



23.27

pepac

Plano Estratégico da
Política Agrícola Comum

PLANO DE DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Ficha técnica

Título: PEPAC Portugal 2023-2027 | Plano de Divulgação e Comunicação

Edição: GPP - Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral

Praça do Comércio, 1149-010 Lisboa

www.gpp.pt

Data de Edição: abril 2023

Versão: 3



Índice

Enquadramento	5
Estratégia de Comunicação	8
Visão Estratégica do PEPAC.....	9
Objetivos da estratégia de comunicação.....	9
Segmentação e posicionamento	10
Etapas da comunicação	11
Prioridades da estratégia de comunicação.....	12
Princípios da comunicação externa	12
Marca PEPAC.....	13
Identidade Visual.....	14
Normas Gráficas	15
Regras de aplicação da marca PEPAC	17
Ações de Comunicação.....	20
Áreas-chave da comunicação.....	21
Planeamento das Atividades.....	22
Ações a desenvolver	24
Estratégia de <i>Media</i>	25
Regras de publicitação dos apoios PEPAC	26
Materiais e suportes disponibilizados	26
Implementação.....	28
Estrutura de implementação	29
Articulação com a Rede Nacional da PAC.....	29
Monitorização e avaliação	30
Orçamento Indicativo.....	30

Abreviaturas

- **AG** – Autoridade de Gestão
- **AGN** – Autoridade de Gestão Nacional do PEPAC
- **AG PEPAContinente** – Autoridade de Gestão do PEPAC no Continente
- **AG PEPAC Açores** – Autoridade de Gestão do PEPAC na Região Autónoma dos Açores
- **AG PEPAC Madeira** – Autoridade de Gestão do PEPAC na Região Autónoma da Madeira
- **AG Regionais** – Autoridades de gestão regionais
- **AKIS** – Sistema de conhecimento e inovação da agricultura
- **CNFA 2030** – Comissão Nacional dos Fundos Agrícolas 2030
- **DGADR** – Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural
- **FEAGA** – Fundo Europeu Agrícola de Garantia
- **FEADER** – Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural
- **GAL** – Grupos de Ação Local
- **GPP** - Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral
- **IFAP, I.P.** – Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P.
- **IVV** – Instituto da Vinha e do Vinho, I.P.
- **NP** – Norma de Procedimento
- **OI** – Organismos Intermédios
- **OP** - Organismos Pagador
- **OT** – Orientação Técnica
- **OTE** – Orientação Técnica Específica
- **PAC** – Política Agrícola Comum
- **PEI** – Grupos Operacionais
- **PEPAC** – Plano Estratégico da Política Agrícola Comum
- **PEPAC Portugal** – Plano Estratégico da PAC para Portugal
- **UE** – União Europeia



Enquadramento

O Plano Estratégico da Política Agrícola Comum para Portugal (PEPAC) para o período de 1 de janeiro de 2023 a 31 de dezembro de 2027, materializa os apoios públicos proporcionados pelos fundos agrícolas – Fundo Europeu Agrícola de Garantia (FEAGA) e Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER).

Atendendo ao novo período de programação e considerando as recomendações e disposições da regulamentação europeia referente aos fundos europeus e aos Planos Estratégicos da PAC, devem ser estabelecidos os objetivos, as prioridades, o âmbito da comunicação e público-alvo, as orientações e procedimentos, assim como o planeamento das atividades a desenvolver e definição da intervenção das entidades envolvidas no âmbito da divulgação e comunicação do PEPAC. Deve ser planeada a monitorização e avaliação dos resultados e impacto das ações desenvolvidas e os meios para a sua concretização.

As normas de execução dos requisitos em matéria de informação, divulgação e promoção da notoriedade respeitantes ao apoio da União e aos planos estratégicos da PAC são estabelecidas no [Regulamento de Execução \(UE\) 2022/129 da Comissão de 21 de dezembro de 2021](#), de acordo com o artigo 123.º, n.º 2, alíneas j) e k) do [Regulamento \(UE\) 2021/2115 do Parlamento Europeu e do Conselho](#), devendo ser salvaguardados os requisitos de informação, divulgação e promoção da notoriedade mediante ações de comunicação.

De acordo com as disposições do modelo de governação dos fundos europeus em Portugal, nos termos do artigo 71.º do [Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro](#), o Plano de Divulgação e Comunicação do PEPAC deve assegurar um amplo envolvimento dos interessados, garantir que todos os potenciais beneficiários e interlocutores sejam informados de forma clara, precisa e acessível no que se refere aos objetivos, intervenções e condições de acesso e financiamento, assim como as condições, regras e procedimentos para a sua operacionalização.

O Plano de divulgação e comunicação do PEPAC deve refletir o planeamento das ações necessárias e o estabelecimento de meios para a disponibilização da informação sobre a implementação do PEPAC Portugal a nível nacional e regional.

