



## A comunicação dos projetos

### Índice

|   |   |
|---|---|
| 1. A comunicação como fator essencial de sucesso num projeto .....              | 2 |
| 2. A estratégia de comunicação de um projeto .....                              | 2 |
| 3. O papel da pessoa responsável pela comunicação do projeto.....               | 3 |
| 4. Branding (marca) e visibilidade.....   | 3 |
| 4.1 Os logótipos do projeto .....   | 4 |
| 4.2 Visibilidade em edifícios e infraestruturas .....                           | 5 |
| 5. Alojamento da página de internet dos projetos no site interreg-sudoe.eu..... | 5 |
| 6. Material de comunicação vs artigos promocionais.....                         | 6 |
| 7. Consequências financeiras pelo não cumprimento da normativa .....            | 7 |
| 8. O apoio do Secretariado Conjunto .....                                       | 7 |

## 1. A comunicação como fator essencial de sucesso num projeto

A comunicação eficiente define-se como a forma de transmitir através da qual todas as partes envolvidas (emissor e destinatário) ganham.


A comunicação é, portanto, um dos elementos-chave de um projeto. Não é apenas um instrumento para comunicar os resultados alcançados. Aporta uma mais valia às soluções implementadas pelo projeto e permite aumentar o seu impacto.

Além das realizações obtidas, as atividades de comunicação dos projetos Interreg procuram promover uma maior visibilidade e uma maior transparência na utilização dos fundos FEDER da União Europeia, e também demonstrar o valor acrescentado da cooperação europeia para os cidadãos e territórios.

Portanto, os beneficiários dos projetos Interreg Sudoe, o Beneficiário Principal como o resto da parceria, devem ter em consideração a importância da comunicação, estabelecendo uma estratégia de comunicação aplicável ao mesmo tempo que o resto das atividades do projeto.

## 2. A estratégia de comunicação de um projeto

A secção 7.2.2 da ficha 4 do Guia do Sudoe estabelece a maneira em que a comunicação prevista pela parceria do projeto deve ser descrita no formulário de candidatura (fase 2). Devido à sua importância na execução do projeto e o seu papel na obtenção e divulgação dos resultados, a comunicação é avaliada na segunda fase através do critério de avaliação nº 5 (plano de trabalho e comunicação) a partir da seguinte questão de avaliação:

 Em que medida as atividades de comunicação são apropriadas para alcançar os grupos-alvo e as partes interessadas?

- A avaliação valorará se os objetivos de comunicação são pertinentes e se contribuem para os objetivos específicos do projeto.
- A avaliação determinará se as atividades de comunicação, assim como as realizações, são adequadas para alcançar os grupos-alvo e partes interessadas pertinentes.

Uma vez aprovado o projeto, a descrição das ações de comunicação deverá ser consolidada através da elaboração duma estratégia de comunicação. Este documento será elaborado por toda a parceria do projeto, sob a orientação da pessoa responsável pela comunicação do projeto.

Esta estratégia de comunicação será desenhada para assegurar a coerência entre os objetivos da comunicação, os destinatários aos quais se destinará e a mensagem a ser divulgada. Uma vez definidos estes três elementos-chave, a parceria terá de confirmar os meios e canais de comunicação mais apropriados, tendo em conta as limitações a respeitar, tais como a planificação, o orçamento, os recursos, etc.

Para mais informação sobre o desenvolvimento da estratégia de comunicação, consultar o Guia de comunicação que será fornecido às pessoas responsáveis pela comunicação após a aprovação do projeto.











A estratégia de comunicação deve ser submetida ao Secretariado Conjunto no prazo de 6 meses após a aprovação do projeto. Será igualmente verificada no âmbito das atividades anuais de acompanhamento e avaliação dos projetos realizada pelo Secretariado Conjunto, tal e como é descrito na Ficha 10.

### 3. O papel da pessoa responsável pela comunicação do projeto

Pelo anterior exposto, a comunicação requer recursos humanos e um orçamento adequado. Para este fim, é necessário designar uma pessoa responsável pela comunicação dentro de cada parceria de projeto e desde o início do mesmo. Esta pessoa deve estar envolvida mesmo na fase de preparação do projeto, porque as atividades de comunicação são descritas em cada grupo de tarefas do formulário de candidatura e estão sujeitas a uma questão de avaliação específica (critério de avaliação nº 5, consultar texto oficial de cada convocatória de projetos). Esta pessoa, designada no formulário de candidatura (segunda fase), pode ser um membro do pessoal da entidade do Beneficiário Principal ou de outra entidade beneficiária do projeto.

