disponibilizar;
- V. Recursos Humanos para a Implementação da Estratégia;
- VI. Descrição da Função dos Organismos Intermédios e Sinergias Comunicacionais com o PO MAR2020;
- VII. Sinergias entre a Estratégia de Comunicação do PO Mar2020 e a do Portugal;
- VIII. Avaliação da visibilidade e notoriedade do PO MAR2020, do FEAMP e da EU;
- IX. Orçamento Indicativo;

## II. OBJETIVOS DA ESTRATÉGIA E PÚBLICOS-ALVO

O presente plano de Comunicação considera a Estratégia de Comunicação do Portugal 2020 e a necessária e útil articulação com aquela, conforme estipulado no nº2 do artigo 27º do Decreto-Lei nº159/2014, de 27 de outubro.

Nos termos da legislação europeia a AG deve informar os 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, das possibilidades proporcionadas pelo programa e das regras de acesso ao respetivo financiamento. E é precisamente essa a abordagem que se pretende imprimir na fase de arranque do Programa, isto é, serão levadas a cabo ações de esclarecimento por forma a apresentar o programa e as medidas que o compõem de forma clara e transparente, assegurando uma estreita relação entre a Estado Membro e os *stakeholders*, através de organização e participação em *workshops*, seminários e outras ações de divulgação e esclarecimento.

Pretende-se implementar uma identidade/imagem do Programa promovendo uma identidade institucional e uma associação direta dos apoios do PO MAR2020 junto do público em geral. Pretende-se igualmente estimular o interesse pelos apoios disponíveis dos potenciais interessados por forma a garantir uma execução plena dos objetivos do Programa junto do público-alvo.

Para além desta fase inicial, na qual se pretendem realizar ações de apresentação do Programa e das suas Medidas, de forma clara e transparente a nível nacional, a AG deverá desencadear, ao longo do período de programação, um conjunto de ações devidamente enquadradas na estratégia em curso, com o objetivo de manter o interesse por parte do público-alvo e estimular a procura pelos apoios disponíveis junto do FEAMP.

II.1. Sumariamente, os **objetivos** que se pretende atingir são os seguintes:

- ❖ Implementar uma identidade/imagem institucional do Programa por forma a consolidar o rigor, clareza e transparência dos apoios existentes;
- ❖ Definir uma boa articulação da estratégia de comunicação da AG do MAR2020 junto das várias entidades públicas que atuam no âmbito do sector do Mar (pescas e aquicultura) potenciando uma maior coerência e clareza na mensagem a difundir;
- ❖ Fomentar uma proximidade, duradoura e credível, entre a Autoridade de Gestão e os beneficiários;
- ❖ Prestar os esclarecimentos necessários sobre os apoios disponíveis aos potenciais beneficiários, ao longo de todo o período de programação.

II.2. Para tal há que definir **com quem queremos comunicar**:

De acordo com os objetivos atrás enunciados e o público a que se destina, desencadear-se-ão ações de divulgação, quer relativas ao Programa quer relativas aos benefícios que poderão advir da utilização, pelos potenciais interessados, do Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas. Com essa divulgação pretende-se atingir não só o público em geral como também um público-alvo específico, isto é, pescadores, armadores, empresários, organizações, associações e outras Instituições tais como as Universidades e Centros de Investigação.

Com vista ao cumprimento do objetivo pelos vários potenciais beneficiários, deverão ser levadas a cabo ações de divulgação e informação quer a **nível interno** quer a **nível externo**:



- ❖ **A nível interno** serão promovidas ações de esclarecimento e formação de modo a que os agentes da Administração e Organizações coletivas (Associações, Cooperativas, etc), que mais contactam com o público possam estar aptos a responder às questões consideradas mais pertinentes pelos interessados;