A elaboração do plano de divulgação e comunicação do PEPAC Portugal é da responsabilidade do órgão de coordenação, de acordo com a alínea p) do número 1 do artigo 56.º do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, a Autoridade de Gestão Nacional (AGN), sendo aprovado pela Comissão Nacional dos Fundos Agrícolas (CNFA 2030), de acordo com a alínea e) do artigo 54.º do referido Decreto-Lei. Nos termos da

alínea k) do art.º 60º, as Autoridades de Gestão do Continente e Regionais participam na elaboração e asseguram a execução do plano de divulgação e comunicação do PEPAC, garantindo o cumprimento das obrigações previstas em matéria de informação e publicidade.

As ações a desenvolver no âmbito da divulgação e informação no âmbito do PEPAC são financiadas pela Assistência Técnica, para todo o período de programação, integrando as atividades elegíveis das entidades com responsabilidades nestas funções.

O Plano de divulgação e comunicação do PEPAC Portugal integra os seguintes domínios:

- Estratégia e prioridades
- Marca PEPAC
- Ações de Comunicação
- Implementação
- Avaliação

Para o cumprimento dos requisitos de informação, divulgação e promoção da notoriedade, deve ser salvaguardada a aplicação das correspondentes normas e a devida coerência e articulação na transmissão da informação entre as entidades e estruturas envolvidas e na comunicação externa.

Nesse sentido, devem ser estabelecidos procedimentos específicos que salvaguem as obrigações de comunicação nos seguintes eixos de atuação:

- Identidade e notoriedade
- Informação e publicidade institucional
- Comunicação interinstitucional



Estratégia de Comunicação

Visão Estratégica do PEPAC

O PEPAC Portugal 2023-2027 tem por base o conceito de uma **gestão ativa de todo o território** baseada numa produção agrícola e florestal inovadora e sustentável.

A operacionalização das intervenções definidas no Plano Estratégico pressupõe uma atuação ao nível das seguintes vertentes, visando a prossecução dos objetivos da PAC em Portugal:

- **Atividade Produtiva** – Suportada no princípio de uma “gestão ativa” do território
- **Solo** – Como principal ativo dos agricultores e produtores florestais e associado ao uso dos restantes recursos naturais
- **Conhecimento** – Desenvolvimento do setor baseado no conhecimento
- **Sustentabilidade** – Económica, social e ambiental, permitindo assegurar a resiliência e a vitalidade das zonas rurais

Objetivos da estratégia de comunicação

Deve ser desenvolvido um conjunto de ações ajustadas a cada fase do período de vida útil do PEPAC, adequando-as em termos de incidência, garantindo os seguintes objetivos:

- Promover a identidade institucional do PEPAC em estreita ligação com os valores da credibilidade, clareza, rigor e transparência;
- Aumentar a perceção do impacto da aplicação dos fundos europeus agrícolas em Portugal;
- Divulgar aos potenciais interessados sobre as possibilidades oferecidas pelo PEPAC, bem como as regras de acesso ao respetivo financiamento;
- Disponibilizar aos agricultores e outros beneficiários informação clara, precisa e atual sobre as respetivas obrigações decorrentes da concessão do apoio e requisitos obrigatórios a aplicar ao nível das explorações agrícolas;
- Assegurar que a informação deve ser disponibilizada ao público em formatos abertos e ser acessível através de pesquisa *online* de informação pública;
- Incrementar a proximidade com os beneficiários, acompanhando e informando sobre a execução dos projetos;

- Assegurar o cumprimento das obrigações dos beneficiários no que se refere à publicitação do financiamento dos seus investimentos e sensibilizá-lo para a importância dessa divulgação.

Segmentação e posicionamento

A divulgação do PEPAC deve salvaguardar a informação aos seguintes tipos de audiência e público-alvo:

Audiência	Público-alvo
<ul style="list-style-type: none"> • Tutela • Órgãos de coordenação e de gestão • Organismos intermédios e equiparados • Comissão Europeia 	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficiários e potenciais candidatos • <i>Stakeholders</i> (Autoridades regionais e locais, Organizações de agricultores do setor, Instituições públicas com intervenção no setor nacionais e comunitárias) • Empresas de consultoria • Meios de Comunicação Social • <i>Opinion Leaders</i> • Público em Geral

De acordo com as disposições regulamentares, deve ser salvaguardado que é disponibilizada informação ao nível de:

- a) Potenciais beneficiários, as organizações profissionais, os parceiros económicos e sociais, os organismos envolvidos na promoção da igualdade entre homens e mulheres e as organizações não-governamentais interessadas, incluindo as organizações ambientais, acerca das possibilidades oferecidas pelo plano estratégico da PAC e das regras de acesso ao respetivo financiamento;
- b) Agricultores, outros beneficiários e o público em geral sobre o apoio concedido pela União no sector da agricultura e do desenvolvimento rural através do plano estratégico da PAC.

Etapas da comunicação

A divulgação e comunicação do PEPAC Portugal é implementada de forma faseada ao longo do período de vigência do PEPAC Portugal 2023-2027 de acordo com as seguintes linhas orientadoras, visando a resposta às prioridades e objetivos definidos na estratégia e a adequação aos recursos e meios disponibilizados.



