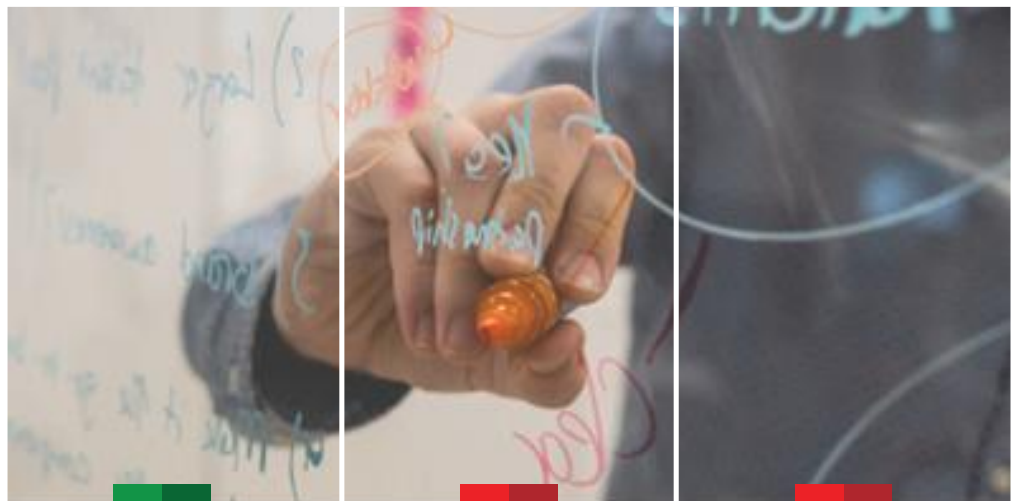




Estratégia e Plano de Comunicação



Ficha técnica

Título Estratégia e Plano de Comunicação do PAT 2030

Edição Programa de Assistência Técnica 2030
Avenida 5 de Outubro, n.º 153, piso 9
1050-053 Lisboa
Telefone: +351 218 814 000
pat.portugal2030.pt | portugal2030.pt

Versão	Data de Aprovação	Descrição
1	20/11/2023	Aprovado na reunião n.º 3 do Comité de Acompanhamento.

Índice geral

1. INTRODUÇÃO.....	4
2. DIAGNÓSTICO	6
3. SINERGIAS ENTRE A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO PAT 2030 E DO PORTUGAL 2030.....	8
4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	9
5. A MARCA PAT 2030	11
6. PLANO DE COMUNICAÇÃO	13
6.1. OBJETIVOS OPERACIONAIS	13
6.2. PÚBLICO-ALVO	14
6.3. INICIATIVAS DE COMUNICAÇÃO	15
6.4. AÇÕES E ATIVIDADES	18
7. MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO	25
8. RECURSOS HUMANOS E FINANCEIROS INDICATIVOS.....	26

1. Introdução

O Regulamento (EU) nº1023/2023, do Parlamento Europeu e do Conselho destaca o papel crucial da comunicação, sublinhando a importância de dar a conhecer as realizações dos Fundos da União Europeia ao público em geral, bem como os objetivos da política de coesão. Os cidadãos têm o direito de saber de que forma os recursos financeiros da União são investidos, pelo que releva a importância dos mecanismos de transparência, notoriedade e comunicação dos apoios disponíveis e dos apoios atribuídos.

A Estratégia e Plano de Comunicação do Programa de Assistência Técnica 2030 (PAT 2030¹) atribui particular relevância à dimensão de comunicação e informação aos destinatários do Fundos, atenta a sua natureza particular no âmbito do Portugal 2030. O PAT 2030 para além da responsabilidade em matéria de comunicação interna e externa do Programa, ao assumir o suporte às funções transversais de coordenação global da aplicação dos Fundos Europeus e do respetivo sistema de gestão e controlo, acompanhamento, avaliação e comunicação do conjunto dos programas, tem, igualmente, impacto direto no desenvolvimento e implementação do Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa FAMI 2030.

O PAT 2030 assume ainda um papel de relevo no objetivo de desenvolvimento da capacitação institucional necessária a facilitar o processo de definição, acompanhamento e avaliação das políticas públicas, incluindo o contributo para uma melhor eficácia, eficiência e transparência na utilização dos Fundos (Roteiro para a Capacitação do ecossistema dos fundos da Política de Coesão para o período 2021-2027), cujo projeto âncora n.º 6 está focado no “Programa de comunicação e visibilidade externa”.

Com base neste propósito, o PAT 2030 é implementado em torno de 5 tipologias de ação:

1. Funcionamento dos sistemas e das estruturas de coordenação, gestão, controlo e auditoria, monitorização e avaliação;
2. Sistemas de Informação do PT2030;
3. Segurança dos sistemas de gestão e de controlo;
4. Informação e comunicação do PT2030 e dos Fundos associados;
5. Capacitação do ecossistema dos fundos, incluindo organizações responsáveis pela definição e avaliação das políticas públicas e aumentar a capacidade de atuação dos beneficiários.

A Estratégia e Plano de Comunicação do PAT 2030 assume-se como um instrumento de intervenção dinâmico e mobilizador de todos os parceiros e atores, internos e externos, na missão de responder a um conjunto de novos desafios e tendências de transformação económicas e sociais.

A presente Estratégia e Plano de Comunicação configura um plano que apresenta os objetivos a atingir com as medidas de informação e publicidade e uma primeira versão do planeamento plurianual das ações a desenvolver, bem como as formas de atuação para assegurar a monitorização e avaliação das ações realizadas durante o período de programação do PAT 2030 (2021-2027).

