



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



UNIÓN EUROPEA
UNIÃO EUROPEIA

albufeira

PLANO DE COMUNICAÇÃO





ÍNDICE

1. Introdução	4
2. Albufeira	5
3. Objetivos	8
4. Âmbito de ação	11
5. Destinatários	12
6. Estratégia	14
7. Mensagem	15
1.1. <i>Posicionamento</i>	16
1.2. <i>Claim</i>	17
1.3. <i>Mensagens principais</i>	17
8. Estratégia criativa	19
9. Plano de ações	20
1.4. <i>Direção de comunicação</i>	20
1.5. <i>Comunicação corporativa</i>	20
1.6. <i>Comunicação interna</i>	22
1.7. <i>Comunicação externa</i>	24
1.1.1. Website	24
1.1.2. Redes sociais	25
1.8. <i>Relações Públicas e gabinete</i>	28
1.1.3. Gestão dos meios de comunicação	28
1.1.4. Relações Públicas	29
1.1.5. Publicidade	29
10. Responsáveis	30
11. Calendário de execução	32
12. Indicadores	33
13. Orçamento	36
14. Avaliação	37

15. Legislação: responsabilidades na comunicação³⁸



1. Introdução

Numa sociedade onde tudo comunica, a comunicação torna-se um instrumento fundamental para partilhar valores, chegar a diferentes públicos e visibilizar resultados. Por este motivo, a influência do projeto depende, em grande medida, da comunicação.

A comunicação é um elemento transversal nos projetos europeus. Na União Europeia, esta dimensão adquire cada vez mais relevância, porque aquilo que não se comunica não existe, tal como a necessidade de dar a conhecer o valor criado. É fundamental aproximar, da cidadania, o valor da cooperação transfronteiriça europeia e as ações de proteção e aproveitamento sustentável das bacias hidrográficas do nosso território. Sendo assim, é preciso definir um plano de comunicação que difunda as atividades e as ações que se levam a cabo, que transmita e sensibilize para as necessidades do ambiente e contribua para a comunicação com a cidadania.

Este plano deve ser um manual e um guia estratégico, capaz de estabelecer as linhas gerais do projeto Albufeira com respeito ao que se conta (mensagem) e como se conta (ações). A sua estrutura divide-se em três secções:

- Estratégia: objetivos, âmbito de ação, destinatários e estratégia.
- Procedimento: plano de ações e calendário de execução.
- Monitorização: responsáveis, indicadores, avaliação, orçamento e legislação europeia.

2. Albufeira

O projeto “Programa de avaliação das massas de água das bacias hidrográficas luso-espanholas”, a seguir designado por Albufeira, é cofinanciado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), através do Programa Interreg VA Espanha-Portugal (POCTEP) 2014-2020, e decorre do dia 1 de maio de 2019 a 31 de outubro de 2021.

Albufeira é um projeto de domínio territorial pluri-regional, que abrange áreas de cooperação do Espaço POCTEP ao longo da fronteira luso-espanhola, com um âmbito de ação que abarca as massas de águas de superfície fronteiriças e transfronteiriças das 4 regiões hidrográficas: Minho-Sil, Douro, Tejo e Guadiana.

O seu objetivo é que ambos os Estados definam conjuntamente uma metodologia de monitorização que possa ser implantada nas regiões hidrográficas internacionais. O seu conteúdo complementa outras iniciativas de cooperação europeia ou do âmbito do LIFE, que estão a ser lideradas tanto pela APA como pelas Confederações Hidrográficas.

No projeto participam 5 parceiros de Portugal e de Espanha:

- Portugal: a Agência Portuguesa do Ambiente, o Instituto Politécnico de Leiria e o Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa.
- Espanha: o Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico e o Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas.

O projeto Albufeira visa melhorar a coordenação das ações para promover e proteger o bom estado destas massas de água partilhadas entre Espanha e Portugal, para a sua proteção e utilização sustentável.

Os **principais objetivos** do projeto são os seguintes:



- Melhorar o conhecimento do estado ou do potencial ecológico das massas de água transfronteiriças, com base em critérios comuns, que permitam avaliar, em conjunto, o grau de conservação das espécies e dos habitats associados ao ambiente aquático nestas massas.
- Melhorar a coordenação, otimizar as metodologias de trabalho e os recursos disponíveis das administrações envolvidas na gestão e no planeamento das bacias hidrográficas e melhorar os instrumentos de gestão conjunta dos recursos naturais transfronteiriços.
- Divulgar e sensibilizar para a importância dos recursos hídricos no espaço transfronteiriço, uma riqueza comum que é necessário proteger e utilizar de forma sustentável.

Para conseguir estes objetivos principais, é preciso estabelecer os **objetivos específicos** seguintes:

- Melhorar a troca de informações e a capacidade dos grupos envolvidos na monitorização do estado ou do potencial ecológico das massas de água das bacias transfronteiriças e na gestão da Rede Natura 2000 nos espaços transfronteiriços.
- Difundir o trabalho de coordenação realizado e o compromisso luso-espanhol em matéria de cooperação na proteção e na utilização sustentável das águas das Bacias Hidrográficas Luso-Espanholas e na conservação conjunta das espécies e dos habitats associados a este espaço.
- Melhorar o conhecimento e sensibilizar a população em geral e, sobretudo, as comunidades locais onde se localizam as massas de água transfronteiriças, para a importância da conservação dos rios, das suas espécies e dos seus habitats.

