



PROGRAMA DE
DESENVOLVIMENTO
RURAL 2014 · 2020



ESTRATÉGIA DE INFORMAÇÃO E PUBLICIDADE
PDR2020
2014 | 2020

[atualização de fevereiro de 2019]



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu Agrícola
de Desenvolvimento Rural

A Europa investe nas zonas rurais

ÍNDICE

ÍNDICE.....	2
I. ENQUADRAMENTO	3
II. OBJETIVOS DA ESTRATÉGIA E PÚBLICOS-ALVO	5
COM QUEM COMUNICAR?.....	6
MARCA PDR2020	7
DNA DA MARCA	7
COMPORTAMENTO EM APLICAÇÕES DE FUNDOS DE COR	8
COMPORTAMENTO FOTOGRÁFICO	9
FASES DA COMUNICAÇÃO	10
ÁREAS-CHAVE DA ESTRATÉGIA.....	11
MENSAGENS-CHAVE PDR2020	11
III. AÇÕES DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO.....	11
RELAÇÃO COM OS <i>MEDIA</i>	13
PRINCIPAIS PRODUTOS	13
REGRAS DE PUBLICITAÇÃO DOS APOIOS PDR2020	13
IV. MATERIAIS DISPONIBILIZADOS.....	14
V. RECURSOS HUMANOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA	15
VI. DESCRIÇÃO DA FUNÇÃO DA RRN E SINERGIAS COMUNICACIONAIS COM PDR2020	15
VII. SINERGIAS ENTRE A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO PDR2020 E A DO PORTUGAL 2020 ..	16
VIII. AVALIAÇÃO DA VISIBILIDADE E NOTORIEDADE DO PDR2020, DO FEADER E DA UE	17
IX. ORÇAMENTO INDICATIVO	19

I. Enquadramento

Portugal 2020, o Acordo de Parceria submetido à Comissão Europeia e adotado por Portugal em 30 de julho de 2014, estrutura as intervenções, os investimentos e as prioridades de financiamento fundamentais para promover no nosso país, o crescimento inteligente, sustentável e inclusivo no período 2014-2020. Ao contrário do que ocorreu nos anteriores períodos programáticos, o Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER) é, no decorrer deste período financeiro, parte integrante dos Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI), instrumentos financeiros essenciais de apoio ao desenvolvimento do país, de estímulo à inovação e competitividade, bem como à correção das assimetrias regionais que ainda persistem.

Nos termos do n.º 1 do Art.º 79.º do Decreto-Lei n.º 137/2014, de 12 de setembro, que estabelece o modelo de governação dos FEEI, a estratégia de comunicação do Portugal 2020, integra o plano global, os planos de cada fundo e de cada PO e de desenvolvimento rural, e é aprovada pela Comissão Interministerial de Coordenação do Portugal 2020, sob proposta da Agência, I.P., formulada em articulação com a Comissão de Coordenação Nacional FEADER e a Comissão de Coordenação FEAMP.

No caso específico do Programa de Desenvolvimento Rural 2014-2020, adiante designado por PDR2020, o Regulamento (CE) n.º 1305/2013, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro, relativo ao apoio ao Desenvolvimento Rural pelo Fundo Europeu Agrícola do Desenvolvimento Rural (FEADER), determina na alínea i), do artigo 66.º, a obrigação que impende sobre a Autoridade de Gestão de cada Estado Membro de fornecer informações sobre o respetivo Programa de Desenvolvimento Rural e sobre a sua fonte de financiamento (FEADER), assegurando a respetiva publicidade junto dos seus públicos.