Assumindo o Programa, em simultâneo com uma maior ambição do Portugal 2030, novos desafios e aprofundamento da sua ação junto dos atores do ecossistema dos fundos europeus, a presente Estratégia e Plano será articulada com as principais linhas do Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do

¹ O Programa de Assistência Técnica 2030 (PAT 2030) foi aprovado pela decisão de execução de 14 de dezembro de 2022 CC 2021PT16RFTA001, e tem um período de implementação entre 1 de janeiro de 2021 e 31 de dezembro de 2027.

Programa FAMI 2030, elaborado pela AD&C em articulação com as Autoridades de Gestão no âmbito da Rede de Comunicação, a ser aprovada pela CIC Portugal 2030 no último trimestre de 2023.

A Estratégia e Plano de Comunicação do PAT 2030 aplica-se ao período de execução do Programa, 2021-2027, e será objeto dos ajustes necessários decorrentes do acompanhamento e resultados da avaliação à sua implementação. A Estratégia e Plano serão objeto de discussão, melhoria e aprovação no âmbito do Comité de Acompanhamento do Programa, e foca-se nos seguintes pontos principais:

- As estratégias de segmentação e posicionamento do PAT 2030;
- A marca PAT 2030;
- A estratégia de comunicação para beneficiários, potenciais beneficiários e público em geral, designadamente:
 - ✓ As prioridades de comunicação e as ações de comunicação de largo espectro implementadas à escala nacional;
 - ✓ As medidas destinadas a informar os potenciais beneficiários sobre as oportunidades de financiamento e a forma de tornar a informação acessível aos cidadãos;
 - ✓ Formas para maximizar sinergias em matéria de comunicação e de publicitação entre Programas;
 - ✓ A equipa técnica que vai desenvolver e aplicar a estratégia.

Sendo um instrumento que se pretende dinâmico, as ações que operacionalizam a Estratégia de Comunicação do PAT 2030 serão objeto dos necessários ajustamentos e aprofundamento de modo a manter a coerência, com o Plano Global de Comunicação do Portugal 2030, com o contexto real da implementação do PAT 2030 e com os contributos do Comité de Acompanhamento, através das posteriores revisões que se considerarem pertinentes.

2. Diagnóstico

De acordo com o Eurobarómetro sobre “Conhecimento e perceções dos cidadãos sobre a política Regional da EU”, publicado pela Comissão Europeia em outubro de 2021, 42% dos inquiridos da amostra da população portuguesa 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 revelava a mesma tendência- 38% da amostra portuguesa tinha ouvido falar de projetos apoiados por fundos europeus na sua área de residência e desses 78% 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, conclui 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 utilização foi a falta de controlo e 56% pensa que há falta de transparência e controlo na gestão dos fundos.

Existe, portanto, um nível de reconhecimento dos projetos apoiados por fundos europeus que pode ser melhorado, sobretudo tendo em conta de que Portugal tem vindo a ser dos Estados Membros com maiores envelopes financeiros de apoios europeus, e que esse reconhecimento traz associado um elevado índice de perceção positiva sobre o impacto desses projetos apoiados no desenvolvimento dos territórios.

Persiste também uma perceção incorreta sobre o funcionamento e a gestão dos fundos europeus em Portugal, que pode resultar de casos de fraude no passado e/ou casos mais recentes, mas pontuais, que contaminam a imagem da gestão dos fundos, sem correspondência à realidade, uma vez que Portugal tem um nível de fraude com fundos comunitário abaixo da média europeia e conta com um apertado sistema de controlo ao nível nacional e europeu.

A par destas conclusões, são também sobejamente conhecidas as críticas relacionadas com a burocracia e a complexidade dos processos de acesso aos fundos europeus, conforme é revelado no mais recente inquérito, realizado em fevereiro de 2022, pela Associação de Consultores, sobre o “Balanço dos Fundos Comunitários Europeus Portugal 2020”, que refere que os inquiridos encontram, 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.

Também os resultados e as recomendações decorrentes do exercício de avaliação intercalar do Programa Operacional de Assistência Técnica (POAT 2020), permitiram evidenciar alguns dos principais desafios que se colocam à implementação do esforço de comunicação do PAT 2030, ao apontarem para as necessidades de:

- aprofundar a comunicação e difusão do conhecimento sobre boas práticas e os resultados das políticas estruturais;
- colmatar o desconhecimento que subsiste sobre a dimensão e a importância das políticas estruturais no quotidiano dos cidadãos;

- promover um maior reconhecimento e valorização do papel da União Europeia enquanto fonte de financiamento das operações;
- melhorar os canais e a clareza da comunicação em que assenta a interação com os beneficiários e os cidadãos em geral.

Nesta linha o PAT 2030 visa adotar um modelo comunicacional que tenha em conta as orientações decorrentes de experiências passadas e pautar-se pelos princípios orientadores da comunicação do Portugal 2030, apoiado na **Concretização** (divulgação de projetos já executados ou em execução), na **Personalização** (foco nos protagonistas, sejam eles projetos ou indivíduos) e nos **Resultados** (benefícios para os cidadãos e territórios). A expectativa é de que a sua estratégia de comunicação contribua para uma perceção positiva da aplicação dos fundos da União Europeia em Portugal.

Refira-se ainda que a Estratégia e Plano de Comunicação do PAT 2030, associada à sua natureza particular no Portugal 2030, incorpora as necessidades de notoriedade, transparência e comunicação junto dos seus destinatários e beneficiários, assim como dos do Portugal 2030, ao apoiar a implementação do Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa FAMI 2030.

3. Sinergias entre a Estratégia de Comunicação do PAT 2030 e do Portugal 2030

A estratégia de Comunicação do PAT 2030 é marcada pela estratégia de comunicação do Portugal 2030 e pelo seu enfoque transversal a todos os programas do Portugal 2030, assumindo-se como fator positivo e potenciador de todas sinergias e complementaridades estabelecidas na Rede de Comunicação do Portugal 2030, da qual o PAT 2030 faz parte, juntamente com todos os restantes programas temáticos e regionais.