As **atividades** previstas no projeto são seis, quatro a nível externo e duas a nível interno:



- Atividade 1. Harmonização de metodologias para monitorizar o estado e o potencial ecológico das massas de água.
- Atividade 2. Monitorização do estado e do potencial ecológico das massas de água para a avaliação conjunta.
- Atividade 3. Melhoria da integração dos objetivos ambientais da Diretiva-Quadro da Água e da Diretiva Habitats.
- Atividade 4. Sensibilização para a cooperação nas bacias hidrográficas partilhadas.
- Atividade 5. Gestão e coordenação.
- Atividade 6. Comunicação.

Os **resultados** esperados do projeto são:

- Compilar a cartografia existente e adequá-la às massas de água.
- Rever a bibliografia e analisar os requerimentos ecológicos específicos das espécies.
- Elaborar uma metodologia que permita integrar os objetivos da DQA e os objetivos ambientais das áreas protegidas (Diretiva Habitats e outras diretivas).
- Melhorar a coordenação das ações que promovem e protegem o bom estado das massas de água partilhadas por Portugal e Espanha, para a sua proteção e utilização sustentável.
- Harmonizar as metodologias de avaliação do estado e do potencial ecológico e definir os objetivos e os meios para alcançá-los.
- Divulgar e difundir o Fundo e o Programa que financiam a iniciativa, principalmente nas ações dirigidas ao público e nas atividades no terreno.

3. Objetivos

O plano de comunicação de Albufeira tem por **objetivo geral** valorizar e difundir o projeto e o Programa do Fundo que o cofinancia. Com esse fim em vista, são identificadas duas vertentes: a interna e a externa.

A vertente interna do plano baseia-se num critério de informação operacional e o objetivo da comunicação é:

- Garantir o fluxo constante de informações entre os parceiros.
- Sistematizar a comunicação entre os parceiros e criar, habilitar e alimentar as vias de comunicação internas que permitem realizar uma troca de informações e de documentos eficaz.

A vertente externa obedece aos critérios de promoção, valorização e transparência. Os objetivos visados podem ser agrupados em quatro ações: criar uma boa imagem, adquirir um posicionamento concreto, promover uma comunicação clara e garantir a visibilidade europeia. Mais especificamente, os objetivos estabelecidos são os seguintes:

IMAGEM:

- Definir a identidade de Albufeira e as suas aplicações. Garantir a homogeneidade na utilização da marca para criar uma imagem positiva.
- Garantir o cumprimento da legislação europeia e do Programa em matéria de imagem e publicidade.

POSICIONAMENTO:

- Definir uma mensagem comum, clara, direta, simples e atrativa para a comunicação do projeto, que se adapte ao canal, ao público-alvo e ao âmbito de ação. Uma mensagem que visibilize o projeto, sobretudo a coordenação e a cooperação entre o território luso-espanhol para proteger e utilizar de forma sustentável as águas das bacias hidrográficas luso-espanholas e conservar as espécies e os habitats associados a este espaço.

COMUNICAÇÃO:

- Difundir e informar continuamente sobre as atividades de início, o desenvolvimento e os resultados de Albufeira para conseguir a maior visibilidade possível.
- Gerar interesse e melhorar o conhecimento dos grupos-alvo, a fim de que as iniciativas e os benefícios da aplicação e da cooperação de ações de impacto positivo nas bacias hidrográficas luso-espanholas se conheçam e valorizem.
- Criar um diálogo e um intercâmbio entre os públicos-alvo através de diferentes canais de comunicação.
- Difundir e valorizar os resultados e as boas práticas sustentáveis e mostrar as suas qualidades e a sua utilidade na Eurorregião.
- Difundir, sensibilizar e educar sobre a importância dos recursos hídricos no espaço transfronteiriço enquanto riqueza comum que é preciso proteger.

VISIBILIDADE DA COOPERAÇÃO TRANSFRONTEIRIÇA NA EUROPA:

- Informar os parceiros acerca das ações comuns e das obrigações em matéria de comunicação da União Europeia.
- Publicitar o cofinanciamento recebido para apoiar a transparência da gestão dos fundos comunitários e favorecer a sua utilização adequada.

- Reforçar a visibilidade da União Europeia, do Programa Interreg VA Espanha-Portugal (POCTEP) e das entidades que fazem parte do projeto para promover a cooperação transfronteiriça enquanto elemento fundamental de Albufeira.
- Facilitar a sustentabilidade da comunicação dos resultados após a conclusão do projeto e na ausência de cofinanciamento europeu.

4. Âmbito de ação

O projeto Albufeira abrange a zona transfronteiriça de Espanha e Portugal. Este domínio de intervenção é constituído por 4 regiões hidrográficas internacionais, que abarcam território luso-espanhol: a do Minho-Sil, a do Douro, a do Tejo e a do Guadiana. Em concreto, o projeto alcança, em Espanha, os territórios seguintes: Galiza, Castela e Leão, Astúrias, Cantábria, Castela-Mancha, Estremadura, Rioja, Madrid e Andaluzia. Em Portugal, desenvolve-se nas regiões Norte, Centro, Área Metropolitana de Lisboa, Alentejo e Algarve.

Deste modo, a comunicação do projeto realizar-se-á prioritariamente nas zonas de ação e secundariamente no resto de Espanha e de Portugal. Albufeira também visa expandir o conhecimento e o interesse do projeto a todos os domínios relacionados com as suas temáticas. Por este motivo, o âmbito de ação também se ampliará a nível internacional, mas com menos intensidade.