Lançamento e Implementação – 2023/2024

Fase de arranque da implementação do plano estratégico, sendo a comunicação direcionada para a promoção da notoriedade e informação e esclarecimento do público-alvo, garantindo a sua abrangência, equidade, regularidade e eficácia. Integra o desenvolvimento de um conjunto de ações de comunicação adequadas à operacionalização das intervenções do PEPAC a curto/médio prazo, recorrendo a um conjunto diversificado de meios (multiplataforma) e utilizando as boas práticas dos programas anteriores, designadamente a divulgação dos resultados da avaliação *ex-ante* e avaliação ambiental estratégica do PEPAC.



Mobilização e fidelização – 2025/2026

Fase de maturação da implementação do PEPAC, priorizando-se a divulgação dos resultados atingidos, paralelamente ao esclarecimento sobre as intervenções disponibilizadas, integrando os concursos abertos e a lançar. Nesta fase devem ser implementadas ações de comunicação que promovam a fidelização dos beneficiários, divulgando-se junto dos mesmos e do público em geral o desempenho obtido pela aplicação dos fundos.



Boas práticas e Encerramento - 2027

Fase de comunicação sobre os resultados da implementação mais adequada dos apoios do PEPAC, promovendo a alavancagem e impacto das boas práticas. Nesta fase devem ser implementadas ações de comunicação que consolidem a relevância dos apoios disponibilizados e dos resultados obtidos, designadamente a divulgação dos resultados da avaliação do PEPAC, tendo em vista a programação posterior.

Prioridades da estratégia de comunicação

Considerando a visão estratégica do PEPAC, o planeamento e desenvolvimento da sua comunicação, deve ter associadas as seguintes prioridades, refletindo-se nas abordagens e nas ações a implementar:

- Gestão ativa do território
- Rejuvenescimento do tecido produtivo
- Rendimento, resiliência e equidade
- Inovação na produção agrícola
- Sustentabilidade económica, social e ambiental
- Desenvolvimento do setor baseado no conhecimento

Princípios da comunicação externa

Comunicação do PEPAC Portugal tendo uma abordagem com base nos seguintes princípios:

- **Centrada nos beneficiários** – Ações de comunicação com foco na resposta às necessidades dos grupos-alvo, em coerência com os objetivos e prioridades definidas;
- **Coerência** – Alinhamento e racionalidade na informação disponibilizada;
- **Transparência** – Disponibilização de informação clara, precisa e atual sobre os apoios disponíveis e os requisitos obrigatórios;
- **Oportunidade** – Disponibilização de informação pertinente no tempo adequado, dirigida em tempo real a audiências específicas, ou num espaço temporal que permita a maximização do impacto previsto;
- **Fidelização** – Construção de conteúdos criativos, relevantes e adequados, de forma a gerar envolvimento por parte do público-alvo, recomendando-se o desenvolvimento e gestão de estratégia de *marketing* de conteúdos e de processos de *search engine optimization* (SEO);
- **Eficiência** – Foco dos recursos nas prioridades e nas ações com maior impacto na comunicação;
- **Acessibilidade** – Salvaguarda que todos os utilizadores têm acesso equitativo à informação.



Marca PEPAC

Identidade Visual

O desenvolvimento do conceito de identidade visual para o PEPAC Portugal 2023-2027 tem por base a visão estratégica definida, integrando os elementos associados aos eixos de intervenção, realçando a atuação no território nacional, na atividade produtiva e na sustentabilidade.

A **marca PEPAC** integra os elementos gráficos associados à identidade do território e aos recursos naturais, remetendo os tons para os elementos associados à atividade agrícola sustentável - o verde em tonalidades distintas e o azul. Tem associados elementos de identificação do Plano Estratégico e do período de intervenção. Tem inerente o conceito de inovação, de proximidade, de rejuvenescimento, salvaguardando uma produção competitiva, mas ambientalmente sustentável.



ADN da marca



- Crescimento / Inovação / Sustentabilidade

De forma a salvaguardar a coerência da utilização da identidade do PEPAC a nível nacional, encontram-se estabelecidos os suportes de imagem principal do Plano Estratégico, assim como as declinações para aplicação ao nível de cada área de intervenção territorial – Continente, Região Autónoma dos Açores e Região Autónoma da Madeira.