A pessoa responsável da comunicação deve estar familiarizada com as ferramentas de comunicação atuais e possuir as competências necessárias para realizar todas as tarefas inerentes a esta função. A pessoa responsável pela comunicação deve estar plenamente consciente dos objetivos específicos do projeto e dos resultados esperados para garantir a correta aplicação da estratégia de comunicação tendo em conta todas as atividades previstas.

Entre outras coisas, a pessoa responsável da comunicação deve:

-  Desenhar a estratégia de comunicação do projeto em coordenação com os beneficiários do mesmo.
-  Coordenar e executar todas as atividades de comunicação do projeto previstas na estratégia.
-  Assegurar que os beneficiários do projeto cumprem os requisitos de visibilidade (ver ponto 4 desta ficha).
-  Assegurar que a informação partilhada nos diferentes canais de difusão do projeto seja coerente com a estratégia de comunicação.
-  Monitorizar e atualizar o conteúdo da página do projeto no website do Sudoe (mais informação no ponto 5).
-  Monitorizar e atualizar o conteúdo das contas de redes sociais do projeto, caso existam.
-  Apoiar e coordenar outros responsáveis de comunicação dos diferentes parceiros, conforme o caso.
-  Assegurar que o Secretariado Conjunto Interreg Sudoe seja o destinatário de toda a informação e resultados do projeto para que possa partilhá-los através dos seus canais de difusão.
-  Participar nas atividades do Secretariado Conjunto e nas formações dadas aos responsáveis da comunicação dos projetos aprovados.
-  Participar e colaborar nas atividades de comunicação do Programa.

### 4. Branding (marca) e visibilidade

O *Branding* é o processo pelo qual uma marca é construída, ou seja, o conjunto de elementos que criam a mensagem representativa e através do qual a marca é reconhecida graficamente pelo seu público-alvo. Descreve todas as medidas adotadas para aumentar o seu valor de reconhecimento.

Até agora, os principais elementos de marca nos projetos Interreg têm sido o logótipo, os ícones das prioridades do Programa, as cores ou o estilo utilizado nos textos promocionais. A fim de continuar esta homogeneização dos Programas e projetos Interreg e de proporcionar uma maior visibilidade dos programas a um público mais vasto, a harmonização da marca Interreg será prosseguida durante o período 2021-2027. Isto contribuirá para aumentar o reconhecimento dos programas Interreg, o valor acrescentado da cooperação e os resultados obtidos com os fundos FEDER.

As medidas definidas pelo Programa Interreg Sudoe, e em conformidade com os regulamentos em vigor (Anexo IX do Regulamento (UE) n.º 2021/1060), terão de ser seguidas por todos os projetos cofinanciados pelo Programa.

## 4.1 Os logótipos do projeto






Os logótipos do projeto estão baseados no logótipo do Programa Interreg Sudoe. O Secretariado Conjunto fornecerá a cada projeto, uma vez assinado o Acordo de Concessão FEDER, o seu logótipo personalizado do projeto num ficheiro digital para usar durante todo o período de execução. Este logótipo cumpre os requisitos de comunicação e visibilidade estabelecidos nos Regulamentos (UE) n.º 2021/1059 (Art. 36) e (UE) n.º 2021/1060 (Art. 47 e Anexo IX). Por outro lado, o manual de identidade visual fornecido com o logótipo detalhará todas as regras a serem seguidas para a sua correta utilização.

As diretrizes de harmonização do Programa não permitem a criação de logótipos específicos para cada projeto. É necessário destacar que os custos de criação de um logótipo específico para o projeto não são, em consequência, elegíveis.

No entanto, a criação de um logótipo específico pode ser considerada apropriada em alguns casos particulares. Neste sentido, se um projeto desenvolve uma realização que, pela sua natureza ou carácter perene ao fim do projeto, requer a criação de um logótipo, a parceria pode prever a criação de um logótipo específico desta realização obtida do projeto. Isto deve figurar no formulário de candidatura e incluir-se na justificação do plano financeiro. No entanto, antes de iniciar a sua criação e para que os custos inerentes sejam elegíveis, deverá confirmar a sua aceitação por parte da Autoridade de Gestão através do Secretariado Conjunto.