5. Destinatários

O sucesso do processo de comunicação do projeto dependerá, por um lado, da participação dos seus destinatários. Por conseguinte, é importante identificar pormenorizadamente cada grupo de destinatários.

Podemos identificar dois tipos de públicos estratégicos: os públicos diretos, que são prioritários, e os públicos indiretos ou secundários. Também é necessário diferenciar a audiência em geral das audiências específicas.

A seguir, identifica-se cada um dos destinatários do projeto.

Públicos prioritários:

O público prioritário do projeto são as equipas técnicas e de investigação, do próprio projeto ou externas, que estão interessadas nos progressos realizados nas regiões hidrográficas, assim como os peritos que precisam de conhecer e aplicar os elementos de qualidade para desenvolver os seus projetos (um estudo sobre o impacto ambiental, por exemplo).

Empresas relacionadas com o ambiente e, principalmente, as que se dedicam aos estudos sobre o impacto ambiental ou cuja atividade depende ou está relacionada com as regiões hidrográficas.

Centros tecnológicos, sobretudo os que estão associados à investigação hidrográfica.

Os próprios parceiros do projeto são um dos públicos principais da comunicação, dado que podem ajudar a alcançar os públicos já mencionados.

Também se incluem os responsáveis da gestão e coordenação do programa Interreg POCTEP.

Portanto, neste grupo de públicos prioritários, são incluídos destinatários externos e internos da comunicação.



Públicos secundários:

O *target* do projeto é:

- População comprometida: as pessoas sensibilizadas para as questões ambientais, a sustentabilidade e o cuidado do ambiente e da flora e da fauna, e, principalmente, a população que habita ou depende dos recursos hídricos que pertencem ao projeto. Este é o público-alvo principal, o coletivo mais comprometido com o ambiente, que consulta informações atualizadas sobre a sua qualidade, os riscos e os impactos que enfrenta, através de uma perspetiva ampla, com critérios ecológicos e hidromorfológicos, e que está sensibilizado para o cuidado do ambiente que o rodeia.

Os seus prescritores e colaboradores são:

- Associações profissionais e clusters cuja atividade se relaciona com o ambiente ou a gestão hidrográfica.
- Instituições de ensino. Dado que são uma parte concreta da população em geral, as escolas e as faculdades às quais se pode transmitir a importância do cuidado do ambiente também são especialmente importantes.
- Portos e comunidade costeira. Para fomentar a sustentabilidade nas zonas associadas às regiões hidrográficas.

Público em geral:

O Plano de Comunicação de Albufeira também terá em conta outros públicos de carácter secundário e global. Neste caso, inclui-se a cidadania da Euroregião Espanha-Portugal, os meios de comunicação (agências de notícias, meios generalistas e revistas especializadas) e as administrações e as entidades públicas locais, regionais e nacionais que têm um papel importante nas atividades relacionadas com o ambiente do território.

6. Estratégia

Esta secção faz referência à forma como as ações são levadas a cabo.

A estratégia de comunicação que se definiu tem as seguintes **características**:

- Está relacionada com as ações do projeto e o seu desenvolvimento marca o eixo de comunicação.
- É ativa porque tem uma orientação tanto interna como externa, cuja finalidade é otimizar e facultar o fluxo constante de informações de forma clara.
- É integral, já que abarca todo o ciclo de execução do projeto, desde o seu lançamento até à apresentação dos resultados.
- É global, ao estar coordenada através de princípios comuns, adotados por todos os parceiros para otimizar recursos e esforços.
- É mista porque se apoia num conjunto de ações de comunicação online e offline, onde destaca o crescimento das redes sociais e de conteúdos digitais, mas também recebe o apoio das relações com os meios de comunicação e outras ações de *marketing* dirigidas ao público e baseadas no capital relacional das entidades participantes.
- É bidirecional, já que procura o *feedback* durante o seu desenvolvimento.

A comunicação será levada a cabo com um **estilo** próximo, cuidado, preciso e direto em função dos públicos destinatários. Para facilitar a compreensão, promover-se-á a simplicidade.

Quanto à **língua** de comunicação, o português e o espanhol serão empregues de forma geral e o website também estará disponível em inglês. Nas redes sociais, os conteúdos serão publicados em português e em espanhol e, ocasionalmente, em inglês.

7. Mensagem

A fim de que a comunicação seja mais relevante, notória e eficaz, é preciso contextualizar o projeto.

Em Albufeira, participam várias entidades de Portugal e de Espanha e, por este motivo, a homogeneidade das mensagens e a unidade de estratégia são elementos fundamentais para garantir o seu sucesso.

Para criar uma mensagem, é essencial entender o valor que representa para os destinatários. Assim, identifica-se os seguintes aspetos:

- **Racionais:** estão baseados nas características tangíveis e incluem as entidades parceiras, as metodologias e os programas criados. São os elementos que permitem visibilizar o projeto transfronteiriço, focado nas ações de cooperação, na troca de informações e de resultados, nas ações de preservação e de cuidado das massas de água transfronteiriças.
- **Emocionais:** são elementos subjetivos que cada destinatário valoriza e procura. Estão associados à proteção do ambiente, ao contacto com o mundo natural, à flora e à fauna, ao interesse nas estratégias e investigações que fomentam o crescimento sustentável, à ecologia... Estes aspetos são a base sobre a qual construímos a nossa conexão com o público-alvo.

