GUIA PARA A COMUNICAÇÃO DOS PROJETOS

(Atualizado em julho 2018)

A comunicação é uma ferramenta estratégica para os projetos do Espaço Atlântico e as respetivas atividades de comunicação devem sensibilizar para os investimentos efetuados pelo Programa Interreg Espaço Atlântico, através do Fundo Europeu para o Desenvolvimento Regional (FEDER). Faz parte das obrigações de um projeto aprovado garantir a transparência e a visibilidade das suas atividades e resultados, assim como demonstrar o seu impacto sobre os cidadãos e regiões do Espaço Atlântico.

Deste modo, os projetos são embaixadores do programa Interreg Espaço Atlântico e são capazes de influenciar as políticas e fomentar mudanças nos comportamentos de modo a produzir um impacto positivo sobre o espaço do Programa.

A presente ficha fornece orientações sobre cumprir os regulamentos da Comissão e os requisitos do Programa nesta matéria.

Indice

1. Implementação do processo de comunicação 2

2. Plano de comunicação 2

3 Requisitos legais 3

4. Responsabilidades do projeto 4

5. Apoio a projetos 5

6. Requisitos de comunicação 5

6.1 Imagem de marca do projeto 6

6.2 Combinação do emblema da UE com outros logotipos 7

6.3 Projetos na Internet 8

6.4 Eventos do projeto 8

6.5 Cartaz A3 9

Contacte-nos! 9

1. Implementação do processo de comunicação

É solicitado aos projetos que descrevam as atividades de comunicação a implementar em cada fase do ciclo do projeto.

No processo de candidatura

O formulário de candidatura prevê um pacote de trabalho específico para a comunicação do projeto. Nesta secção os projetos têm de demonstrar como vão comunicar as atividades e os resultados do projeto, identificando as principais iniciativas de comunicação, públicos-alvo, realizações, calendário e orçamento.

Na fase de implementação

Após a aprovação, os projetos devem cumprir as obrigações regulamentares relativas aos requisitos de informação e de comunicação da UE (consultar o ponto 3. Requisitos legais).

2. Plano de comunicação

Um plano de comunicação é útil para a parceria alcançar os objetivos principais do projeto, disseminar os resultados e informar os públicos sobre as suas realizações, sucessos e benefícios ao longo da vida útil do projeto.

O planeamento, a implementação e a avaliação são as três fases principais de um plano de comunicação, sempre centrado nos benefícios do projeto e adaptando a comunicação a diferentes grupos-alvo. O principal objetivo consiste sempre em reconhecer o valor do projeto.

As atividades descritas no plano têm de ser realizadas em conjunto com as atividades do projeto e refletir a contribuição e atividades de todos os parceiros. A estrutura de um plano de comunicação deve incluir pelo menos os seguintes elementos principais:

Objetivos de comunicação: são um mecanismo para alcançar o âmbito do projeto e devem ser definidos de forma clara, detalhada, exequível e mensurável. Trata-se do resultado de uma atividade, por exemplo:

- ✓ Sensibilização para a missão do projeto ou para a parceria envolvida;
- ✓ Sensibilização dos benefícios do projeto para os cidadãos ou para uma população específica;
- ✓ Disseminação das realizações dos projetos;

- ✓ Mudar a perceção para a solução de um problema comum;
- ✓ Mudar o comportamento de uma população específica.

Grupos-alvo: o plano deve identificar claramente a quem se dirigem as atividades de comunicação - deve ter em consideração o público externo, mas também o público interno, por exemplo, a parceria do projeto. O Chefe de Fila, em particular, desempenha um papel importante na promoção de um bom fluxo de comunicação no seio da parceria, essencial para o sucesso do projeto. Isto irá contribuir para um maior envolvimento da equipa e para promover a veiculação de uma mensagem comum.

Mensagens: o que o grupo-alvo precisa de saber/aprender? Divulgar 2 ou 3 mensagens principais sobre o projeto; uma mensagem resume os objetivos principais do projeto com foco em aspetos específicos.

Táticas: que atividades concretas serão implementadas para alcançar a audiência e comunicar as realizações do projeto? Por exemplo: páginas *web*, redes sociais, eventos, publicações, vídeos, documentários, comunicação com os meios de comunicação social.