Dispõe ainda o Artigo 13.º do Regulamento de Execução (EU) N.º 808/2014, de 17 de julho, ser responsabilidade da Autoridade de Gestão o desenho, implementação e avaliação do plano e estratégia de comunicação do PDR. Esta disposição é reforçada pelo disposto no Anexo III, do

mesmo Diploma, que refere ser da responsabilidade da Autoridade de Gestão velar para que o Programa de Desenvolvimento Rural seja amplamente publicitado, com informações claras, pormenorizadas e atualizadas sobre as contribuições FEADER, bem como pelo previsto na alínea h), do Artigo 31º, e nos nºs 3 e 4, do Artigo 79º, do Decreto-Lei Nº 137/2014, de 12 de setembro, que aprova o Modelo de Governação, pelo disposto na alínea i), do ponto 4, da Resolução de Conselho de Ministros Nº 59/2014, de 30 de outubro, que cria a Estrutura de Missão, e ainda de acordo com os nºs 2 a 5, do Artigo 27º, do Decreto-Lei Nº 159/2014, de 27 de outubro, que estabelece as regras gerais de aplicação dos Programas Operacionais e dos Programas de Desenvolvimento Rural financiados pelos Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI), para o período de programação 2014-2020.

O planeamento da estratégia PDR2020 reflete, assim, os pressupostos da Estratégia de Comunicação do Portugal 2020, elaborada pela Agência para o Desenvolvimento e Coesão em articulação com a Rede de Comunicação Portugal 2020 e aprovada pela Comissão Interministerial e Coordenação do Portugal 2020. O trabalho agora apresentado foi elaborado tendo presente um horizonte a sete anos. No entanto, importa relevar, que uma estratégia de comunicação não é um documento imutável, que, quando concluído, deve permanecer inalterado. Para manter a sua utilidade, é fundamental que o presente documento acompanhe o desenrolar do tempo de vida útil do Programa, introduzindo os ajustamentos que se considerem necessários, para manter a eficácia e eficiência do propósito para o qual foi criado: contribuir ativamente para uma perceção positiva da população em relação à aplicação do FEADER em Portugal, reforçando a imagem de um país que aposta na criação de valor na agricultura e na floresta, investindo nos territórios rurais, e percorrendo o caminho do crescimento preconizado pela estratégia «Europa 2020».

Para o planeamento estratégico da comunicação PDR2020 foi essencial o conhecimento e a experiência acumulada nesta área com o anterior quadro comunitário, sobretudo, no que concerne ao desenho e implementação das ações de comunicação para as 3 principais fases pelas quais o Programa irá atravessar, às quais irão corresponder diferentes intensidades de comunicação – Lançamento; Realização; Boas práticas e Encerramento.

No cumprimento do disposto no ponto 4, do Anexo XII, do Regulamento (UE) N.º 1303/2013, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro, na sua redação atual, e do Ponto 1.1, do Anexo III, do Regulamento de Execução (UE) N.º 808/2014, da Comissão, de 17 de julho, na sua redação atual, o presente documento organiza-se em nove pontos principais: objetivos da estratégia e públicos-alvo; ações de informação e comunicação; materiais disponibilizados; recursos humanos para implementação da estratégia; descrição da função da RRN e sinergias comunicacionais com PDR2020; sinergias entre a estratégia de comunicação do PDR2020 e do Portugal 2020; avaliação da visibilidade e notoriedade do PDR2020, do FEADER e da UE; e, por último, o orçamento indicativo para implementação do plano.

II. Objetivos da estratégia e públicos-alvo

O enfoque de atuação da comunicação PDR2020, sobretudo na fase de lançamento, deverá incidir na prestação de esclarecimentos aos seus públicos, de uma forma regular, eficaz e abrangente, privilegiando sempre o contacto direto com o seu público externo. A presença em feiras e outros certames, enfatizando exemplos práticos de projetos apoiados pelo anterior período programático (boas práticas) para estimular a qualidade de novos projetos, bem como a disponibilização de uma Linha Verde técnica de apoio, são ações incontornáveis quando se trabalha a comunicação das oportunidades proporcionadas pelo PDR2020, permitindo que a mensagem flua para uma fatia significativa dos seus públicos, de forma transparente, simples e direcionada, em nome da equidade do acesso aos apoios. A Autoridade de Gestão deverá desenvolver um conjunto de ações ajustadas a cada fase do tempo de vida útil do Programa, adequando-as em termos de incidência e intensidade à realidade em apreço, tendo como fio condutor os seguintes objetivos:

- ✓ Consolidar a imagem institucional PDR2020 e reforço da sua associação aos seus valores-guia: confiança /credibilidade / clareza / rigor / transparência;
- ✓ Divulgar o PDR2020, respetivas atualizações e primeiros resultados da sua implementação;
- ✓ Aumentar a perceção positiva sobre a aplicação do FEADER em Portugal;
- ✓ Incrementar a proximidade, duradoura, com os nossos beneficiários;

- ✓ Prestar todos os esclarecimentos sobre os apoios disponíveis aos potenciais beneficiários de projetos, com clareza, detalhe e atualidade;
- ✓ Acompanhar, informando, os beneficiários PDR2020 na execução do seu projeto;
- ✓ Zelar pelo cumprimento das obrigações dos beneficiários no que diz respeito à publicitação do financiamento dos seus investimentos e sensibilizá-los para a importância desta divulgação.

Com quem comunicar?

Público Interno

Tutela

Organismos intermédios e equiparados da tutela

Agência para o Desenvolvimento e Coesão

Autoridades de Gestão dos Programas Operacionais e dos restantes Programas de Desenvolvimento Rural

União Europeia e suas estruturas

Público Externo

Beneficiários e potenciais candidatos

Stakeholders (Autoridades regionais e locais | Organizações de Agricultores do sector agro-florestal | Instituições públicas com intervenção no sector)

Meios de Comunicação Social (Generalistas e Especialistas, de âmbito Nacional e Regional)

Opinion leaders

Público em geral

Marca PDR2020

A marca “PDR2020” remete-nos para os tons que habitualmente encontramos na natureza e aos quais associamos a agricultura – o verde dos campos e o azul do céu, utilizando um tipo de letra claro e elegante. Centra-se na construção de uma agricultura de proximidade e ligação com as comunidades locais; uma agricultura tecnologicamente evoluída; uma agricultura ambientalmente sustentável e que cuida dos recursos naturais; uma agricultura rejuvenescida, valores que nos são transmitidos pelo dinâmico último 0 do 2020, que propositadamente ficou a verde, por ser, simultaneamente, símbolo de esperança num futuro mais competitivo e sustentável para os territórios rurais e que mais diretamente relacionamos com a agricultura.

7



DNA da marca

- ✓ Competitividade
- ✓ Inovação
- ✓ Rigor
- ✓ Transparência

Comportamento em aplicações de fundos de cor

8



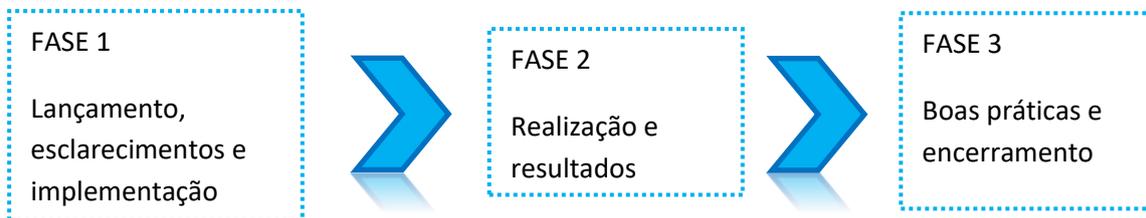
O SÍMBOLO/LOGÓTIPO DEVE SER APLICADO PREFERENCIALMENTE A CORES SOBRE FUNDO BRANCO. QUANDO TAL NÃO FOR POSSÍVEL, DEVE SER GARANTIDA A LEGIBILIDADE DO MESMO.

Comportamento fotográfico



O SÍMBOLO/LOGOTIPO DEVERÁ SER APLICADO SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS EM ZONAS HOMOGÉNEAS QUE NÃO INTERFIRAM COM A LEGIBILIDADE DO MESMO.