Normas Gráficas

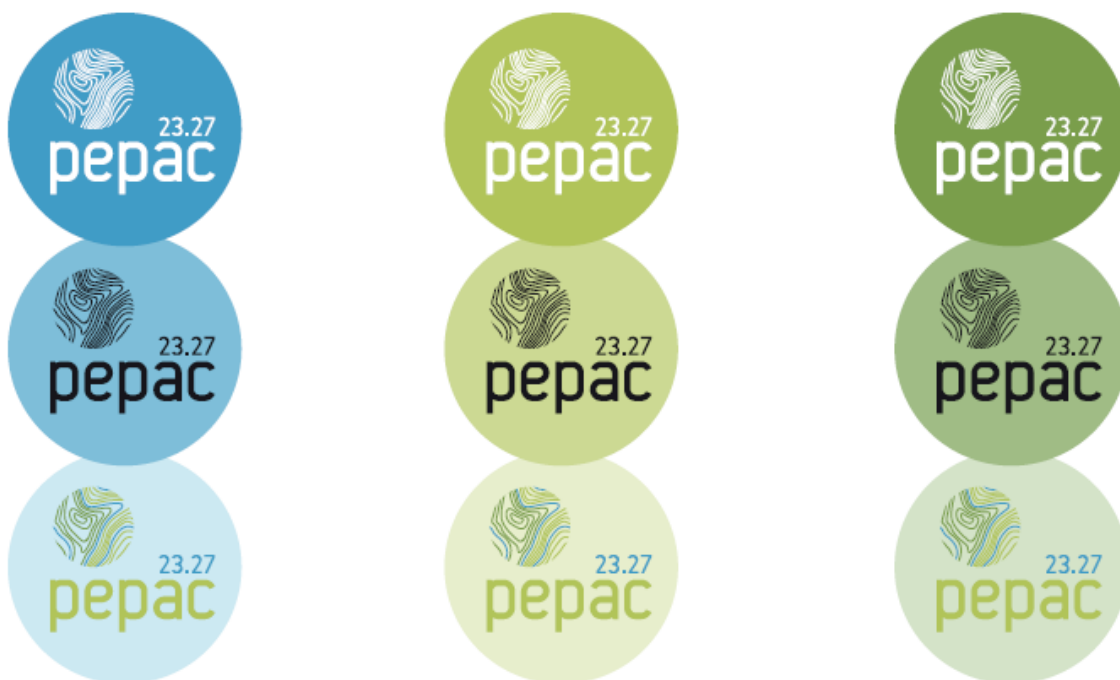
Nos termos previstos nas regras de gestão para as ações a desenvolver no âmbito da divulgação e comunicação do PEPAC Portugal, são definidas as normas gráficas para a marca PEPAC, disponibilizando-se o respetivo **Manual de Normas Gráficas**.

 <p>23.27 pepac Plano Estratégico da Política Agrícola Comum</p>	 <p>23.27 pepac Plano Estratégico da Política Agrícola Comum</p>
 <p>23.27 pepac Plano Estratégico da Política Agrícola Comum Continente</p>	 <p>23.27 pepac Plano Estratégico da Política Agrícola Comum Continente</p>
 <p>23.27 pepac Plano Estratégico da Política Agrícola Comum Açores</p>	 <p>23.27 pepac Plano Estratégico da Política Agrícola Comum Açores</p>
 <p>23.27 pepac Plano Estratégico da Política Agrícola Comum R.A. Madeira</p>	 <p>23.27 pepac Plano Estratégico da Política Agrícola Comum R.A. Madeira</p>

Comportamento em aplicações de fundos de cor

O logótipo deve ser aplicado preferencialmente a cores sobre fundo branco. Quando tal não for possível, deve ser garantida a legibilidade do mesmo, podendo ser utilizado o logótipo em formato positivo ou negativo.

Cores principais

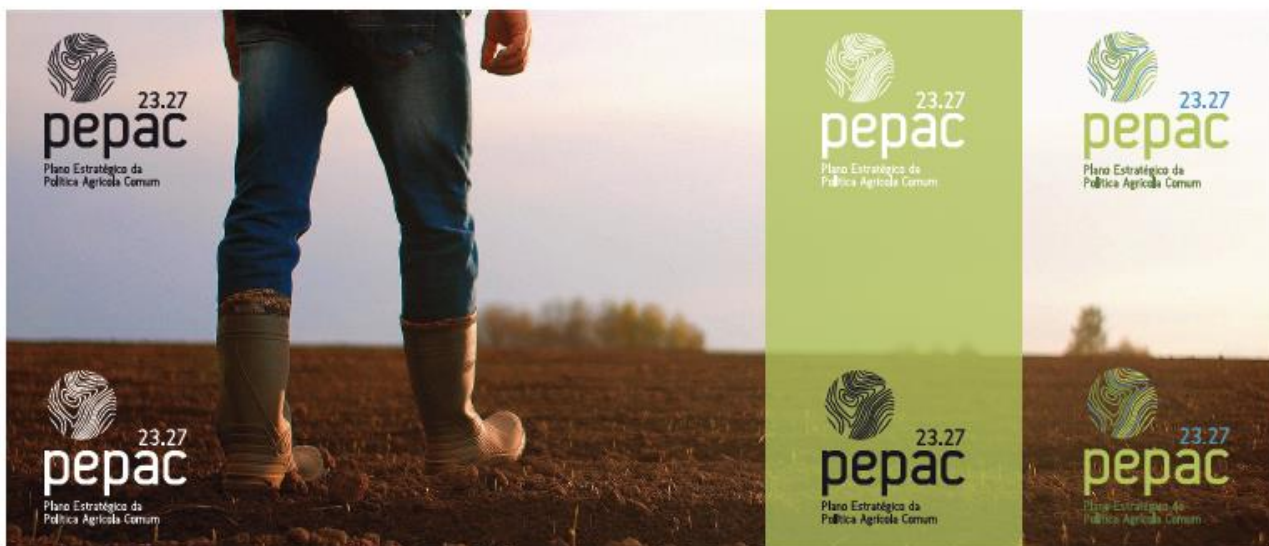


Outras cores



Comportamento fotográfico

O comportamento cromático do logótipo deverá ter como base o maior contraste possível, salvaguardando sempre a melhor leitura da marca. Nesse sentido, o logótipo deve ser aplicado sobre fundos fotográficos em zonas homogéneas que não interfiram com a legibilidade do mesmo.