Como exemplo, se um projeto dedicado à prevenção de catástrofes climáticas no Sudoe lançasse uma aplicação digital para a população e Autoridades, a criação do logótipo seria permitida a fim de tornar a realização facilmente reconhecível.

Finalmente, relembramos que o logótipo do projeto deve aparecer em todos os documentos e suportes produzidos pelo projeto e que são destinados ao público ou aos participantes, por exemplo em (lista não exaustiva):

-  Publicações e outros documentos do projeto.
-  Vídeos.
-  Portais Web e outras páginas da Internet.
-  Redes sociais.
-  Cartazes, posters, etc.

## 4.2 Visibilidade em edifícios e infraestruturas


Várias regras devem ser aplicadas, para a visibilidade dos projetos financiados, nas instalações físicas e em edifícios, nomeadamente em função do montante dos projetos.

 Obrigação para todas as entidades beneficiárias, independentemente do montante do projeto.

Cada beneficiário de um projeto Interreg Sudoe deve afixar um cartaz mínimo em tamanho A3 ou um cartaz eletrónico equivalente num local facilmente visível pelo público (por exemplo, à entrada de um edifício). Este cartaz deve apresentar informações sobre o projeto, destacando o apoio concedido pelo FEDER.

O Secretariado Conjunto fornecerá aos projetos em formato digital um modelo de cartaz com a informação necessária para ser mencionado, uma vez assinado o Acordo de Concessão FEDER.

A prova da exposição (foto e imagem do cartaz) deve ser fornecida com a apresentação da primeira declaração de despesas da entidade. Outras especificações podem ser encontradas na correspondente tarefa em eSudoe.

 É obrigatória a colocação de placas ou painéis publicitários duráveis para uma realização física que envolva investimentos materiais, a compra de equipamento ou a instalação de equipamento adquirido com um custo superior a 100.000 euros.

A placa ou painel com informações sobre o projeto deve ser instalado desde início do investimento ou da aquisição do equipamento. Ambos devem ser visíveis ao público no local onde se encontram.

Uma prova da presença da placa ou do painel (foto e imagem da placa ou do painel) deverá ser oferecida ao apresentar as despesas correspondentes.

A mesma regra aplica-se a operações em que a realização física envolve investimentos materiais, a compra de equipamento ou a instalação de equipamento adquirido com um custo superior a 500.000 euros. Neste caso, a placa ou cartaz publicitário deve ser permanente.

## 5. Alojamento da página de internet dos projetos no site interreg-sudoe.eu

Uma vez assinado o Acordo de Concessão FEDER, cada projeto receberá os seus dados de acesso ao gestor de conteúdos, hospedado no site de internet do programa Interreg Sudoe 2021-2027, a fim de administrar e atualizar a página relacionada com o seu projeto. Esta página do projeto, tal como o site de internet do Programa Sudoe, estará disponível em espanhol, francês, português e inglês.

Cada página terá uma arquitetura uniforme e apresentará a informação essencial do projeto (parceria, orçamento, calendário, objetivos, atividades e resultados). Vários módulos complementares estarão disponíveis para publicar os eventos, realizações e resultados do projeto à medida que estes ocorrem.

A página de internet de cada projeto deve ser publicada no prazo de 3 meses após o fornecimento dos dados de acesso com o objetivo de ser atualizado regularmente. Cada parceria deve fornecer os recursos necessários para a atualização da página de internet do projeto (por exemplo, recursos humanos, tradução, etc.). A pessoa responsável pela comunicação do projeto pode ser a pessoa designada para realizar esta tarefa, mas também é possível que outra pessoa de um outro beneficiário do projeto tenha esta responsabilidade.

Os projetos não têm de prever os custos de criação, de hospedagem ou de manutenção do seu site de internet, uma vez que estes serviços são cobertos pelo Programa Interreg Sudoe. A criação de um site de internet próprio de um projeto não é elegível.

No entanto, se o projeto requer o desenvolvimento de um site internet como parte da solução ou realização do projeto para a construção de redes, de uma base de dados, de uma plataforma, de uma aplicação, etc., cuja vida útil se prolongue para além da duração do projeto, a criação desta ferramenta, o seu alojamento, etc. deve figurar no formulário de candidatura e na justificação do plano financeiro, se aplicável. Contudo, antes de iniciar a sua criação e para que as despesas inerentes sejam excecionalmente elegíveis, deverá confirmar a sua aceitação por parte da Autoridade de Gestão através do Secretariado Conjunto.