Fases da comunicação



10

Na Fase 1 podemos afirmar que arranque de um novo Programa rima com Esclarecer/Informar/Clarificar. O enfoque de atuação da comunicação esteve, assim, direcionado para a prestação de esclarecimentos aos seus públicos, de uma forma regular, eficaz e abrangente. Visou-se que, as oportunidades proporcionadas pelo PDR2020 chegassem a uma fatia significativa dos seus públicos, em nome da equidade do acesso aos apoios, pelo que a Autoridade de Gestão desenvolveu para o efeito um conjunto de ações.

Os anos de 2016/2018 foram marcados pela fase de consolidação do Programa, dando-se, agora, primazia comunicacional à divulgação dos resultados atingidos, através da publicação mensal de dados de execução e de Boletins Informativos trimestrais, bem como de edições temáticas específicas. Sem descurar o esclarecimento sobre os concursos já abertos, e os que ainda estão por lançar, procurando alcançar sempre novos candidatos. Este é o momento para implementar ações de divulgação que fidelizem os já beneficiários do fundo, disseminando junto dos mesmos e do público em geral o desempenho obtido pela aplicação do fundo, através da participação em conferências e colóquios, nomeadamente eventos organizados por associações de agricultores, produtores florestais e outras entidades ligadas ao Portugal 2020, permitindo à Autoridade de Gestão apresentar os resultados do Programa.

Nos últimos 2 anos (2019-2020), será privilegiada uma comunicação do melhor que o Programa terá ainda para oferecer em termos de apoios, de uma forma transversal a todo o Programa, exemplificando a aplicação mais adequada para o FEADER e fazendo a ponte para a necessidade de se continuar a apoiar o investimento no sector no quadro do próximo período de programação.

Áreas-Chave da Estratégia

Criação da identidade gráfica
Comunicação *online*
Comunicação de proximidade
Comunicação publicitária
Eventos e Relações Públicas
Parcerias entre entidades
Publicitação de beneficiários

11

Mensagens-Chave PDR2020

Transferir conhecimentos para o sector
Estimular a capacidade de inovar
Rejuvenescer o tecido produtivo
Aumentar o valor da produção
Promover a gestão do risco
Aumentar a concentração da oferta
Dinamizar os territórios rurais

III. Ações de informação e comunicação

Identificadas as linhas orientadoras da comunicação PDR2020, e de modo a alcançar os objetivos propostos, a estratégia de comunicação desenhou um plano de ações de informação, pontuais e de continuidade, que assentaram nas áreas-chave identificadas no capítulo anterior, e recorreram a distintas ferramentas de comunicação:

- ✓ *Contact Center* PDR2020 (endereço de correio eletrónico e linha telefónica gratuita (disponível entre 2014 a 2018)). Tendo em conta a fase de maturidade do Programa, e o elevado nível de compromisso das operações ligadas ao investimento não SIGC, entende-se ser, agora, mais oportuno que as questões sejam colocadas através de 3 formas:

- Consulta a FAQ publicadas no portal do PDR 2020: <http://www.pdr-2020.pt/site/FAQ>
 - Resposta direta no endereço de correio eletrónico;
 - Atendimento presencial, sempre que se justifique, a cargo dos Secretários e Coordenadores técnicos, dirigido dúvidas muito específicas (designadamente, prazos de execução, perenidade das operações, PALT, sanções, etc).
-
- ✓ Aplicação informática para telemóvel (*app mobile*) para acompanhamento das candidaturas pelos beneficiários/consultores e divulgação de informação do Programa.
 - ✓ Sessões de divulgação
 - Irá ter continuidade a participação da Autoridade de Gestão em sessões dependentes das Direções regionais de Agricultura e Pescas ou dos GAL, sempre que exista necessidade de esclarecer mudanças significativas;
 - Encontros com associações representativas (designadamente membros da Comissão de Acompanhamento), com regularidade periódica;
 - Ações de divulgação para agricultores, técnicos e consultores.
 - ✓ Presença nas principais feiras nacionais de agricultura e floresta.
 - ✓ Eventos a assinalar fecho de etapas importantes para o programa (Como foi por exemplo, a meta dos 1.000 projetos de Jovens Agricultores e de 600 de Pequenos Investimentos em junho 2016).
 - ✓ Produção de vídeo institucional.
 - ✓ A edição de brochuras explicativas para cada Ação/Operação do Programa. Estas publicações mereceram larga divulgação junto do nosso target interno e externo.