Calendário: pode basear-se nos marcos gerais do projeto e define o momento em que serão realizadas as atividades.

Orçamento: orçamento indicativo com discriminação de atividades para implementação do plano de trabalho.

Avaliação: a forma como o plano de comunicação será avaliado de modo a acompanhar e rever as realizações do projeto e, se necessário, reajustar a estratégia de comunicação durante o ciclo de vida do projeto.

3. Requisitos legais

- ✓ A secção 2.2 do Anexo II do Regulamento relativo às disposições comuns (UE) N.º 1303/2013 estabelece as responsabilidades dos beneficiários relativamente às medidas de informação e de comunicação para o público.
- ✓ Os Artigos 4.º, 5.º e Anexo II do Regulamento de Execução da Comissão (UE) N.º 821/2014 estabelecem as regras de conformidade com a visibilidade e de apoio FEDER da UE.
- ✓ O Contrato de Subvenção estabelece as responsabilidades e obrigações dos beneficiários em termos de publicidade, comunicação e imagem de marca de projetos.

Se os projetos não cumprirem as responsabilidades legais relativas aos requisitos de visibilidade

e publicidade nos materiais de comunicação, quaisquer despesas associadas poderão ser consideradas não elegíveis e poderá dar lugar à devolução dos fundos pagos indevidamente.

4. Responsabilidades do projeto

Cada projeto deve nomear um **responsável de comunicação** que deverá desenvolver e implementar um plano de comunicação e, além disso, estabelecer processos para envolver todos os parceiros nas atividades de comunicação. Este fará a ligação com o Secretariado Conjunto (SC) para efeitos de comunicação.

A seguinte lista das principais responsabilidades do projeto em termos de comunicação não substituir a leitura atenta dos documentos e regulamentos mencionados.

1. Todas as ações de informação, comunicação e imagem de marca previstas pelo projeto, incluindo apresentações em conferências ou seminários, devem reconhecer o apoio financeiro de fundos do FEDER através do Interreg Espaço Atlântico (consultar o ponto 6. Requisitos de comunicação).

2. Estas ações serão levadas a cabo em conformidade com os regulamentos legais citados anteriormente, com a versão mais recente do Formulário de Candidatura Aprovado (*Project Approved Form* - PAF), com o Manual do Programa e com quaisquer outras orientações que possam ser fornecidas pelo Programa sobre esta matéria.

3. Qualquer notícia ou publicação relativos ao projeto, sob qualquer forma e por quaisquer meios, incluindo a Internet, tem de referir que apenas reflete a visão do autor e que as autoridades do Programa não se responsabilizam por qualquer utilização que possa ser feita da informação contida nos mesmos.

4. Cada parceiro assume também total responsabilidade pelo conteúdo de qualquer notícia, publicação ou produto de marketing fornecido à Autoridade de Gestão (AG) e será responsabilizado caso uma terceira parte reivindique uma indemnização por danos. O parceiro deverá indemnizar a AG caso esta sofra quaisquer danos devido ao teor do material publicitário e informativo.

5. O Chefe de Fila deverá garantir que os parceiros do projeto cumprem todas as obrigações de publicidade, comunicação e imagem de marca (por exemplo, a utilização do logótipo do Programa, os requisitos de informação, organização de eventos, etc.).

6. As autoridades do Programa estão autorizadas a publicar, através de qualquer tipo de meio, a seguinte informação sobre o projeto: contactos de projetos (Chefe de Fila e parceiros), nome do projeto, atividades e objetivos, localização geográfica das atividades realizadas,

datas do projeto, financiamento FEDER e custo elegível total, resumos dos relatórios de progresso e finais.

7. O Chefe de Fila deverá informar o SC sobre qualquer campanha de comunicação, aparecimento nos meios de comunicação social ou qualquer outra publicidade do projeto para eventuais atualizações da página *web* ou exposições.

8. O Chefe de Fila deverá fornecer ao SC informação estatística do projeto, artigos promocionais, publicações, *newsletters*, conteúdos para material em formato digital ou impresso, fotografias e vídeos necessários para levar a cabo as atividades de comunicação do Programa.

9. A AG, em nome do Comité de Acompanhamento e de outros promotores do Programa a nível nacional, tem direito de utilizar os resultados do projeto de modo a garantir uma vasta disseminação das atividades e produtos do projeto, assim como disponibilizá-los ao público.