No seu desenho original, o logótipo e as respetivas declinações só podem ser usados por terceiros mediante autorização prévia da AGN.

Regras de aplicação da marca PEPAC

Tendo em vista facilitar o cumprimento das normas em termos de publicitação dos apoios, é definida a composição das barras de logótipos a utilizar em cada situação específica.

Em regra, a barra de logótipos é construída com o logótipo do PEPAC, seguido da insígnia da República Portuguesa e do emblema da União Europeia (UE) com referência por extenso à UE e aos Fundos Europeus Agrícolas.

No caso do Continente e das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, pode ser utilizada na barra a declinação do logotipo do PEPAC com a referência ao território, junto com o emblema da UE com a referência por extenso a cofinanciado pela União Europeia ou, em alternativa, o logotipo do PEPAC, com a insígnia da República Portuguesa ou da R.A. Madeira ou do Governo Açores e o emblema da UE com a referência por extenso a cofinanciado pela União Europeia.

Barra a utilizar na publicitação PEPAC a nível nacional



UNIÃO EUROPEIA
Fundos Europeus Agrícolas

Barra a utilizar nas intervenções PEPAC no Continente/R.A. Açores/R.A. Madeira



**Cofinanciado pela
União Europeia**



Governo dos Açores



**Cofinanciado pela
União Europeia**



**Cofinanciado pela
União Europeia**

Publicitação pelos beneficiários

O apoio da UE deve ser sempre evidenciado em todos os suportes, meios e materiais associados à publicitação das intervenções no âmbito do PEPAC.

Em suportes físicos e digitais¹ a visibilidade é efetuada através da publicação da barra de logótipos correspondente, garantido a declaração expressa do apoio pela UE através dos Fundos Europeus Agrícolas. Em contexto áudio, a referência ao apoio é efetuada pela utilização da expressão “Intervenção apoiada pelo PEPAC e União Europeia através dos Fundos Europeus Agrícolas” ou “Projeto apoiado pelo PEPAC e União Europeia através dos Fundos Europeus Agrícolas”.

Nas barras de logótipos, o emblema da UE não pode ter, em caso algum, dimensão inferior em altura à dos outros logótipos (relacionados com o cofinanciamento ou com outros apoios como patrocínios, *media partners* ou outros). A posição e dimensão do logótipo PEPAC devem ser adequadas à escala do material ou documento utilizado, devendo ser respeitadas as regras do [Manual de normas gráficas](#) disponibilizado no sítio web / PEPAC da AGN.

As regras referentes à publicitação das intervenções que beneficiem de apoios do PEPAC em Portugal para o período 2023-2027, podem ser consultadas no [Guia de Informação e Comunicação para o Beneficiário](#), disponível no sítio *web* / PEPAC da AGN.

Os ficheiros correspondentes às barras de logótipos (a cores ou em monocromia nos seus distintos formatos), insígnias e emblema da UE, modelos de cartazes, painéis, placas e ficha de projeto, são disponibilizados nos sítios *web* / PEPAC da AGN, AG PEPAContinente, AG Regionais e Organismos Intermédios.

A informação ao público sobre os apoios dos fundos constitui uma obrigação de todos os beneficiários, acompanhando a execução dos projetos e, em casos específicos, deve também observar-se depois dos projetos concluídos.

¹ Exemplos de suportes físicos: Placas, painéis, cartazes, telas, documentos, brochuras, folhetos, convites, programas, anúncios, objetos promocionais, etc
Exemplos de suportes digitais: Sítios web, redes sociais, anúncios, vídeos, *spots* TV, painéis, etc



Ações de Comunicação

Áreas-chave da comunicação

A divulgação e comunicação do PEPAC Portugal deve ter associada uma estrutura assente em boas práticas e integrar a identidade visual, de forma a assegurar a coerência e transparência da informação disponibilizada e a articulação entre as estruturas responsáveis pela coordenação e gestão do Plano Estratégico.

1. Identificação das atividades a desenvolver

Mapeamento das ações a empreender de âmbito transversal e de acordo com os eixos e intervenções do PEPAC, identificando-se os objetivos, indicadores a monitorizar, metas a atingir, frequência, meios e suportes a utilizar.

2. Calendarização das atividades

Estabelecimento do cronograma com programação temporal das ações a realizar e respetiva periodicidade.