- ❖ **A nível externo**

- **Destinadas ao público**: Uma grande ação de informação para o lançamento do PO, a publicação, por via eletrónica, da lista de operações financiadas, entre outras;
- **Destinadas a potenciais beneficiários**: as ações de divulgação e esclarecimento promovidas junto dos representantes e agentes de dinamização do setor (pescadores, armadores, empresários, industriais, aquicultores, associações, organizações, organismos públicos, etc) terão na fase de arranque do Programa uma grande importância tendo como objetivo captar o interesse dos agentes económicos para a realização de investimentos considerados de relevância para o Programa. Após esta 1ª fase serão, regulamente, promovidas sessões de divulgação focadas em públicos-alvo específicos (só para a comunidade científica, só para pescadores ou só para aquicultores, por exemplo) por forma a canalizar os apoios aos investimentos que se pretendem levar a cabo. Poderão, também, vir a ser apoiadas ações de divulgação que sejam promovidas por Associações ou Organizações que se entendam ser representativas do setor;
- **Destinadas a beneficiários**: os beneficiários serão informados de que a aceitação de um financiamento implica o cumprimento das regras da PCP e o consentimento da inclusão na lista das operações a publicar.

**A obrigação de divulgação junto dos cidadãos da União das realizações do FEAMP** - a AG Assegurará o cumprimento das características técnicas das medidas de informação e publicidade das operações em conformidade com o Regulamento de execução nº 763/2014 da Comissão de 11 de julho de 2014.

### **II.3. MARCA MAR2020**

A Marca MAR2020 pretende transmitir, simultaneamente, uma relação institucional e uma ligação com o Portugal 2020 (através das cores vermelha e verde) e com o Mar Português quer através da utilização da

cor azul quer através do *lettering* utilizado na primeira letra do logotipo e que é, aliás, utilizado de forma institucional em todos os Organismos Públicos relacionados com a área do Mar.



Pretende-se com a Marca MAR2020 consolidar e transmitir os valores de associação/associativismo, transparência e simplicidade.

Todos os comportamentos da Marca (em fundos de cor, fotográfico, dimensões, entre outros) virão a ser definidos no respetivo Manual de Normas Gráficas.

Pretende-se com a marca MAR2020, uma identificação das seguintes Mensagens-Chave:

- ❖ **Promover** uma pesca e uma aquicultura competitiva, ambientalmente sustentável, eficiente em termos de recursos, inovadora e baseada no conhecimento;
- ❖ **Fomentar** a execução da Política Comum das Pescas, através da melhoria e fornecimento de conhecimentos científicos e da melhoria da recolha e gestão de dados;
- ❖ **Aumentar** o emprego e a coesão territorial, através da promoção do crescimento económico, da inclusão social e da criação de empregos e prestação de apoio à empregabilidade e mobilidade laboral nas comunidades costeiras e interiores dependentes da pesca e da aquicultura;
- ❖ **Promover** a comercialização e a transformação, através da melhoria da organização do mercado dos produtos da pesca e da aquicultura;
- ❖ **Fomentar** a execução da Política Marítima Integrada.

#### II.4. FASES DA COMUNICAÇÃO

Como já referido teremos uma fase de arranque na qual as ações de divulgação deverão dar especial relevância à divulgação da informação específica relativa aos apoios geridos pelo MAR20202 e à



clarificação de eventuais dúvidas que os agentes envolvidos (público interno e externo) possam ter. As oportunidades provenientes do MAR2020 deverão, assim, chegar a todos os intervenientes de forma a assegurar igualdade e transparência no acesso aos apoios. Este ritmo deverá ser mantido ao longo de 2016 e 2017. Serão igualmente divulgados ao longo deste período, de forma sistemática, todos os apoios que entretanto sejam decididos e aprovados pela AG do MAR2020 no âmbito dos concursos que vão sendo lançados.

Nos anos 2018/2020, dar-se-á maior ênfase, essencialmente, à divulgação dos resultados obtidos bem como à manutenção/alteração das estratégias atendendo aos objetivos de investimento que se pretendem vir a potenciar. Pretende-se, neste período, continuar a granjear novos beneficiários com interesse para o setor bem como apoiar os já existentes quer no âmbito de operações já aprovadas quer na apresentação de novos investimentos.