Os valores do projeto Albufeira são:

- Compromisso
- Cooperação
- Proteção e conservação
- Sustentabilidade
- Sensibilização

Esta base estará presente em todas as ações realizadas. Estes valores determinarão o planeamento e a seleção dos meios para levar a cabo a comunicação e o seu carácter pormenorizado.

1.1. Posicionamento

O posicionamento do projeto que se pretende conseguir está alinhado com as seguintes questões:

Albufeira é

um projeto de cooperação pluri-regional liderado por entidades da Euroregião Espanha - Portugal no âmbito do Interreg VA Espanha – Portugal (POCTEP) 2014-2020

que procura

melhorar o conhecimento, aumentar a coordenação e maximizar a divulgação e a sensibilização para os recursos hídricos partilhados e para as suas espécies e os seus habitats

devido à

necessidade de fazer progressos na implementação coordenada de ações e de uma metodologia de monitorização comum em Portugal e em Espanha

para

promover e proteger o bom estado das massas de água partilhadas das bacias hidrográficas do Minho-Sil, Douro, Tejo e Guadiana e dos seus ecossistemas associados.



1.2. *Claim*

Um *claim*, *slogan* ou uma mensagem principal é a expressão resumida do valor, do posicionamento e do aspeto diferencial do projeto. O projeto centra-se no trabalho comum e na coordenação entre Portugal e Espanha para melhorar e proteger a riqueza das regiões hidrográficas partilhadas, por meio do conhecimento da sua situação, do estudo e da análise de todas as variáveis e do ambiente que as rodeia. É precisamente esta cooperação o que diferencia este tipo de projeto, que também promove a comunicação fluída entre as regiões com um objetivo comum, o que fortalece e dá lugar às ações que conseguirão uma utilização sustentável que valoriza e tem em consideração o habitat e a biodiversidade de cada uma das massas.

Assim, a mensagem principal do projeto, a sua essência e a frase que resume o seu posicionamento é:

***Propõe-se 3 opções**

“Uma cooperação fluída”

“Cooperar para conhecer”

“A proteger as nossas massas de água”

A mensagem divulgar-se-á em português, castelhano e inglês e acompanhará o *design* dos materiais.

1.3. Mensagens principais

O projeto conta com cinco mensagens principais que serão divulgadas através de diferentes canais e transmitidas nas suas ações periódicas:

Mensagens principais



Programa de cooperação entre Portugal e Espanha para proteger, promover e valorizar as massas de águas de superfície partilhadas: Minho-Sil, Douro, Tejo e Guadiana.
A fazer progressos na implementação coordenada das ações de Portugal e de Espanha para promover e proteger o estado das massas de água partilhadas.
A trabalhar juntos para melhorar o conhecimento, a coordenação e a sensibilização para as águas partilhadas por Portugal e Espanha.
Compromisso luso-espanhol com a utilização sustentável dos recursos hídricos partilhados, das suas espécies e dos seus habitats.
Itinerário de metodologia, instrumentos de gestão e monitorização das ações para a proteção e a utilização sustentável das regiões hidrográficas luso-espanholas.

O lema “Uma maneira de fazer a Europa”, que faz referência ao cofinanciamento do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), também será incluído e destacado nos materiais e na comunicação, de forma separada da mensagem principal do projeto e com a frase: Cofinanciado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) através do Programa Interreg VA Espanha-Portugal (POCTEP) 2014-2020.

No website e nas publicações também se poderá ler o *disclaimer* de responsabilidade: As opiniões são da exclusiva responsabilidade de quem as emite.

8. Estratégia criativa

O aspeto visual de Albufeira é ilustrado na sua estratégia criativa. É constituído por um logótipo que representa o âmbito de ação do projeto através de elementos associados, da tipografia e das cores.

Para criar a imagem, usam-se tons azuis e verdes associados à água, com uma tipografia arredondada e ondas que lembram os rios. Combinam-se duas tonalidades que se entrelaçam e representam a cooperação a atravessar fronteiras.



Logótipo do projeto

A partir desta imagem, criada para representar a marca do projeto, desenvolve-se o estilo gráfico e a criatividade dos materiais. Na apresentação gráfica, procura-se um estilo simples e moderno, que represente os valores e o posicionamento do projeto e que conecte com o público-alvo.

Os logótipos dos parceiros também estarão disponíveis para serem incluídos, quando o tamanho o permitir, nos materiais elaborados, cumprindo sempre a legislação aplicável quanto à sua disposição e ao seu uso e tamanho.



Logótipos dos parceiros

9. Plano de ações

O plano de ações de comunicação inclui as medidas de informação e publicidade que vão ser implementadas durante o projeto, para divulgar as suas atividades e contribuir para a consecução dos objetivos de comunicação estabelecidos.

As ações serão executadas em torno de cinco dimensões globais, com a finalidade de desenvolver uma abordagem estratégica e integral no processo de comunicação do projeto.

1.4. Direção de comunicação

A direção de comunicação compreende a definição estratégica da comunicação e a gestão de variáveis críticas, como, por exemplo, a comunicação de crise. Esta dimensão é responsável pela elaboração do plano de comunicação e a monitorização e a avaliação dos seus resultados.

1.5. Comunicação corporativa

A comunicação corporativa é o *branding* ou a gestão de marca.