O perfil de intervenção desta Rede estará patente no Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa FAMI 2030, documento a ser aprovado pela Comissão Interministerial de Coordenação do Portugal 2030, que prevê a realização de um conjunto de ações de comunicação transversais nas quais o PAT 2030 participará ativamente, nomeadamente para efeitos de criação de conteúdos de comunicação, disponibilização de informação e participação em ações conjuntas, constantes da estratégia de comunicação aprovada.

A maximização de parcerias em matéria de comunicação e de publicitação será garantida pelo alinhamento das estratégias de comunicação do Portugal 2030 e dos diferentes programas, pela cooperação em campanhas e eventos, pela concertação entre todos os programas e pelo compromisso do trabalho em rede. Pretende-se que as ações de comunicação a desenvolver nos diversos planos de ação assegurem 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 do Portugal 2030 constitui, por excelência, a instância que assegura sistematicamente esta articulação virtuosa.

Neste contexto, e sem prejuízo do ajustamento de iniciativas que se venham a revelar prioritárias com a implementação dos programas, prevê-se a participação do PAT 2030 nas ações de comunicação do Portugal 2030 nomeadamente em ações dirigidas a formar e informar beneficiários, potenciais beneficiários e o público em geral, a divulgar casos de sucesso e a monitorizar e avaliar a estratégia de comunicação

4. Objetivos Estratégicos

A aposta na comunicação dos fundos europeus concedidos é reforçada, no período 2021-2027, por via da regulamentação comunitária e nacional, que confere um maior grau de responsabilidade às Autoridades de Gestão e aos Comitês de Acompanhamento dos programas, nos domínios da comunicação e da informação.

Consciente e comprometida com essa responsabilidade, a Autoridade de Gestão do PAT 2030, elaborou a Estratégia e Plano de Comunicação do PAT 2030 com o intuito de privilegiar uma lógica abrangente, mas incisiva, capaz de permitir uma difusão tão alargada quanto possível dos seus mecanismos de informação e divulgação, através de um conjunto diversificado de ferramentas e meios de comunicação, visando a mais ampla cobertura mediática e usando várias formas e métodos de comunicação. Pretende-se desta forma aumentar a perceção positiva da aplicação dos Fundos Europeus aplicados em Portugal, junto dos beneficiários e destinatários diretos, do público em geral, nomeadamente das camadas mais jovens, dos órgãos de governação e de soberania, da comunicação social e *opinion makers*, dos parceiros económicos e sociais e dos organismos relevantes da sociedade civil, dos centros de informação na Europa e da representação da Comissão Europeia em Portugal.

Sempre apoiada numa base comum de contribuir para a perceção positiva da aplicação dos fundos da União Europeia em Portugal e dos seus efeitos no crescimento económico e social do país, são estes os objetivos estratégicos para o Plano de Comunicação do Programa de Assistência Técnica para o período 2021-2027:

- a) Contribuir para a boa reputação da aplicação dos Fundos Europeus do Portugal 2030 em geral e do PAT 2030 em particular;
- b) Aumentar a perceção do público em geral sobre o contributo do PAT 2030 para a valorização do território;
- c) Proporcionar uma boa acessibilidade ao Programa, por via da criação de instrumentos facilitadores da comunicação junto dos diversos públicos-alvo;
- d) Tornar apelativos os suportes informativos do Programa, facilitando a interação entre a Autoridade de Gestão e os públicos-alvo, privilegiando uma comunicação sem barreiras, a simplificação de procedimentos, a desmaterialização e a transparência na gestão;
- e) Estabelecer uma boa articulação estratégica com a gestão da comunicação do Portugal 2030.

Para melhor atingir os objetivos a que se propõe, a Estratégia e Plano de Comunicação do PAT 2030 assenta nos seguintes eixos de comunicação:

Simplificação

- Simplificar os processos de acesso aos fundos europeus;
- Simplificar a linguagem, descodificando o jargão dos fundos, com uma linguagem simples, clara e acessível, facilitando a compreensão das mensagens e dos procedimentos.

Proximidade

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

Transparência

- Reforçar as ações de divulgação dos resultados das operações apoiadas e a notoriedade e transparência dos apoios e ações dinamizadas pelo Programa, incluindo indicadores e política de dados abertos;
- Colaborar com a AD&C no âmbito da execução do Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa FAMI 2030, nomeadamente na divulgação alargada onde são aplicados os fundos europeus e do impacto que têm na vida das pessoas, dos territórios e das organizações.

5. A Marca PAT 2030

A marca PAT 2030 pretende dar identidade ao Programa de Assistência Técnica, no âmbito do Portugal 2030.

É financiado pelo FEDER, tem abrangência nacional e é o suporte instrumental para o desenvolvimento eficaz e eficiente da estratégia global definida para a implementação do Portugal 2030, disponibilizando o apoio necessário à implementação das funções transversais dos sistemas e estruturas de coordenação, acompanhamento, avaliação, controlo e comunicação.

Dá ainda especial ênfase ao objetivo de desenvolvimento da capacitação institucional necessária a facilitar o processo de definição, acompanhamento e avaliação das políticas públicas, incluindo o contributo para uma melhor eficácia, eficiência e transparência na utilização dos Fundos (“Roteiro para a Capacitação do ecossistema dos fundos da Política de Coesão para o período 2021-2027”).

O logótipo, foi desenhado para o novo quadro financeiro plurianual 2021-27, alinhado graficamente à marca Portugal 2030, com o intuito de uniformização visual das diversas marcas.

O logótipo é representado pelas letras “PAT”, identificadoras da designação “Programa Assistência Técnica” com efeitos na aplicação da cor e com os números 2030 com as cores da bandeira nacional.

O logótipo foi desenvolvido no posicionamento horizontal.