5. Apoio a projetos

Após a aprovação do projeto, o SC fornece orientações e formação para ajudar os projetos a realizar atividades de comunicação eficazes.

O SC também fornecerá uma série de ferramentas de comunicação com modelos e conselhos práticos sobre como lidar com a comunicação ao longo de todo o ciclo de vida do projeto, por exemplo:

- ✓ Guia para a comunicação dos projetos;
- ✓ Manual de identidade;
- ✓ Logotipos editáveis;
- ✓ Template de poster A3
- ✓ Sugestões para utilização das redes sociais, organização de eventos, publicações em formato digital e impresso, relações com a imprensa.

Este envolvimento prévio e regular ajudará a garantir que os fundos da UE não correm o risco de serem devolvidos à Comissão devido a sanções e que a cobertura mediática alcançará públicos mais abrangentes, incluindo o público em geral.

6. Requisitos de comunicação

O programa Interreg Espaço Atlântico possui um logotipo em linha com a marca conjunta Interreg

para promover a cooperação territorial europeia. Este logotipo combina a marca Espaço Atlântico (símbolo e cores), o emblema da União Europeia e faz referência ao FEDER.

Este logotipo foi atualizado em julho de 2018, tendo sido aumentado o tamanho da bandeira da UE, permitindo assim aos projetos e parceiros ter mais visibilidade na representação dos seus logotipos em ações de comunicação desenvolvidas, ao mesmo tempo que reconhece o apoio da UE (ver secção 6.2 Combinação do emblema da UE com outros logotipos). A versão atualizada do logotipo do programa é a seguinte:

Por favor tome nota: O logotipo anterior do programa (com o emblema da UE mais pequeno) mantém-se igualmente válido e os materiais de comunicação já produzidos continuam a ser elegíveis, desde que estejam em conformidade com o regulamento relevante.

O Manual de Identidade para a utilização do logotipo do Programa e símbolos de prioridades temáticas encontram-se disponíveis na página *web* para download.

6.1 Imagem de marca do projeto

O logotipo do projeto pode basear-se no logótipo do Programa acrescentando o acrónimo do projeto na cor da prioridade temática correspondente (**logótipo de projeto integrado**) – esta opção é altamente recomendada pelo Secretariado Conjunto. A versão editável de logotipo de projeto integrado para cada prioridade temática, encontra-se disponível na página *web* para download. Esta medida reforça a identidade e o apoio do Programa e da União Europeia.

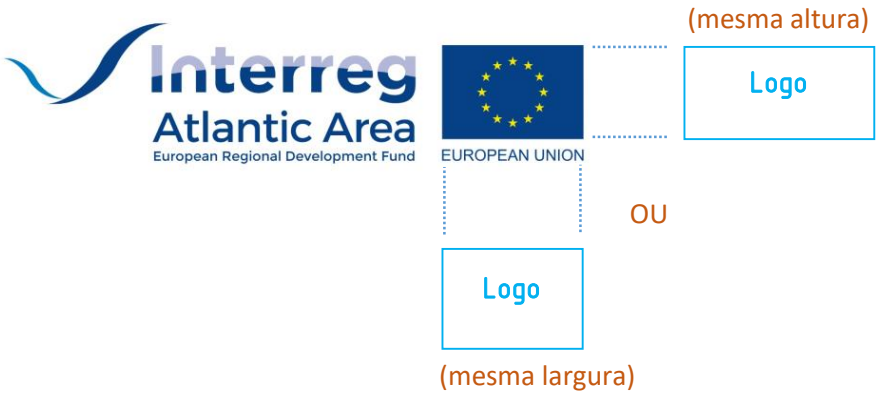
Os projetos podem, no entanto, desenvolver a sua marca, identidade ou logotipo próprio. Nesses casos, **o logotipo "Interreg Atlantic Area" (Interreg Espaço Atlântico) tem de ser sempre exibido** em todos os materiais de comunicação (em formato impresso ou digital, por exemplo, publicações, *newsletters*, folhetos, manuais, apresentações, material promocional, vídeos, pequenos materiais), tem de estar numa posição visível e nunca pode ser de tamanho inferior ao de qualquer outro logótipo incluído no mesmo material. O logotipo "Interreg Atlantic Area" assegura o reconhecimento do apoio da UE e do cofinanciamento FEDER.