As ações de comunicação corporativa necessárias são as seguintes:

- Definição da **identidade gráfica**: a partir da denominação Albufeira, cria-se um logótipo para o projeto que possa conviver com as marcas do programa e dos parceiros. Albufeira terá, através do logótipo, uma imagem única e representativa.
- Após definir a identidade, cria-se o **Manual de identidade corporativa** e define-se a sua implementação na comunicação *offline* e *online*, assim como nos documentos básicos (folhas, pastas, carimbo) e na assinatura

de e-mail. É particularmente importante criar modelos para a documentação elaborada no âmbito do projeto. Este manual integra, de uma forma pormenorizada, os seguintes aspetos:

- **Uso da imagem**
 - Âmbito vital da marca
 - Cores secundárias ou variantes de cores
 - Inversões de cores permitidas
 - Aplicação da marca sobre imagens
 - Usos incorretos da marca
 - Tipografia
- **Aplicações na comunicação *offline* e *online***
 - Folhetos informativos
 - Catálogos/publicações (formato de livro/revista)
 - Lona publicitária
 - Anúncios na imprensa: página inteira/meia página/rodapé da página, *web banners*, contas das redes sociais...
 - Site e grafismos digitais em geral
 - Cartazes para conferências de imprensa

Juntamente com o logótipo de Albufeira, os das entidades que compõem o projeto também se incluem em todos os materiais elaborados, nos impressos e nos digitais. Quando o tamanho não permitir incluir todos os logótipos, só se utilizará o logótipo Interreg-Albufeira.

O manual também incluirá, pormenorizadamente, a legislação relativa ao uso do logótipo Interreg.

- Durante o projeto, elaborar-se-á, quando for preciso, o **material promocional**, adaptado à imagem e às regras de comunicação do projeto:
 - ✓ Folhetos informativos *online*
 - ✓ Apresentações do projeto
 - ✓ Cartaz descritivo geral
 - ✓ Plotter
 - ✓ *Banner*

- ✓ Design do cabeçalho para o website e para as redes sociais
- ✓ Desenho web
- ✓ Modelo de *mailing*
- ✓ Criações publicitárias
- ✓ *Merchandising*

1.6. Comunicação interna

Esta dimensão é uma variável importante para garantir a homogeneidade e o desenvolvimento correto da estratégia em todas as zonas de ação.

A comunicação entre os parceiros deve ser sistematizada e estruturada porque dela dependerá, parcialmente, a gestão e execução eficaz e transparente do projeto. Por conseguinte, é preciso manter os parceiros informados sobre as ações comuns e as suas obrigações, assim como realizar uma monitorização e uma avaliação.

Recomenda-se levar a cabo as seguintes ações e ferramentas de comunicação a nível interno:

- **Reuniões internas** entre os parceiros: convocar uma reunião cada trimestre ou quando for necessário.
- **Plataforma em nuvem:** para ter acesso ao mesmo conteúdo.
- **Ferramentas de telecomunicação:** telefonemas, correios eletrónicos e videoconferências.

Os parceiros são responsáveis por contribuir para a comunicação do projeto, mediante os **seus canais**; devem contribuir para maximizar o trabalho de comunicação do projeto e o das ações dos restantes parceiros. Neste sentido, identifica-se, além do website e do seu âmbito relacional, os canais de cada parceiro para divulgar o projeto nas redes sociais:

- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/mapagob/>
 - Twitter: <https://twitter.com/mitecogob>



- Instagram: <https://www.instagram.com/miteco.gob/>
- YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCSansZl-avIMvAeXMqF1M3A>
- Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas:
 - Twitter: https://twitter.com/CEDEX_es
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/cedex-centro-estudios-experimentacion/>
 - YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCgOFwclIK6LoznaCk7atwJg/featured>
- Agência Portuguesa do Ambiente:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/apambiente>
 - Twitter: <https://twitter.com/apambiente>
 - Instagram: <https://www.instagram.com/apambiente/>
 - YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCYdh12D4b0iv6kaOvw-gAOA>
- Instituto Politécnico de Leiria:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/politecnico.de.leiria>
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/school/politecnicodeleiria/>
 - Instagram: https://www.instagram.com/politecnico_de_leiria/
 - Youtube: <https://www.youtube.com/c/Polit%C3%A9cnicodeLeiriaOficial>
- Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/isagronomia>
 - Twitter: <https://twitter.com/isagronomia>
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/school/instituto-superior-de-agronomia/>
 - YouTube: <https://www.youtube.com/user/institutoagronomia>
- Interreg-Poctep:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/poctep/>
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/poctep/>
 - Twitter: <https://twitter.com/poctep>

- YouTube:

<https://www.youtube.com/channel/UCOTzMDuLdFEs9VNfg8q4Urq>

O trabalho de comunicação levado a cabo através dos canais oficiais do projeto deve ser ampliado por meio dos parceiros. Assim, no conteúdo publicado, incluem-se menções aos perfis dos parceiros para que cada um deles possa partilhá-lo, clicar em “Gosto” e reforçar o alcance e a difusão do projeto.

A comunicação interna implicará também a gestão da comunicação com o **Secretariado Conjunto**, que será informado sobre o logótipo do projeto, o website, as redes sociais, todas as publicações, a divulgação nos meios de comunicação ou sobre a publicidade relevante do projeto (notícias, comunicados de imprensa, fotografias, reportagens, vídeos, etc.).