3. Procedimentos no âmbito da comunicação e articulação

Para além do estabelecimento da identidade visual do PEPAC Portugal, deve ser assegurada a disponibilização de procedimentos e recomendações ao nível da sua utilização tanto a nível institucional, como por parte dos beneficiários das intervenções e ações do Plano Estratégico, decorrentes dos requisitos regulamentares.

4. Desenvolvimento dos meios e suportes de comunicação

Decorrendo das linhas orientadoras, fase associada à estratégia de comunicação e atividades a realizar, são desenvolvidos os procedimentos para a utilização integrada de distintas ferramentas de comunicação.

A estratégia de comunicação do PEPAC é concretizada mediante a operacionalização de ações de comunicação enquadradas nas seguintes áreas-chave:

1. Identidade gráfica
2. Comunicação digital
3. Comunicação de proximidade
4. Publicidade institucional
5. Iniciativas e eventos públicos
6. Comunicação interinstitucional
7. Publicitação de beneficiários

Planeamento das Atividades

ETAPA	Área chave	Objetivo	Tipologia de Ação	Ações	Produtos
Etapa 1	Identidade gráfica	Comunicação e promoção da notoriedade do PEPAC	Conceção de marca e <i>branding</i>	Desenvolvimento da Identidade institucional do PEPAC Portugal	Marca PEPAC – Manual de normas gráficas
				Divulgação da identidade do PEPAC	Materiais de comunicação e promoção da notoriedade do PEPAC
Etapa 1	Comunicação digital	Comunicação da informação sobre as intervenções previstas no PEPAC, bem como as regras de acesso ao financiamento	Criação e gestão de plataforma <i>online</i>	Desenvolvimento dos sítios <i>web</i> / PEPAC	Sítios <i>web</i> / PEPAC da AGN/GPP, AG Continente, AG Regionais e OI
Gestão dos sítios <i>web</i> / PEPAC					
Etapas 1, 2 e 3			Gestão de plataformas <i>online</i>	Gestão de informação nos sítios <i>web</i> / PEPAC	
Etapa 1	Comunicação digital e de proximidade	Disponibilizar aos organismos intermédios e aos beneficiários, as informações necessárias para, respetivamente, o exercício das suas competências e a realização das operações.	Divulgação de informação técnica	Divulgação dos objetivos, dos eixos, dos domínios e intervenções do PEPAC Portugal	Guias PEPAC
Etapa 1					Brochura com arquitetura PEPAC Portugal
Etapas 1 e 2					Brochuras / folhetos por eixos e intervenções / conteúdos áudio e vídeo
Etapas 1, 2 e 3	Publicidade institucional	Disponibilizar aos organismos intermédios e aos beneficiários, as informações necessárias para, respetivamente, o exercício das suas competências e a realização das operações.	Publicidade Institucional	Promoção da notoriedade do PEPAC	Campanhas de publicidade institucional, vídeos institucionais, programas TV e radio, <i>Press Kit</i> , Redes sociais
					Iniciativas de etapa, <i>press meetings</i> , visitas imprensa, entrevistas e artigos especializados
					Plano anual de abertura de candidaturas
Etapas 1, 2 e 3	Comunicação digital	Disponibilizar aos organismos intermédios e aos beneficiários, as informações necessárias para, respetivamente, o exercício das suas competências e a realização das operações.	Publicidade Institucional	Divulgação de abertura de candidaturas a intervenções do PEPAC	Avisos de abertura de candidaturas
					Divulgação dos apoios disponíveis e destaques associados ao PEPAC
Etapa 1	Publicidade institucional	Disponibilizar aos organismos intermédios e aos beneficiários, as informações necessárias para, respetivamente, o exercício das suas competências e a realização das operações.	Publicidade Institucional	Comunicação de normas de publicitação para os beneficiários	Guia de publicitação para o beneficiário

ETAPA	Área chave	Objetivo	Tipologia de Ação	Ações	Produtos
Etapa 1	Comunicação digital e de proximidade	Divulgação de informação técnica	Apoio técnico	Implementação de plataforma multicanal de atendimento digital	Centro de atendimento multicanal – PEPAC mais próximo
Etapas 1 e 2	Iniciativas e eventos públicos	Assegurar esclarecimentos no contexto da execução ou da avaliação do PEPAC	Ações de informação para grupos – alvos específicos	Divulgação e esclarecimento de informação específica por intervenções ou por objetivos	Roteiros PEPAC - sessões de esclarecimento
Etapas 1, 2 e 3					Participação em iniciativas públicas
Etapas 1, 2 e 3					Organização de Dias PEPAC em feiras e outras iniciativas
Etapa 1	Comunicação interinstitucional	Disponibilizar toda a informação técnica relevante para assegurar a capacitação dos organismos intermédios	Informação técnica aos órgãos de gestão, organismo pagador, organismo de certificação e estruturas intermédias	Divulgação de normas técnicas de orientações e procedimentos	Orientações Técnicas
		Disponibilizar a informação necessária para a articulação com estruturas de intervenção em rede no território	Informação técnica à Rede Nacional da PAC e AKIS	Divulgação de normas técnicas de orientações e procedimentos	Orientações Técnicas
Etapas 1, 2 e 3		Assegurar a informação decorrente das obrigações regulamentares e de gestão, para o exercício das competências no âmbito da governação do PEPAC	Informação aos órgãos de coordenação e de gestão	Informação à AGN	Plano Anual de candidaturas e Avisos de candidaturas, OT e OTE
				Informação no âmbito da CNFA 2030	Deliberações adotadas na CNFA 2030
				Informação no âmbito do Comité de Acompanhamento Nacional (CAN)	Plano e resultados das ações de comunicação e de promoção da notoriedade do PEPAC