Relação com os Media

Foi privilegiado o contacto devidamente articulado com o Gabinete de Imprensa do Ministro da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural e da Agência para o Desenvolvimento e Coesão, permitindo uma maior eficiência de meios e eficácia na informação.

Principais produtos

- ✓ Estratégia de Informação e Publicidade do PDR2020
- ✓ Guia de Publicitação PDR2020

13

Regras de publicitação dos apoios PDR2020

A divulgação e publicitação dos apoios concedidos pelo FEADER constituem uma responsabilidade do Estado Membro, da Autoridade de Gestão e das Entidades Beneficiárias, conforme regulamentação da União Europeia:

- Regulamento da UE n.º 1303/2013, de 17 de dezembro, do Parlamento Europeu e do Conselho, na sua redação atual;
- Regulamento UE nº 1305/2013, de 17 de dezembro, do Parlamento Europeu e do Conselho na sua redação atual;
- Regulamento de Execução da UE nº 808/2014, de 17 de julho, da Comissão na sua redação atual.

As medidas de informação e comunicação sobre as intervenções do FEII têm por objetivo informar os cidadãos e os destinatários dos apoios sobre o papel desempenhado pela UE através do FEADER, assegurando a transparência relativa aos projetos e ao programa cofinanciado. Com o objetivo de apoiar os beneficiários no cumprimento destas regras, será produzido um Guia de Publicitação PDR2020, a publicar no Portal Oficial do PDR2020.

A barra de logótipos é uma das formas obrigatórias de publicitar os apoios. No âmbito da presente estratégia de comunicação, adota-se o seguinte:

- ✓ Utilização de três logos em projetos fora do âmbito LEADER (Programa de Desenvolvimento Rural do Continente, Portugal 2020 e União Europeia com referência ao fundo e respetivo lema)



- ✓ Utilização de quatro logos em projetos de âmbito LEADER (Programa de Desenvolvimento Rural do Continente, LEADER, Portugal 2020 e União Europeia com referência ao fundo e respetivo lema)



IV. Materiais disponibilizados

- ✓ Portal oficial do PDR2020
- ✓ Boletins Informativos PDR2020
- ✓ Boletins Temáticos PDR2020
- ✓ Balcão do Beneficiário do PDR2020
- ✓ Linha Verde gratuita de apoio técnico aos beneficiários e potenciais candidatos PDR2020 (de 2014 a 2018)
- ✓ Endereço de correio eletrónico exclusivamente dedicado à prestação de esclarecimentos técnicos aos beneficiários e potenciais candidatos PDR2020
- ✓ Brochuras
- ✓ Guias de Orientação
- ✓ *Merchandising* diverso

A comunicação do PDR 2020 terá em consideração a utilização de uma linguagem inclusiva, pelo que privilegia a linguagem paritária e não discriminatória, a produção de formatos de leitura

fácil, a criação de portais acessíveis a todos e a integração na gestão dos eventos - verificação das condições de acessibilidade ao espaço edificado.

V. Recursos humanos para implementação da estratégia

15

O organismo administrativo responsável pela aplicação das medidas de informação e publicidade do PDR2020 é o Secretariado Técnico da Autoridade de Gestão do PDR2020 – Área de Comunicação, complementado pelo apoio da Agência para o Desenvolvimento e a Coesão (AD&C – Núcleo de Comunicação e Documentação).