1.7. Comunicação externa

A variável da comunicação externa integra as ações que giram em torno da Internet, do *marketing* e da publicidade, com a finalidade de aproximar e estar em contacto com o público-alvo.

1.1.1. Website

O website deve ser o centro de comunicação principal do projeto e todas as ações devem fazer-lhe alusão. Desempenhará uma dupla função, informativa e documentativa:

- Albergará um espaço próprio para conhecer o funcionamento e as atividades desenvolvidas no projeto Albufeira e o programa que o cofinancia.
- Servirá de repositório de documentos e de bibliografia

O domínio do site será www.poctepalbufeira.org e estará disponível em três línguas: português, castelhano e inglês.

As suas secções serão as seguintes:

- Sobre Albufeira: descrição do projeto (apresentação, objetivos, parceiros e financiamento).
- Regiões hidrográficas: identificação e descrição de cada uma das zonas hidrográficas (Minho-Sil, Tejo, Douro e Guadiana) e um mapa de localização das principais massas de água partilhadas.
- Atividades e resultados: explicação da metodologia, da monitorização e dos objetivos, além de uma secção para a sensibilização e outra documentativa para registar os relatórios ou os documentos de resultados elaborados durante a execução do projeto.
- Biblioteca: glossário, legislação, relatórios e documentação associada, assim como a cartografia, o inventário de espécies (flora e fauna), todos os planos de gestão de região hidrográfica e a bibliografia.
- Comunicação: notícias, eventos, materiais e galeria de fotografias.

O website incluirá o acesso às redes sociais e o contacto no seu cabeçalho.

A página principal difundirá e dará a conhecer o projeto, comunicará as suas ações e ajudará a captar destinatários. Conterá também o logótipo Interreg, que deve ser visível ao entrar no site (sem que o utilizador tenha de exibir a página inteira, ou seja, sem fazer *scroll*).

Através do website, atualiza-se as informações do projeto e garante-se o acesso a todos os seus resultados.

O website oficial de cada parceiro também conterá informações sobre o projeto e um *banner* com um *link* que direciona para o portal.

1.1.2. Redes sociais

Além dos perfis dos parceiros nas redes sociais, a comunicação do projeto realizar-se-á através de páginas e perfis específicos.

Quanto às redes sociais, primeiro é preciso criar uma conta de correio eletrónico do projeto; socialmedia@pocstepcalbufeira.org, por exemplo. Servirá para criar as páginas e os perfis do Facebook, do Twitter e do YouTube, onde se conservarão os materiais audiovisuais das atividades do projeto.

Os três perfis serão criados com o nome do projeto, Poctep Albufeira.

A estratégia de conteúdo será idêntica nos três canais e obedecerá a uma regra que reserva 60 % das publicações para informações do projeto, as suas atividades, os seus progressos e resultados e 40 % para a temática do projeto e conteúdo de interesse para os públicos.

Os temas afins com o projeto são: rios e massas de água, espécies e habitats associados à água, natureza e Rede Natura 2000 e ambiente e sustentabilidade.

O conteúdo para o Facebook será a base dos *posts* que se completarão com outros *retweets* ou conteúdo de interesse.

Em cada rede social, publicar-se-á nos horários de maior audiência.

A frequência das publicações dependerá da dinâmica de cada rede. No Twitter, publicar-se-á diariamente e, no Facebook, semanalmente. Quando se organizar reuniões, seminários, jornadas ou outras atividades que permitam criar mais conteúdo ou a sua retransmissão, a frequência aumentará.

Para amplificar as publicações e a sua interação, os parceiros serão mencionados e deverão partilhar e fazer *retweet* do conteúdo e clicar em “gosto”. Na medida do possível, as publicações incluirão o *link* do website para conseguir visitas.

As contas do @pocstep também serão mencionadas quando houver eventos e informações sobre os progressos do projeto, com o objetivo de alcançar a maior difusão possível.

Este trabalho será levado a cabo através de uma abordagem bidirecional para criar um diálogo na rede, sobretudo no Twitter.

Todo o conteúdo deve incluir *hashtags*. Alguns exemplos são: #PoctepAlbufeira, #CooperaçãoEspanhaPortugal, #MassasdeÁgua, #ÁreasProtegidas e #MinhoSilTejoDouroGuadiana.

Rede social	Conteúdo	Frequência	Língua	Hashtags
Twitter	Atividades do projeto, resultados Conteúdo dos parceiros Outros temas de interesse	2 diários 2 diários 2 diários	Espanhol Português	Principais do projeto: #PoctepAlbufeira #CooperaçãoEspanhaPortugal #MassasdeÁgua #ÁreasProtegidas #MinhoSilTejoDouroGuadiana Assim como outras etiquetas consoante o conteúdo.
Facebook	Atividades do projeto, progressos, resultados Conteúdo dos parceiros Outros temas de interesse	2 por semana 1 por semana		
YouTube	Publica-se à medida que se cria conteúdo audiovisual			

1.8. Relações Públicas e gabinete

1.1.3. Gestão dos meios de comunicação

Um gabinete de comunicação informará os meios sobre as principais atividades de Albufeira.