Ações a desenvolver

- a. Comunicação da **marca PEPAC**, divulgando a identidade institucional de forma alargada, recorrendo a meios de comunicação e suportes o mais abrangentes possíveis, de forma a promover a notoriedade, nomeadamente através de publicidade institucional.
- b. Utilização dos **sítios web** como ferramenta determinante para a comunicação digital do conjunto de informação a disponibilizar. Constitui um instrumento *web* que possibilita a disponibilização de um volume significativo de informação em tempo real, permitindo o acesso com rapidez, facilidade e a baixo custo. Constitui um canal privilegiado de divulgação do PEPAC, podendo ser complementado pela criação e gestão de página específica nas redes sociais e canal no *youtube*. A informação é disponibilizada no Portal Único da Agricultura, no *sítio web* da AGN, nos *sítios web* da AG Continente, AG Regionais e Organismos Intermédios. A disponibilização de informação à AGN, nomeadamente sobre os avisos de candidaturas, é efetuada mediante procedimento a definir.
- c. Implementação de uma **Plataforma multicanal de atendimento digital – PEPAC mais próximo**, na AG PEPAC Continente, AG PEPAC Regionais e Organismos Intermédios (OI), tendo por objetivo possibilitar o apoio técnico a quem elabora e submete uma candidatura, através de um centro de contacto multicanal, focado nos beneficiários.
- d. Edição de **suportes de informação online e/ou offline** – *Newsletter*, guias, *flyers* e brochuras explicativas para cada intervenção do PEPAC – com características institucionais e identidade associada à marca PEPAC, assim como conteúdos áudio e vídeo. Privilegia-se a disseminação via *web*, podendo a *Newsletter* ser também acedida pelos grupos-alvo externos ou internos via correio eletrónico através de subscrição.
- e. Organização de **roteiros PEPAC** – decorrendo da linha orientadora de promoção da proximidade, são estabelecidos pela AG Continente, AG Regionais e OI, de forma a possibilitar a disponibilização de esclarecimentos de forma transparente e clara no âmbito do ciclo de financiamento. Devem ser previstos para momentos distintos da implementação do PEPAC, no arranque da programação mas também sempre que se considere necessária a sensibilização e clarificação de intervenções específicas.
- f. Organização e presença em **iniciativas públicas** – tendo por objetivo a divulgação em proximidade dos grupos-alvo específicos, são organizadas ações específicas de sensibilização alargada sobre o PEPAC - Dias PEPAC, apenas nas feiras nacionais de maior dimensão e abrangência no território,

privilegiando uma abordagem focada em resultados e não de mera presença institucional. É também prevista a participação em sessões organizadas por terceiros sempre que considerado adequado, assim como previstos espaços de atendimento e esclarecimento pelas AG PEPAC do Continente e AG Regionais, Rede Nacional da PAC e Organismos Intermédios, durante a realização de feiras agrícolas com dimensão e abrangência alargada.

- g. Realização de **iniciativas de etapa** – tendo por objetivo sinalizar as etapas decisivas para a implementação do PEPAC, nomeadamente mediante a produção de vídeos institucionais e campanhas de publicidade institucional.

Estratégia de *Media*

A comunicação com os meios de comunicação social é assegurada de forma a garantir a coerência, credibilidade e eficácia da informação no âmbito do PEPAC.

- a. Definição de *Media List* com contactos de profissionais de órgãos de comunicação social nas áreas da agricultura e economia de modo a assegurar a eficácia na transmissão da comunicação;
- b. Preparação, divulgação e gestão de Notas de Imprensa para os meios de comunicação social previamente selecionados – *Press on target*;
- c. Preparação de *Press Kit* institucional PEPAC. Disponibiliza conteúdos de texto e imagens;
- d. Disponibilização de Sala de Imprensa, como espaço de contacto entre a organização e os meios de comunicação ou outro grupo-alvo. Disponibiliza para *download* conteúdos em texto, imagens e vídeo institucional;
- e. Pesquisa e monitorização periódica de plataformas media e plataformas sociais no âmbito do *target* do PEPAC;
- f. Organização de *Press meetings* com representantes dos meios de comunicação social;
- g. Organização de visitas de imprensa a projetos apoiados pelo PEPAC e que constituam exemplos de boas práticas;
- h. Entrevistas e artigos especializados com os responsáveis pela coordenação e gestão do PEPAC acordados com meios selecionados;
- i. Disponibilização de esclarecimentos à imprensa.