A aplicação do logótipo poderá ser enriquecida com o lema “Os Fundos Europeus mais próximos de si.” Na cor azul e posicionado na parte inferior.

 PAT Programa Assistência Técnica 2030 PAT Programa Assistência Técnica 2030

Os Fundos Europeus mais próximos de si.

A versão negativa deve ser aplicada em fundos escuros, quando não seja possível a utilização da versão cromática de forma adequada.



A versão original do logótipo funciona com outras marcas, como por exemplo, na barra de cofinanciamento do Programa de Assistência Técnica, aos quais se lhe juntam os logótipos do Portugal 2030 e da União Europeia.



Cofinanciado pela União Europeia

Os Fundos Europeus mais próximos de si.

No *website* do PAT 2030, está disponível o Manual de Normas Gráficas onde se explicita os elementos inerentes à marca PAT 2030, bem como as especificações detalhadas sobre a forma de os usar, sendo o ponto de partida para a correta aplicação e entendimento do conceito e integridade da marca.

6. Plano de Comunicação

O Plano de Comunicação do PAT 2030 pretende contribuir para a **implementação com eficácia, simplicidade, robustez e transparência do Programa**, assim como para a execução do Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa FAMI 2030 e do Roteiro para a Capacitação. O Plano de Comunicação identifica e detalha as atividades e ações que permitem concretizar a Estratégia de Comunicação.

6.1. Objetivos Operacionais

O Plano de Comunicação, em alinhamento com os objetivos da Estratégia, visa o processo de lançamento e implementação do PAT 2030, culminando nos resultados e impactes estabelecidos no quadro dos desafios e estratégia nacional, dando especial enfoque aos seguintes objetivos:

- Implementar e desenvolver a marca PAT 2030, criando uma identidade enquanto Programa integrado no Portugal 2030;
- Desenvolver e disponibilizar informação que impulse a utilização dos apoios à disposição dos respetivos públicos-alvo, e que potencialize o cumprimento dos objetivos do Programa;
- Criar uma conexão com os valores inerente ao Programa, Rigor, inovação, confiança, ética e integridade.
- Contribuir para a coordenação e complementaridade entre os diferentes canais de divulgação do PAT 2030, e em articulação com os do Portugal 2030, participar nos esforços de qualificação da visibilidade pública da aplicação dos Fundos Europeus;
- Incrementar uma relação de reconhecimento e notoriedade junto quer dos beneficiários do PAT 2030, quer do público em geral, reforçando a importância da União Europeia e dos Fundos.

Os objetivos do Plano compreendem, pelas razões antes explicitadas, os objetivos da Estratégia do Portugal 2030 que de forma sintética se apresentam.

Projetar uma imagem de excelência do PAT 2030, bem como do próprio Portugal 2030, contribuindo para o alcance das suas metas e estratégias, gerando simultaneamente uma perceção positiva da população em relação aos Fundos e à União Europeia.

Os objetivos prioritários são apresentados na tabela seguinte.

Objetivos Prioritários	Indicadores
Aumentar a perceção positiva sobre a aplicação dos fundos em Portugal	% de pessoas que consideram que os fundos têm sido razoavelmente, bem ou muito bem aplicados
Aumentar a perceção da existência de informação suficiente sobre o PAT 2030 e sobre a aplicação dos apoios atribuídos	% de pessoas que consideram existir informação suficiente sobre o PAT 2030 e a aplicação dos apoios
Aumentar a visibilidade e notoriedade do Programa e dos projetos, com enfoque nos resultados, bem como do papel desempenhado pelos Fundos e pela União	Número de notícias; Índice de favorabilidade média anual; Net AVE global; Alcance médio anual.

Para concretizar estes objetivos, constituem prioridade a realização das seguintes atividades:

- Comunicar a criação de valor para Portugal através do Fundos atribuídos pelo PAT 2030;
- Divulgar a evolução dos dados globais da execução física e financeira do PAT 2030, com foco nos resultados;
- Garantir a transparência na gestão da informação e a plena acessibilidade;
- Investir na capilaridade dos canais de comunicação, estabelecendo relacionamentos efetivos eficazes e duradouros com os público-alvo;
- Chegar em tempo oportuno e de forma periódica a audiências cada vez mais vastas, com informação que represente valor para as pessoas e 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 erros;
- Divulgar práticas de sucesso com potencial de disseminação e transferência, com foco nos protagonistas.

6.2. Público-Alvo

A segmentação do público-alvo do PAT 2030 considera a matriz global da Estratégia de Comunicação do Portugal 2030, organizada em dois grupos: “interno” e “externo”.

De um modo genérico e para melhor compreensão da pertinência em eleger assertivamente os públicos-alvo do PAT 2030, estes serão seguidamente enunciados assim como os principais meios de comunicação a disponibilizar.

Público Interno:

Neste grupo estão incluídos:

- a) Comissão Interministerial de Coordenação do Portugal 2030 (CIC PT 2030), órgãos de soberania e Tutela;
- b) Autoridade de Gestão do PAT 2030 – Comissão Diretiva e Secretariado Técnico;
- c) Comité de Acompanhamento e seus membros;
- d) União Europeia.

A informação a prestar será essencialmente de dois tipos:

- Assegurar a produção de conteúdos informativos relevantes que permitam o conhecimento e acompanhamento ativo em relação à implementação do Programa, conformidade do funcionamento com os normativos aplicáveis e suportes de apoio á gestão e, indicadores de realização e de resultados alcançados ao nível global pelo Programa e ao nível individual, pelas operações cofinanciadas;

- No caso do Secretariado Técnico, será ainda necessário assegurar os meios de comunicação a transmissão de orientações técnicas, formativas ou outras que permitam um bom enquadramento em termos de objetivos e resultados a atingir, inculcando um forte espírito de equipa, reforçando a necessidade de que o trabalho feito no interior do Programa terá reflexos em termos de integridade e eficácia do mesmo.