VI. Descrição da função da RRN e sinergias comunicacionais com PDR2020

A RRN tem como objetivo a ligação em rede das pessoas coletivas de natureza pública e privada, seus membros através de formalização de adesão, envolvidas no desenvolvimento rural, de âmbito nacional, regional e local, contribuindo para a divulgação e partilha de informação, de experiência e de conhecimento, e promovendo uma atuação que desenvolva a parceria e a cooperação em torno das ações a concretizar. Tendo como âmbito de intervenção todo o território nacional, integra nas suas áreas de intervenção a divulgação e informação com vista à execução dos programas de desenvolvimento rural.

A presente estratégia está a ser implementada em estreita articulação com o plano de comunicação da RRN.

VII. Sinergias entre a Estratégia de Comunicação do PDR2020 e a do Portugal 2020

Para o atual período programático, o PDR2020 beneficiou das sinergias estabelecidas pela Rede de Comunicação Portugal 2020 que, à semelhança do anterior quadro comunitário, integra os responsáveis de todos os programas temáticos, regionais e das regiões autónomas, bem como, atualmente, também dos Programas de Desenvolvimento Rural e PO Mar 2020.

A maximização de sinergias em matéria de comunicação e de publicitação será garantida pelo alinhamento das estratégias de comunicação do Portugal 2020 e dos diferentes Programas, pela cooperação em campanhas e eventos, pela concertação entre todos os PO e PDR e pelo compromisso do trabalho em rede. A Rede de Comunicação do Portugal 2020 constitui, por excelência, a instância que assegura esta articulação virtuosa.