Realizar-se-ão comunicados de imprensa à medida que o projeto avança e quando for necessário para destacar as atividades do projeto e o trabalho colaborativo das regiões, assim como os aspetos relevantes dos parceiros sobre o projeto. Para o efeito, os comunicados de imprensa serão enviados aos meios de comunicação para:

- Dar a conhecer a implementação do projeto e a organização de diferentes seminários.
- Dar a conhecer o envolvimento dos organismos que integram o projeto Albufeira.
- Explicar a metodologia e as atividades desenvolvidas de forma coordenada por Portugal e Espanha para proteger e promover as bacias hidrográficas partilhadas.
- Divulgar os relatórios científicos e técnicos, os estudos realizados e fomentar a transferência de conhecimento.
- Dar a conhecer as 4 regiões internacionais partilhadas, assim como as massas de água partilhadas de rios, albufeiras e águas de transição.
- Informar sobre os resultados do projeto.

Os comunicados de imprensa serão enviados aos meios generalistas (imprensa, rádio e televisão) e às agências de notícias. Também serão identificados meios especializados e entidades, redes e plataformas especializadas em investigação e divulgação científica, relacionadas com a política da água, e meios do setor hidrográfico e do âmbito da investigação e da proteção do ambiente.

É necessário incluir sempre, em todo o conteúdo criado, informações que indiquem que o projeto é cofinanciado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento

Regional (FEDER) através do Programa Interreg VA Espanha-Portugal (POCTEP) 2014-2020.

Os comunicados serão enviados aos parceiros para que, por meio dos seus próprios gabinetes, possam divulgá-los e maximizar os resultados.

Durante este trabalho, realizar-se-á uma monitorização dos resultados e um relatório de **clipping** dos comunicados enviados, para medir o impacto nos meios de comunicação.

1.1.4. Relações Públicas

É necessário organizar eventos para divulgar e maximizar a visibilidade do projeto Albufeira. Realizar-se-á:

- **Uma jornada de divulgação inicial**
- **Quatro seminários científicos e técnicos**
- **Um seminário de conclusão do projeto**

Juntamente com estes eventos, e para conseguir a máxima difusão com cada seminário, realizam-se ações de *e-mail marketing* e *telemarketing* para captar ouvintes, que podem ser complementadas com outras ações de comunicação e com o fomento de comunicação de cada parceiro. Também é necessário gerir, no que diz respeito à organização dos eventos, todos os fatores que influenciam cada ato: programa, conferencistas, ouvintes, materiais, difusão e recursos.

A participação em fóruns, eventos e conferências também realçará as atividades do projeto e os seus progressos e dará a conhecer os seus benefícios no território hidrográfico.

1.1.5. Publicidade

Para divulgar os quatro seminários do projeto, é necessário fazer publicidade na imprensa digital e escrita.



10. Responsáveis

Para desenvolver o projeto, cada parceiro designará uma pessoa responsável de comunicação, cujas funções serão a dinamização e a coordenação das ações do projeto, assim como a monitorização das ações individuais de cada parceiro, para garantir, assim, a coerência e a transparência.

COORDENAÇÃO	PARCEIRO	RESPONSÁVEL	CONTACTO
Direção-Geral da Água (DGA) de Espanha	Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico	Belén Calleja	bcalleja@miteco.es
	Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas	Neftalí Roblas Moreno	Neftali.Roblas@cedex.es
	Agência Portuguesa do Ambiente	Dora Barros	dora.barros@apambiente.pt
	Instituto Politécnico de Leiria	Alexandre Soares	alexandre.soares@ipleiria.pt
	Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa		

A seguinte tabela regista as entidades responsáveis da execução de cada uma das ações do plano de comunicação:



DIMENSÃO	ATIVIDADE	RESPONSÁVEL
Direção de comunicação	Plano de comunicação	DGA
Comunicação corporativa	Logótipo, manual e aplicações	DGA
	Material promocional	DGA
Comunicação interna	Reuniões e comunicação	Todos os parceiros
Comunicação externa	Website	DGA
	Redes sociais	DGA
	Publicidade	DGA
Gabinete e Relações Públicas	Seminário inicial	
	Seminários científicos e técnicos	
	Seminário de conclusão	



11. Calendário de execução

		2021				2022				2023	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
DIREÇÃO DE COMUNICAÇÃO											
	Plano de comunicação										
	<i>Reporting</i>										
	Avaliação final do plano										
COMUNICAÇÃO CORPORATIVA											
	Identidade corporativa, manual e aplicações										
	Material corporativo										
COMUNICAÇÃO INTERNA											
	Comunicação interna										
COMUNICAÇÃO EXTERNA											
	Website										
	Redes sociais										
	Publicidade										
RELAÇÕES PÚBLICAS E GABINETE											
	Gestão dos meios de comunicação										
	Eventos										



12. Indicadores

INDICADORES GLOBAIS		Quantidade
DE EXECUÇÃO FINANCEIRA		
Consumo do orçamento		100 %
DE EXECUÇÃO FÍSICA		
N.º de Planos de Comunicação		1
N.º de logótipos e manuais de identidade		1
N.º de materiais em papel		
Folha		1
Pasta		1
Carimbo		1
Assinatura de e-mail		1
Modelo de PPT		1
Modelo de DOC		1
<i>Merchandising</i>		
N.º de material promocional		
Folheto		2
Apresentação do projeto		2



Plotter	8
Cartaz	1
Modelo de <i>mailing</i>	1
Criações publicitárias	4
<i>Banner</i>	
Cabeçalhos das redes sociais	
Desenho web	1
N.º de reuniões internas	
N.º de websites	1
N.º de anúncios digitais	4
N.º de perfis sociais	3
N.º de publicações no Facebook	252
N.º de <i>tweets</i>	2520
N.º de vídeos no YouTube	
N.º de comunicados de imprensa	4
DE IMPACTO E RESULTADO	
N.º de menções nos meios de comunicação	16
N.º de inscritos nos eventos	150
N.º de visitas ao site	3000



N.º de pessoas alcançadas através da publicidade	4000
N.º de seguidores no Facebook	200
N.º de seguidores no Twitter	200
N.º de visualizações no YouTube	200



Depende das necessidades do projeto



13. Orçamento

A tabela a seguir regista o orçamento disponível para todas as ações de comunicação do projeto.