Nos casos em que não seja possível exibir este logotipo, os projetos devem utilizar a seguinte frase:

> ***"Este projeto é cofinanciado pelo Programa Interreg Espaço Atlântico através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional"***

6.2 Combinação do emblema da UE com outros logotipos

O Artigo 4, n.º 5 do Regulamento de Execução (UE) n.º 821/2014 estabelece que "Se outros logotipos forem exibidos além do emblema da União, este último deve ter, pelo menos, a mesma dimensão, medida em altura ou largura, que o maior dos outros logotipos.", i.e o logotipo do projeto ou outros logotipos institucionais não podem ser maiores (mais altos ou mais largos) do que a bandeira da EU. Apresenta-se um exemplo de aplicação desta norma:



Exceção: Um logotipo que não tenha uma ligação institucional, política ou económica clara, que seja meramente um elemento de design enquanto parte de uma ação de comunicação, pode ser maior do que o emblema da UE.

Para mais informações, consulte o Manual de Identidade, secção '2.5 Combinação com outros logótipos', assim como *Guidance on the correct use of the EU emblem on projects communication*.

6.3 Projetos na Internet

Recomenda-se vivamente que os projetos **criem uma página *web*** ou utilizem a página *web* da organização do Chefe de Fila para promover as suas atividades, resultados, ferramentas ou realizações. Esta página *web* deverá apresentar uma **descrição da evolução** do projeto, incluindo os seus objetivos e resultado. Deve também realçar o apoio financeiro europeu exibindo o logotipo **Interreg Atlantic Area**, que garante informação do financiamento do FEDER e do apoio da União Europeia, além de uma ligação à página *web* do Programa.

Nota: O artigo 4, nº 3 do Regulamento de Execução 821/2014 estabelece que quando um emblema da União é representado num site, deverá ser visível quando se chega a esse site, dentro da área de visualização de um dispositivo digital, sem ser necessário que o utilizador faça scroll down na página.

A página *web* "Interreg Atlantic Area" (www.atlanticarea.eu) disponibiliza uma página por projeto aprovado apresentando a seguinte informação:

- ✓ Visão geral do projeto (acrónimo, nome, prioridade/objetivo, orçamento, parceria, contactos);
- ✓ Descrição do projeto, objetivos e resultados.

Recomenda-se igualmente que os projetos disseminem informação sobre as respetivas atividades e resultados em redes sociais como o Facebook, Twitter, Youtube, Instagram ou outras relacionadas. O Programa Espaço Atlântico possui uma página no Facebook e uma conta no Twitter. Pode seguir-nos para saber mais sobre as temáticas e as atividades relacionadas com o Programa e com a implementação dos projetos.

6.4 Eventos do projeto

Deve ser organizado um evento de lançamento no início do projeto e um evento final na conclusão da implementação do projeto. O público de ambos os eventos não deve ser limitado aos grupos-alvo do projeto, mas deve ser o mais amplo possível.

De modo a garantir a visibilidade do Programa, o **logotipo de projeto integrado** ou o logotipo **Interreg Atlantic Area** deve ser utilizado em todos os documentos dirigidos aos participantes nos eventos (por exemplo, agendas, lista de participantes, apresentações, *stands* de exibição, etc.). Os projetos são encorajados a colocar a bandeira da UE nas salas de reuniões de todos os eventos.

6.5 Cartaz A3

Cada beneficiário do projeto deve colocar um cartaz (tamanho mínimo A3) num local facilmente visível pelo público, tal como a zona de entrada de um edifício. Este deve conter informação sobre o projeto e o logotipo "Interreg Atlantic Area". O cartaz deve permanecer visível durante todo o período de duração do projeto. O programa disponibiliza um modelo de cartaz para cada prioridade temática, disponível para download na página web.

Contacte-nos!

Caso necessite de mais informação sobre os regulamentos da UE ou requisitos do Programa em termos de comunicação, por favor contacte:

Carla GUIMARÃES
Secretariado Conjunto, Responsável de comunicação
Tel: +351 226 080 114 | Email: carla.guimaraes@atlanticarea.eu