## 6. Material de comunicação vs artigos promocionais

A fim de realizar as suas atividades de divulgação e comunicação, cada projeto pode adquirir material de comunicação e, ocasionalmente, artigos promocionais.

Por material de comunicação, o Programa considera os produtos como roll-ups, cartazes, etc. ou qualquer outro documento que apresente a informação do projeto (brochuras, folhetos, etc.). Estes materiais são necessários para permitir a correta disseminação e apresentação do projeto em eventos ou atividades destinadas ao público-alvo do projeto e os seus custos são elegíveis no âmbito do Programa. No entanto, a parceria deve assegurar que este material é respeitoso com o meio ambiente, que a produção ou impressão deste material é a mais exata possível e que os custos são razoáveis. Por outro lado, este material deve respeitar as normas de imagem visual do logótipo do projeto e deve incluir a menção de cofinanciamento da União Europeia, etc. como é indicado no ponto 4.1 desta ficha.

Os artigos promocionais (produtos conhecidos também como “godies”) mais comuns são canetas, blocos de notas, sacos, pen USB, pastas, canecas, garrafas, T-shirts, etc. Estes objetos ou gadgets são geralmente oferecidos como presentes aos participantes dos eventos organizados no âmbito do projeto.

Estes objetos só podem ser produzidos se forem realmente necessários para as atividades de comunicação do projeto e se servem para a estratégia de comunicação do projeto. Para este efeito, apenas são aceites os seguintes objetos:

-  Lápis e canetas.
-  Blocos de notas e cadernos.
-  Sacos (feitos de material reciclável, como algodão ou papel).
-  USBs com ficheiros digitais de apresentação do projeto.

- Objetos indispensáveis para a realização de uma reunião ou de um evento do projeto (cartões de identificação, marcadores, produtos de restauração, etc.).

Estes objetos devem ser feitos de material amigo do ambiente, duradouro e reutilizável. Além disso, a produção deverá ser feita em quantidade moderada e a um custo aceitável.

Se o projeto desejar produzir artigos promocionais não listados acima, a parceria deverá solicitar a aprovação prévia da Autoridade de Gestão através do Secretariado Conjunto antes de efetuar uma encomenda. Neste caso excecional, os custos inerentes a estes artigos promocionais podem ser elegíveis uma vez obtido o acordo.

Estes objetos promocionais devem, de maneira obrigatória, cumprir as normas de imagem visual do logótipo do projeto e devem incluir a menção de cofinanciamento da União Europeia, etc. como indicado no ponto 4.1 da presente ficha.

## 7. Consequências financeiras pelo não cumprimento da normativa

Os beneficiários devem assegurar que cumprem todas as regras descritas nesta ficha e nos Regulamentos (UE) n.º 2021/1059 (Art. 36) e (UE) n.º 2021/1060 (art. 47 e Anexo IX). Caso contrário, a Autoridade de Gestão pode anular até 2% da ajuda FEDER concedida ao beneficiário que não tenha respeitado estas regras, em conformidade com o Artigo 36.6 do Regulamento (UE) 2021/1059.

Estas regras figuram igualmente nos artigos 4, 5, 16 e 17 do Acordo de Colaboração e nos artigos 6 e 14 do Acordo de Concessão FEDER.

## 8. O apoio do Secretariado Conjunto

O Beneficiário Principal do projeto e a pessoa responsável pela comunicação do projeto podem contar com o apoio do responsável de comunicação do Secretariado Conjunto na implementação da comunicação do projeto. Podem enviar as suas perguntas para aconselhamento ou orientação sobre como cumprir os requisitos descritos nesta ficha. Devem igualmente enviar sistematicamente toda a informação e produtos (através de eSudoe) obtidos no âmbito do projeto.

Como acima mencionado, o Secretariado Conjunto colocará à disposição dos responsáveis pela comunicação:

- O logótipo do projeto e o seu manual de instruções.
- Os códigos de acesso ao gestor de conteúdo da página de internet do projeto hospedado no site de internet do Programa.
- Um guia de comunicação com conselhos e recomendações para a realização das atividades de comunicação.

Por outro lado, os responsáveis pela comunicação serão convidados a participar em diferentes atividades específicas: grupos de trabalho, debates e intercâmbios entre os responsáveis de comunicação dos projetos, formações sobre temas específicos, etc.