Público Externo:

Neste grupo estão incluídos:

- a) Potenciais Beneficiários (públicos-alvo/ destinatários);
- b) Beneficiários;
- c) Entidades Parceiras;
- d) Público em Geral.

Aqui deverá ser disponibilizada, de forma totalmente transparente, acessível e oportuna, informação completa e de fácil acesso sobre as possibilidades de cofinanciamento do Programa, nomeadamente para efeitos de apresentação de candidaturas e respetivas condições de acesso, descrição dos procedimentos de análise das candidaturas e prazos envolvidos, critérios de seleção das operações a financiar e pontos de contacto onde podem ser obtidas as informações sobre o Programa, incluindo a divulgação de resultados e boas práticas.

A informação será prestada através de diversas formas de comunicação, nomeadamente no *website*, em publicações ou através de atendimento presencial ou via Balcão dos Fundos, Linha dos Fundos ou via email remetido à Autoridade de Gestão (pat2030@adcoesao.pt).

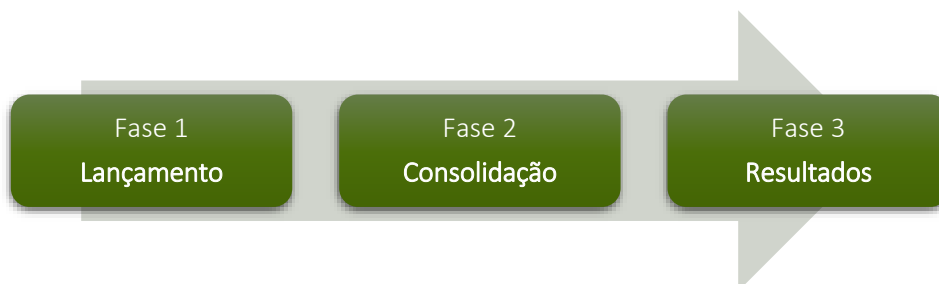
Informar sobre a aplicação dos fundos no território nacional, para que, de forma transparente e clara, exista uma perceção pública do impacto do Programa e dos Fundos Europeus aplicados no âmbito do Portugal 2030 no futuro de Portugal e na sua valorização.

6.3. Iniciativas de Comunicação

Do ponto de vista operacional, este Plano de Comunicação desenrolar-se-á ao longo de três momentos de implementação, articulados entre si e consonantes com as diversas fases de desenvolvimento do Programa.

Partindo da experiência adquirida com o Portugal 2020, o PAT 2030 assumirá não só uma atualização das suas ações de comunicação, como também tentará inovar nas mesmas. Permanece, ainda assim, uma programação por etapas, explicitando-se o balizamento relativo a cada período. Esta opção de fasear a comunicação por etapas configura o exercício mais consequente e sustentável, em linha com o que é praticado nos domínios do *marketing* e da comunicação. Assim, permitir-se-á que o Plano de Comunicação desenvolva a sua intervenção de forma mais relevante e eficaz, ajustando-se à evolução daquela implementação e dos comportamentos dos seus atores e destinatários.

De acordo com a linha referida, os três momentos previstos neste Plano respeitam aos objetivos específicos de cada fase de desenvolvimento do PAT 2030, podendo, no entanto, decorrer em paralelo e complementarmente como se evidencia no esquema seguinte:



A Fase 1, marca o arranque e a afirmação da comunicação do PAT 2030. Além de dar a conhecer aos potenciais beneficiários o Programa e as suas oportunidades de financiamento, é nesta fase que se definem quais as ações de comunicação que se vão desenvolver ao longo da implementação do Programa. Nesta fase inclui-se a criação da imagem corporativa do PAT 2030 e do *website* na Internet, a edição de Newsletter, a edição de uma brochura institucional e de desdobráveis e outros materiais informativos e de publicidade e *merchandising*.

Na Fase 2, a comunicação do Programa continuará a desenvolver os objetivos da Fase 1, mas centra-se também na divulgação das primeiras realizações e resultados alcançados. A par de uma preocupação constante em dar a conhecer a potenciais beneficiários os avisos para apresentação de candidaturas a publicar (Plano Anual) e publicados, e em chegar a “novos públicos”, também é de relevar as iniciativas desenvolvidas pela AG junto dos membros do Comité de Acompanhamento e de outros atores relevantes, no sentido da reflexão sobre a implementação do Programa. É nesta fase que se desenvolvem ações de comunicação com o objetivo assumido de vincar a relação de pertença dos beneficiários já fidelizados, consolidando a notoriedade, potenciando a divulgação dos resultados alcançados e as metas atingidas com a atuação do Programa. A trajetória passará também pela divulgação de boas práticas e principais resultados alcançados na lógica em que o próprio “promotor” do projeto conta a sua história e dá o seu testemunho dos efeitos dos Fundos na concretização dos seus objetivos.

Na Fase 3, privilegia-se o reconhecimento de boas práticas divulgadas nos anos anteriores, atribuindo notoriedade a ações anteriormente estruturadas, credibilizando a ação. O enfoque é feito nos principais projetos que contribuem para exemplificar a aplicação mais adequada dos fundos e comunicar que, sem o financiamento comunitário, parte significativa dos projetos implementados não seriam possíveis. Privilegia-se a divulgação de projetos/ histórias consideradas de sucesso, dando projeção aos utilizadores dos investimentos realizados na ótica do cidadão que usufrui de forma direta ou indireta do resultado alcançado. Tendo presente que o Programa atua como agente de suporte às funções transversais do Portugal 2030, comunicará igualmente o contributo para a melhoria da eficácia e eficiência do sistema de gestão, controlo, informação e comunicação do Portugal 2030.