AÇÃO	€
PLANO DE COMUNICAÇÃO	
IDENTIDADE CORPORATIVA E MATERIAIS	
WEBSITE E REDES SOCIAIS	
PUBLICIDADE	
GABINETE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	
EVENTOS	
TOTAL	€

14. Avaliação

No âmbito do Plano de Comunicação, realizar-se-á uma **avaliação final** da estratégia implementada neste projeto. Elaborar-se-á um relatório para registar e apresentar os resultados, no qual deve constar, pelo menos, o grau de visibilidade e sensibilização do projeto Albufeira, assim como o papel desempenhado pela UE no quadro do programa Interreg VA Espanha-Portugal (POCTEP).

A avaliação deve medir o sucesso da execução e a eficiência no processo de consecução dos objetivos estabelecidos e facultará a identificação de melhorias da estratégia.

O grau de visibilidade do projeto Albufeira será avaliado através das estatísticas de visita e de uso da página web e da quantificação dos indicadores de comunicação definidos.

15. Legislação: responsabilidades na comunicação

Legislação de referência para a Informação e Comunicação:

- Regulamento (UE) n.º 1303/2013, artigos 115-117 (informação e comunicação) e anexo XII, pontos 2.2-5 (responsabilidades dos beneficiários).
- Regulamento de Execução (UE) n.º 821/2014, capítulo II, artigos 3, 4, 5 e anexo II – Os aspetos técnicos das medidas de informação e comunicação e as instruções para a criação do emblema da União e a definição das cores normalizadas, e as normas específicas e estabelecidas para aplicar a identidade gráfica do POCTEP 2014-2020.
- Regulamento de Execução (UE) n.º 255/2019 (artigo 1)
- Estratégia de Comunicação do Interreg VA Espanha-Portugal (POCTEP) 2014-2020
 - Orientações e normas relativas à informação, comunicação e visibilidade para projetos cofinanciados pelo POCTEP 2014-2020

Os pormenores sobre a legislação de comunicação da União Europeia podem ser consultados através do *link* <http://www.poctep.eu/es/2014-2020/comunicación>.

As seguintes **regras de informação e comunicação** são responsabilidade dos beneficiários no desenvolvimento do projeto Albufeira.

- Todas as ações e os materiais de Informação, Comunicação e Visibilidade (ICV) realizados no âmbito dos projetos cofinanciados pelo Programa devem incluir obrigatoriamente o logótipo do Programa Interreg Espanha-

Portugal (POCTEP) 2014-2020 para não comprometer a elegibilidade das despesas, juntamente com o logótipo de Albufeira em conformidade com o manual de identidade corporativa.

- Somente em casos excepcionais, é possível suprimir a referência ao Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), nos artigos de promoção muito curtos.
- Nos casos em que seja impossível incluir o logótipo (textos, algumas publicações científicas, gravações de rádio, etc.), deve incluir-se obrigatoriamente a menção ao Programa e ao FEDER.
- Incluir, nas páginas web dos beneficiários, informações sobre o projeto: nome e descrição breve (incluindo o valor total e o seu financiamento, calendário, parceiros, etc.), objetivos e resultados (fazendo referência à ajuda financeira da UE/FEDER/POCTEP).
- Colocar um cartaz informativo com um tamanho mínimo A3, num lugar bem visível para o público, e com informações sobre o projeto e a ajuda financeira da União (por exemplo, à entrada de um edifício).
- Em operações ou obras de infraestruturas em que a ajuda FEDER seja superior a 500 mil euros, colocar um cartaz temporal de tamanho significativo num lugar bem visível para o público. O cartaz deve seguir o modelo disponível no manual de identidade corporativa do projeto.
- Depois de terminar a operação, o beneficiário deve colocar, num lugar bem visível para o público, um cartaz permanente de tamanho significativo, no máximo três meses depois da conclusão do projeto. O cartaz deve seguir o modelo disponível no manual de identidade corporativa do projeto.
- Dispor de um registo cronológico de todas as ações de Informação e Comunicação realizadas, com exemplos (fotografias, trípticos, etc.) em formato papel e eletrónico das mesmas e de todos os materiais produzidos, evidenciando os elementos de publicidade obrigatórios.
- Incluir informações sobre os resultados das ações de Informação e Comunicação nos relatórios de evolução que acompanharão cada certificação de operação (pedido de pagamento).

Este *link* contém um resumo das principais regras de ICV vigentes no Programa Interreg VA Espanha-Portugal (POCTEP) 2014-2020, que complementa o manual de identidade corporativa e o manual de gestão de projetos do Programa (versão 7/0772021):

https://www.poctep.eu/sites/default/files/orientaciones_normas_icv_es_07_07_21_web.pdf



Interreg
España - Portugal



albufeira



Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

Una manera de hacer Europa

Cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
a través del Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020



www.poctepalbufeira.org