### III. AÇÕES DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Com vista a possibilitar um maior conhecimento e facilitar a acessibilidade por parte de todos os potenciais interessados aos apoios disponíveis, é definida uma estratégia de comunicação que engloba várias ações que recorrem a diversas ferramentas de comunicação, entre as quais um maior destaque para o formato eletrónico. Essas ações traduzir-se-ão, nomeadamente, através de:

- ❖ Consolidação da imagem institucional do MAR2020;
- ❖ Realização de uma grande sessão para publicitar o lançamento do MAR2020;
- ❖ Desenvolvimento do site do MAR2020 ([www.mar2020.pt](http://www.mar2020.pt)) por forma a permitir a consulta, por diversos dispositivos, da informação existente e que se pretende objetiva, clara e devidamente atualizada. No site, deverá constar, entre outras informações, os respetivos regimes de apoio, a forma de apresentação de candidaturas, os avisos, as obrigações em matéria de informação e comunicação. O site do MAR2020 terá ligações a várias outras páginas, nomeadamente da DGRM, com informação pertinente ao Programa;
- ❖ Divulgação aos beneficiários potenciais das condições de elegibilidade, admissibilidade, critérios de seleção, forma e pontos de contacto com a administração e a exigência de informação ao público sobre o objetivo da operação e o apoio público atribuído;
- ❖ Apresentação de exemplos de operações no sítio web;
- ❖ Apresentação de uma síntese das intervenções em matéria de inovação e ecoinovação numa secção específica do sítio web;



- ❖ Atualização das informações sobre a execução do PO, incluindo as suas principais realizações, através do sítio web;
- ❖ Desenvolvimento de ferramentas de comunicação eletrónica (Facebook, LinkedIn, Twitter);
- ❖ Produção e edição de uma Newsletter de caráter regular, onde será disseminada a informação mais relevante, com o objetivo de divulgar os apoios financiados e os ainda disponíveis dando, sempre que possível, exemplos de boas práticas. O acesso será via *e-mail* e disponível a todos os interessados;
- ❖ Assegurar a divulgação ao público, através do sítio web, de um resumo das medidas destinadas a garantir o cumprimento da PCP, incluindo as medidas corretivas em casos de incumprimento, bem como das correções financeiras;
- ❖ Publicitação da lista de beneficiários, utilizando para o efeito, as ferramentas eletrónicas de comunicação a atualizar semestralmente;
- ❖ Participação em feiras, seminários, conferências e outros eventos ligados ao setor;
- ❖ Realização de ações anuais de divulgação e apresentação da execução do Programa, com destaque para a apresentação de projetos e de boas práticas, nas regiões abrangidas pelo PO MAR2020, estimulando a procura de apoios e a troca de informação;
- ❖ Divulgação no *síte* de notícias sobre projetos apoiados, em colaboração com os beneficiários;
- ❖ Estabelecimento de relação direta com os beneficiários que se traduz no esclarecimento, por parte da AG, de questões e dúvidas colocadas pelos interessados. Algumas destas questões/respostas serão colocadas no *síte* sob a forma de FAQ (*Frequently Asked Questions*);
- ❖ Promover uma Grande Sessão de Encerramento do Programa, na qual será feito o balanço final do PO MAR2020 e dos seus resultados. Para essa sessão, poderão ser convidados os beneficiários das operações que mais se destacaram no MAR2020;
- ❖ Hasteamento da Bandeira da União Europeia no dia 9 de maio (dia da Europa)

#### IV. MATERIAIS A DISPONIBILIZAR

No que respeita à opção pelos meios de divulgação, o Plano de Comunicação do PO MAR 2020 atribui a primazia às ferramentas de comunicação digital considerando de igual forma algumas técnicas de “*Inbound Marketing*” (técnica utilizada para atrair potenciais beneficiários em vez de os “puxar”, tais como a subscrição da newsletter digital ou *tags* de conteúdos para motores de busca). Todavia, não são descurados os meios mais tradicionais como eventos, elaboração de

brochuras e *flyers* e outros materiais informativos em formato papel e não só. Em suma, os meios e materiais a disponibilizar serão, entre outros:

- ❖ *Site* do PO MAR2020;
- ❖ *Newsletter* do PO MAR2020;
- ❖ Presença nas redes sociais (exemplo: Facebook, LinkedIn ou Twitter, entre outros)
- ❖ Brochuras;
- ❖ *Flyers*;
- ❖ Guias de Orientação / Orientações Técnicas;
- ❖ Merchandising diverso (agendas, blocos de notas, canetas, *pen drives*, polos ou *sweatshirts*, bonés, capas para *tablet*, etc);
- ❖ Ações de informação na imprensa escrita;
- ❖ Anúncios na rádio e na televisão.