Para uma efetiva execução dos objetivos que integram a Estratégia do PAT 2030, o Plano de Comunicação prioriza as tecnologias de comunicação digital e incorpora instrumentos de *inbound marketing* (social media, *tags* de conteúdos para motores de busca e *marketing* de conteúdos) e a página *web* do Programa.

A Comunicação digital apresenta-se, atualmente, como a ferramenta mais rápida e eficaz para a partilha de informação.

Na arquitetura da página *web* do PAT 2030, considerou-se a necessidade da mesma ser compatível com vários dispositivos de acesso (computadores, tablets, telemóveis), havendo o cuidado de manter a informação atualizada e assegurar o dinamismo e interesse da mesma.

A estratégia de meios do PAT2030 considera, no contexto da comunicação digital:

- *Website* do Programa, com uma estrutura que permite ser consultado em todos os dispositivos, onde se encontra toda a informação sobre o Programa, a Autoridade de Gestão, os avisos para apresentação de candidaturas abertos, partilha de boas práticas, as obrigações em matéria de informação e comunicação, e legislação de interesse;
- *Newsletter*, ferramenta para comunicar com os diversos públicos-alvo do Programa. É uma publicação com notícias, eventos, explicações sobre diversos aspetos práticos do Programa e das candidaturas. A sua subscrição está disponível através do *website* e é sempre distribuída em formato digital. Numa fase inicial deve ser publicada de seis em seis meses. Esta periodicidade poderá ser revista de acordo com o fluxo de informação que for existindo acerca do Programa em relação a candidaturas e projetos concretizados. Deverá ter uma distribuição muito alargada, de modo a concorrer para o aumento da visibilidade e da transparência deste Programa junto do grande público e media e para facilitar o acesso ao grande público e aos potenciais beneficiários.

Prevê-se ainda a possibilidade de serem efetuadas as seguintes atividades:

- *Publicações*, brochura institucional de apresentação do Programa, contendo os objetivos gerais do Programa, as verbas disponíveis, os potenciais beneficiários, o processo de candidatura e os contatos gerais;
- *Sessões de esclarecimento*, disseminar a informação pelo maior número possível de pessoas é o principal objetivo de seminários, *workshops* e reuniões que venham a ser efetuados para divulgar o PAT 2030. Pretende-se criar “momentos” que permitam fazer chegar informação esclarecedora, em particular, sobre os Avisos para apresentação de candidaturas abertos ou sobre resultados relevantes alcançados pelo Programa. Estas ações são dirigidas a todo o universo de potenciais entidades beneficiárias do Programa;
- *Organização/ Participação em eventos*, seminários e outros fóruns, a Autoridade de Gestão procurará organizar bem como participar nas iniciativas promovidas por entidades públicas e/ou privadas que se justifiquem na concretização dos objetivos da estratégia de comunicação nomeadamente para informar e divulgar o programa, os seus resultados e promover a qualidade das candidaturas a financiar;
- *Merchandising e publicidade*, o Programa deve promover a sua imagem através de produtos diversos de *merchandising* e publicidade úteis para os diversos públicos a que se dirigem. Está prevista a produção de diversos materiais de *merchandising*, de forma a sinalizar a presença da marca em eventos estratégicos para a sua comunicação. A produção de *pens USB*, blocos de notas, lápis e outro material de *merchandising* será articulada com o programa de participação em seminários, feiras e outros eventos relevantes para passar as principais mensagens do PAT 2030.

Refira-se ainda o envolvimento nas atividades de comunicação das operações de importância estratégica identificadas no Programa (Academia dos Fundos e Evento anual do PT 2030), assim como nas operações com custo total superior a 10 milhões de euros.

6.4. Ações e Atividades

Em articulação com os objetivos operacionais e atividades previstas no Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa FAMI 2030, e tendo presente as opções estratégicas e operacionais referidas nos pontos anteriores, aqui pretende-se explicitar com algum detalhe as atividades a realizar.

Website

A existência de *website* do PAT 2030, cumprindo o ponto 1. do artigo 49.º do Regulamento (UE) 2021/1060 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, é um instrumento de comunicação que continua a ser um dos pontos centrais de comunicação, onde são permanentemente atualizadas todas as informações relativas ao funcionamento do Programa.

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 permite oferecer ao utilizador uma navegação mais facilitada, ao disponibilizar um *design* e uma arquitetura de conteúdos comuns e harmonizada com o portal do Portugal 2030 e os diversos *websites* dos Programas que aderiram ao sistema multisite, como é o caso do PAT 2030, 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.

Redes Sociais

Na era digital em que se vive, as redes sociais são um canal incontornável, com elevados índices de eficácia, ao permitir difundir conteúdos dirigidos a públicos específicos, com grande alcance e baixos custos associados. 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 PAT 2030 serão sempre adequados ao seu público 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.

O PAT 2030 irá disponibilizar contas dedicadas em redes sociais a definir (Facebook, LinkedIn,, Instagram e Youtube, ...) a partir do 2º trimestre do ano de 2024.

Newsletter

A *newsletter* completa o tripé da comunicação digital, reforçando a oferta neste meio. A *newsletter* tem um formato digital, prevista com uma periodicidade semestral, sendo sobretudo dedicada ao potencial beneficiário e ao beneficiário, mas também aos membros do Comité de Acompanhamento do Programa e outros *stakeholders* relevantes. Incluirá informação diversa sobre o programa, com as principais notícias e eventos, agregando informação útil e relevante para os público-alvo do programa, como sendo a abertura de avisos de candidaturas, a realização de eventos, ou outras informações relevantes associadas a resultados de estudos e avaliações, e normativos legais nacionais ou comunitários.

Prevê-se a sua emissão semestral nos primeiros e terceiros trimestres de cada ano, a partir de 2024 até ao ano de 2029.