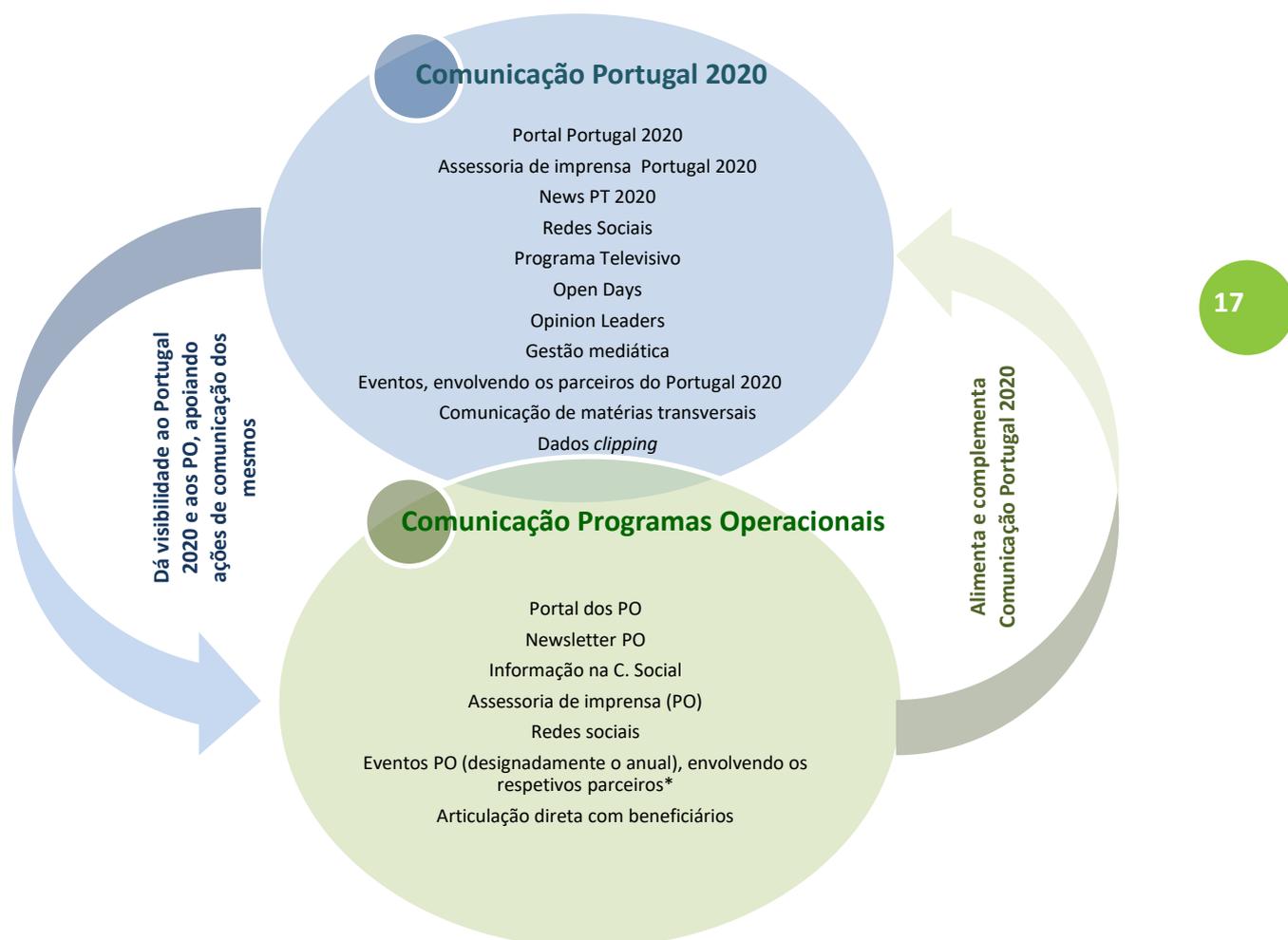


Figura 1: Sinergias entre as estratégias de comunicação do Portugal 2020 e do PDR2020

VIII. Avaliação da visibilidade e notoriedade do PDR2020, do FEADER e da UE

As ações de avaliação do desempenho da Estratégia de Comunicação PDR2020 constituem um instrumento para aferir da eficácia da comunicação deste Programa, fornecendo informações e conhecimento relevante para aferirmos o real impacto e resultados das realizações empreendidas.

De modo a aprofundar a eficácia da comunicação PDR2020, preconiza-se a realização de um inquérito e de uma sondagem de opinião, em 2020, dirigidos quer aos beneficiários, incidindo sobre o nível de transparência e grau de conhecimento do acesso aos fundos PDR2020; quer à opinião pública em geral, com enfoque sobre a alteração do nível de conhecimento do papel desempenhado pela União Europeia através dos fundos estruturais e deste programa.

Indicadores de Resultado	Unidade de medida	Tipo	Periodicidade de cálculo
Nível de perceção sobre a contribuição do FEADER para o desenvolvimento do sector agro-florestal	%	Resultado	2020
Nível de perceção sobre a razoável, boa ou muito boa aplicação do FEADER	%	Resultado	2020
Nível de perceção sobre a existência de informação suficiente sobre o FEADER e a sua aplicação	%	Resultado	2020
Índice de notoriedade da marca PDR 2020	%	Resultado	2020
Nº de notícias veiculadas	Nº	Realização	Anual/ semestral
NET AEV	Nº	Resultado	Anual
Inserções publicitárias, incluindo anúncios institucionais (somatório do nº de vezes que cada anúncio é publicado)	Nº	Realização	Anual/ semestral
Nº de visitantes do Portal PDR2020	Nº	Realização	Anual/ semestral
Nº de destinatários do Boletim Informativo PDR2020	Nº	Realização	Anual/ semestral
Nº de participantes nos eventos/feiras	Nº	Realização	Anual/ semestral

A avaliação dos indicadores constantes do plano de comunicação PDR2020 2020 deve ser realizada anualmente com informação constante dos relatórios anuais de execução submetidos à Comissão de Acompanhamento nos termos regulamentares. Esta avaliação será ainda analisada e apreciada pela rede de comunicação do Portugal 2020, que emitirá, se assim o entender, recomendações com vista ao cumprimento da estratégia de comunicação aprovada.

IX. Orçamento indicativo

Para garantir os objetivos propostos na presente estratégia prevê-se uma dotação indicativa de 3,2 Milhões de euros, que representa 4,4% do total de Despesa Pública alocada à Assistência Técnica PDR2020, excluindo a dotação atribuída à Rede Rural.