## V. RECURSOS HUMANOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA

O organismo administrativo responsável pela aplicação das medidas de informação e publicidade do PO MAR2020 é o Secretariado Técnico da Autoridade de Gestão do MAR2020. A área de comunicação da AG será constituída por um Coordenador e dois técnicos, todos a tempo parcial.

## VI. FUNÇÃO DOS ORGANISMOS INTERMÉDIOS E SINERGIAS COMUNICACIONAIS COM MAR2020

A AG e outras entidades envolvidas no sistema de gestão, execução, acompanhamento e controlo do PO, nomeadamente os organismos intermédios, asseguram a divulgação do Programa Operacional a nível nacional ou regional, disponibilizando materiais de suporte às partes interessadas em participar nesta divulgação.



## VII. SINERGIAS ENTRE A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO MAR2020 E A DO PORTUGAL 2020

O PO MAR2020 irá beneficiar das sinergias estabelecidas pela Rede de Comunicação Portugal 2020, que integra os responsáveis de todos os Programas Operacionais que gerem os FEEI em Portugal (Temáticos, Regionais, Regiões Autónomas, PDR e PO MAR 2020).

Assim, as sinergias em matéria de comunicação e de publicitação serão garantidas pelo alinhamento das estratégias de comunicação do Portugal 2020 e dos diferentes Programas, pela cooperação entre eventos e pelo trabalho realizado no âmbito da rede.



## VIII. Avaliação e Monitorização

O plano de divulgação pretende ser um instrumento flexível e dinâmico, pelo que será objeto de contínua monitorização utilizando, para o efeito, um conjunto de indicadores quer quantitativos quer qualitativos.

Esta monitorização será efetuada de forma contínua ao longo da vigência do PO MAR2020, sendo os resultados, incorporados nos respetivos relatórios de execução anual.

Por forma a aferir do retorno do investimento feito nas ações de comunicação é necessário avaliar o impacto das mesmas, nomeadamente em termos de visibilidade (notoriedade, grau de compreensão, memorização e aceitação) e do conhecimento do PO MAR2020 bem como do papel desempenhado pela União Europeia. Esses dados permitir-nos-ão, de igual modo, afinar a estratégia ao longo do período de programação.

Para além da avaliação através de métodos quantitativos (baseados, essencialmente, em estatísticas) a monitorização será também efetuada com recurso a métodos qualitativos, envolvendo a realização de questionários, designadamente inquéritos de satisfação aos participantes nos vários eventos. Também nos anos 2018/2019 deverá ser realizada uma sondagem de opinião dirigida quer aos beneficiários quer ao público em geral no sentido de aferir qual o grau de conhecimento e acessibilidade ao PO MAR2020.



Indicadores	Tipo	Unidade de Medida	Periodicidade
Nível de perceção sobre a contribuição do FEAMP para o desenvolvimento do setor	Resultado	%	2018 e 2019
Nível de perceção sobre a existência de informação suficiente sobre o FEAMP e sua aplicação	Resultado	%	2018 e 2019
Índice de notoriedade do PO MAR 2020	Resultado	%	2018 e 2019
Nº de notícias veiculadas	Realização	nº	Anual
Nº de visitantes do site MAR2020	Resultado	nº	Anual
Nº de destinatários da newsletter	Realização	nº	Anual
Nº de participantes nos eventos	Realização	nº	Anual

## IX. ORÇAMENTO INDICATIVO

Por forma a garantir os objetivos propostos na presente Estratégia prevê-se uma dotação indicativa de 1,2 Milhões de euros, que representa cerca de 4% do total da Despesa Pública alocada à Assistência Técnica do PO MAR2020.