Merchandising

O Programa irá promover a sua imagem através de diversos produtos de *merchandising*. Está prevista a produção de diversos materiais, como seja capas, blocos A3/ A5, canetas, *pens* USB, etc, de forma a sinalizar a presença da marca em eventos relevantes para a sua notoriedade.

Plano Anual de Avisos

Previsto no ponto 2. do artigo 49º 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, o Plano Anual de Avisos corporiza o calendário para apresentação de propostas para o ano seguinte, atualizado quadrimestralmente, a ser publicitado no website do PAT 2030.

Este instrumento, especificamente dirigido aos potenciais beneficiários, permite aos cidadãos e instituições e outras organizações, 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, dinâmico e com uma apresentação amigável, que contribuirá para uma melhor informação e maior transparência e para potenciar o acesso de todos aos fundos europeus.

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 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

Previsto no ponto 3. do artigo 49º 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 *website* do PAT 2030.

A sua atualização é obrigatória e realizada três vezes em cada ano, nos 2ºs, 3ºs e 4ºs trimestres de cada ano.

Plano de Avaliação

O Plano de Avaliação do Programa de Assistência Técnica 2030 enquanto instrumento fundamental da função de avaliação deste Programa, em estreita articulação com Plano Global de Avaliação do Portugal 2030 (PGA PT 2030), traduz a opção definida no Acordo de Parceria, correspondendo ainda à obrigatoriedade de apresentação de um Plano de Avaliação prevista no Regulamento Geral dos Fundos Europeus.

Pretende-se que este Plano contribua decisivamente para a conceção de avaliações de qualidade, com relevância e utilidade que permitam políticas públicas mais eficientes e eficazes, bem como maior qualidade na prestação de contas da aplicação dos Fundos perante os cidadãos, potenciando por estas vias um reforço da orientação para resultados.

Estão previstas 4 avaliações do Programa, duas em 2024 (implementação) e duas em 2028 (impacto). Para efeitos de comunicação, releva a realização de sessões de divulgação dos seus resultados, assim como sessões de reflexão e debate que se considerem relevantes dinamizar.

A este nível é ainda de considerar a realização de sessões de debate e divulgação em torno de estudos apoiados pelo Programa e que se mostram relevantes para a melhoria da implementação do Portugal 2030, conhecimento da realidade nacional em temas relevantes para o Desenvolvimento e Coesão e para a capacitação dos seus atores.

Guia de Apoio ao Beneficiário

Esta é uma boa prática que se mantém de quadros anteriores e que é amplamente apreciada pelos beneficiários, para quem é especificamente desenhada.

Uma vez aprovado um projeto por fundos europeus, cabe cumprir uma série de obrigações e responsabilidades, previstas na diversa regulamentação comunitária e nacional. De forma a apoiar o beneficiário nesta etapa e no que às obrigações de comunicação diz respeito, o Guia de Apoio ao Beneficiário, orienta e apoia nesta área, listando as obrigações de comunicação e disponibilizando materiais de apoio para aplicação, reforçando a ideia de simplificação e de proximidade.

Este guia reforça a área de ajuda do *website* e vai sendo revisitado e melhorado, sempre que se justifique, impulsionando outras ações de comunicação, tais como sessões de esclarecimento, fortalecendo os eixos da simplificação e da proximidade.

O Guia será elaborado pelo Núcleo de Comunicação e Documentação da AD&C, com a imprescindível colaboração dos diferentes Programas, pretendendo-se que seja comum sem prejuízo das especificidades de cada um.

Com base neste suporte, o PAT 2030 irá elaborar os aspetos tidos por convenientes em face das especificidades do Programa, estando prevista a sua publicação no 1º trimestre de 2024.

Capacitação Comunicação Social

As ações de capacitação têm em vista capacitar atores chave do ecossistema dos Fundos para um melhor desempenho nas suas áreas de atuação.

As ações de capacitação da comunicação social sobre temas e ações realizadas no âmbito do PAT 2030, serão especificamente dirigidas a jornalistas de órgãos de comunicação social nacionais, que acompanham a aplicação dos fundos europeus nas suas diversas áreas de apoio.

O objetivo desta iniciativa é capacitar estes atores chave na difusão pública de mensagens, quanto a temas mais complexos do funcionamento dos fundos europeus em Portugal, e especificamente os fundos geridos pelo PAT 2030, explicando-os de forma pedagógica e contribuindo assim para o combate à desinformação e para a construção de uma opinião pública mais esclarecida.

Estão previstas cinco ações a ter lugar nos anos de 2024, 2025, 2026, 2027 e 2028. Poderá ser necessário introduzir ajustamentos nesta calendarização, decorrentes da dinâmica de implementação do programa.

Capacitação *key Stakeholders*

Estas sessões de capacitação dirigem-se aos designados atores políticos sobre os Fundos, como os Membros do Comité de Acompanhamento e Responsáveis públicos e privados que acompanham os fundos europeus.

Destinam-se ainda aos beneficiários e potenciais beneficiários, de modo a facilitar a perceção e execução adequada dos objetivos, atividades e responsabilidades inerentes aos apoios do Programa.

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 PAT2030, garantindo uma aplicação mais robusta e afinada do Programa.

Estão previstas realizar-se uma ação por ano, entre os anos de 2024 e 2028. Poderá ser necessário introduzir ajustamentos nesta calendarização, decorrentes da dinâmica de implementação do programa e da articulação de necessidades de capacitação com os *stakeholders*.

Ações de Mass Media

As ações de comunicação *mass media* são eminentemente dirigidas ao grande público, divulgadas em canais de comunicação de grande alcance, 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 portuguesa, 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 em Portugal 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.

No caso do PAT 2030 está prevista uma ação por ano, a ter lugar a primeira no ano de 2024 até 2029.

Eventos (divulgação de resultados e oportunidades de financiamento)

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 PAT 2030.

Cabem aqui eventos de apresentação do Programa, sessões de informação dirigidas a beneficiários e potenciais beneficiários e público em geral, seminários, *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.

Está previsto um evento por ano, previsivelmente no 3º trimestre de cada ano (2024 a 2029).

Operações de Importância Estratégica

O Regulamento das Disposições Comuns para o período de 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.

Esta iniciativa poderá ser impactante, na medida em que tem por objetivo atingir sobretudo a população portuguesa e os *opinion makers*, dando ênfase ao eixo da proximidade da transparência e contribuindo para o objetivo do aumento da notoriedade e da melhoria da perceção pública.

No caso do PAT 2030 estão previstas as seguintes OIE: Academia dos Fundos, Encontro Anual do PT 2030 e Operações superiores a 10 milhões de euros.

Avaliação da Performance Mediática

Este instrumento de comunicação analisa o desempenho mediático do Portugal 2030 e do PAT 2030, o que permite aferir não só do volume de notícias publicadas, mas também em que meios é concretizado e com que índice de favorabilidade numa escala pré-determinada.

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

No caso do PAT 2030 essa análise terá lugar nos primeiros e terceiros trimestres de cada ano a iniciar-se no ano de 2024, prolongando-se até ao ano de 2029.

A seguir apresenta-se o exercício de Programação, em que se propõe, na Tabela 1 as Ações por atividades e calendário e, na Tabela 2 as Metas, indicadores e estimativa de custos para a sua concretização, sem prejuízo do exercício contínuo de observação da adequação do Plano a cada tempo e situação concreta da implementação do Programa.

Tabela 2 – Metas e estimativa de custos do Plano de Comunicação do PAT 2030

	Atividades	Indicador	Meta							Estimativa de custos acumulados (23-29) €	
			2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029		
Ações	Canais de Comunicação do Programa	Website	Visitas ao site (nº)	500	1 000	1 000	1 500	1 500	1 500	1 500	40 000
		Redes Sociais	Seguidores (nº acum.)		100	200	400	500	500	500	30 000
		Newsletter	Subscritores (nº)		50	100	150	150	150	150	0
		Merchandising	Nº de produtos								50 000
	Divulgação dos Apoios do Programa	Plano Anual de Avisos	N.º de atualizações	1	3	3	3	3	3	3	0
		Lista de Operações Aprovadas	Nº de Operações	1	3	3	3	3	3	3	0
		Plano de Avaliação	Nº Sessões divulgação resultados		4	2	2	2	3	3	400 000
	Capacitação do Público Interno e Externo	Guia de apoio ao beneficiário	Publicado? Sim = 1/ Não = 0		1	1	1	1	1	1	0
		Capacitação comunicação social	N.º de ações		1	1	1	1	1		30 000
		Capacitação key stakeholders	N.º de ações		1	1	1	1	1		30 000
	Iniciativas de Comunicação	Ações de comunicação Mass Media	N.º de iniciativas		1	1	1	1	1	1	120 000
		Eventos (divulgação de resultados e oportunidades de financiamento)	Nº de eventos		1	1	1	1	1	1	180 000
		Operações de Importância Estratégica	Nº de iniciativas		1	1	1	1	1	1	60 000
	Avaliação da performance mediática	Avaliação da performance mediática	Favorabilidade (escala de 1 a 5)		4	4	4	4	4	4	0
	940 000										

7. Monitorização e Avaliação

A avaliação das ações de comunicação envolverá o Comité de Acompanhamento do PAT 2030, devendo ser transmitida e debatida informação anual sobre os progressos realizados na execução do Plano de Comunicação do Programa e será 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 PAT 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, pelo que permitirá manter a coerência do Plano.

Outra dimensão da monitorização e avaliação deste Plano, será 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;
- Semestralmente será realizada avaliação qualitativa, em que se irá ponderar da adequação do Plano e das suas iniciativas ao cumprimento dos objetivos estabelecidos;
- Avaliação da *performance* mediática, no final dos 1º e 3º trimestres de cada ano, procurando avaliar o potencial mediático do PAT 2030, tomando em consideração as suas especificidades, através da análise da informação veiculada na imprensa, televisão, rádio, meios online e redes sociais;
- Relatório anual a apresentar ao comité de Acompanhamento, para análise, com programação das atividades previstas a realizar e eventuais propostas de alteração/ adaptação do Plano;
- *Dashboard* da Rede de Comunicação, onde serão acompanhados os indicadores das diversas iniciativas de comunicação previstas no Plano Global de Comunicação, permitindo monitorizar a sua implementação e contabilizar o alcance das mesmas.

8. Recursos Humanos e Financeiros – Indicativos

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

No âmbito da orgânica da AG do PAT 2030, a Unidade Apoio à Gestão do Programa, integra nas suas competências a dimensão “Comunicação e Divulgação”, sendo afeto um colaborador que será responsável pela implementação, monitorização e avaliação do Plano de Comunicação.

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

Para o financiamento das medidas inscritas na Estratégia de Comunicação do PAT 2030, e tendo por base o histórico do POAT 2020, prevê-se um montante anual de aproximadamente até duzentos mil euros.

Salienta-se, que tendo o PAT 2030 como uma das suas atribuições o suporte às funções transversais do Portugal 2030, nomeadamente a implementação do Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Programa FAMI 2030, dispõe de uma dotação indicativa de 8 milhões de euros destinada a garantir a comunicação do Portugal 2030 e dos Fundos Europeus. Este valor representa 4,75% da dotação total do Programa.

No que diz respeito especificamente à implementação das ações previstas no Plano de Comunicação do PAT 2030, considera-se uma estimativa de custos para o período de 2023 – 2029, de cerca de 1 milhão de euros.