Regras de publicitação dos apoios PEPAC

As normas de execução dos requisitos em matéria de informação, divulgação e promoção da notoriedade respeitantes ao apoio da União e aos planos estratégicos da PAC são estabelecidas no [Regulamento de Execução \(UE\) 2022/129 da Comissão de 21 de dezembro de 2021](#), de acordo com o artigo 123.º, n.º 2, alíneas j) e k) do [Regulamento \(UE\) 2021/2115 do Parlamento Europeu e do Conselho](#).

A divulgação e publicitação dos apoios concedidos pelos fundos agrícolas constituem uma responsabilidade do Estado Membro, da Autoridade de Gestão e das Entidades beneficiárias. As ações de informação e comunicação sobre as intervenções do PEPAC têm por objetivo informar os cidadãos e os destinatários dos apoios sobre o papel desempenhado pela UE através dos fundos agrícolas, assegurando a transparência relativa aos projetos e ao programa cofinanciado.

Sempre que se realizem atividades de promoção da notoriedade, de transparência e de comunicação, os Estados-Membros e as Autoridades de Gestão devem utilizar o emblema da União em conformidade com os requisitos estabelecidos no anexo II do Regulamento (UE) 2021/2115.

Tendo por objetivo apoiar os beneficiários no cumprimento das normas regulamentares e na utilização dos logotipos em conformidade, é disponibilizado um **Guia de Publicitação PEPAC**, a publicar no sítio web da AGN, sítios web da AG PEPAContinente, AG Regionais e Organismos Intermédios.

A publicitação dos apoios tem como requisito a utilização do conjunto de referenciais de identidade associados à União e ao programa cofinanciado, adotando-se a utilização dos dois logótipos: PEPAC e União Europeia com referência à utilização dos fundos europeus.

Materiais e suportes disponibilizados

De acordo com as atividades desenvolvidas no âmbito da divulgação e comunicação do PEPAC, são disponibilizados os seguintes materiais e suportes:

- *Sítios web* com páginas específicas PEPAC
- Plataformas de atendimento multicanal – guias de apoio e normas orientações técnicas
- Brochuras e *flyers*
- *Newsletter* PEPAC
- Vídeos promocionais
- *Merchandising* diverso

A comunicação do PEPAC terá em consideração a utilização de uma linguagem inclusiva, pelo que privilegia a linguagem paritária e não discriminatória, a produção de formatos alternativos acessíveis (leitura fácil, texto ampliado com símbolos, vídeo com linguagem gestual portuguesa sempre que adequado) e a criação de portais e *websites* acessíveis a todos. Devem ser ainda salvaguardadas as condições de acessibilidade no acesso aos espaços edificados e na gestão de iniciativas e eventos, bem como a integração nos formulários de inscrição de um campo de recolha de informação sobre necessidades especiais, implicando a disponibilização de apoio específico por parte da organização do evento.



Implementação

Estrutura de implementação

A entidade responsável pela elaboração do Plano de divulgação e comunicação do PEPAC Portugal é o órgão de coordenação, de acordo com os artigos 55º e 56º do Decreto-Lei n.º 5/2023, o Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP), enquanto Autoridade de Gestão Nacional (AGN).

As Autoridades de Gestão no Continente e Regionais e os Organismos Intermédios participam na elaboração e asseguram a execução do plano de divulgação e comunicação do PEPAC e garantem o cumprimento das obrigações previstas em matéria de informação e publicidade, de acordo com a alínea k) do artigo 60º do Decreto – Lei n.º 5/2023.

Intervenções no âmbito da divulgação e informação

Deve ser salvaguardada a articulação com as ações de informação desenvolvidas no âmbito da promoção dos regimes de qualidade, estabelecidas de acordo com o n.º 8 do art.º 77 do Regulamento (UE) n.º 2021/2115 e as intervenções no âmbito do intercâmbio de conhecimento e divulgação de informação, de acordo com o estabelecido no n.º 5 do art.º 78 do mesmo regulamento.

Articulação com a Rede Nacional da PAC

Considerando as disposições do modelo de governação dos fundos europeus para a gestão do PEPAC Portugal, a AGN deve assegurar a garantia de bom funcionamento da rede nacional da PAC, devendo estabelecer o conjunto das respetivas regras e procedimentos.

Considerando que a Rede Nacional deve contribuir para informar o público e os potenciais beneficiários sobre a PAC, assim como para a divulgação dos resultados do PEPAC, deve ser salvaguardada uma estreita articulação com o respetivo plano de comunicação, potenciando as sinergias das ações desenvolvidas para promover os objetivos e prioridades da estratégia de comunicação para o PEPAC Portugal.

No desenvolvimento das ações de comunicação pelas AG e OI, deve ser tido em conta o princípio da delimitação das atividades da Rede Nacional da PAC, centradas, nomeadamente em temáticas no âmbito dos Grupos de Ação Local (GAL), dos Grupos Operacionais (PEI) e do Sistema de Conhecimento e Inovação Agrícola Nacional (AKIS).

Monitorização e avaliação

A definição do modelo de monitorização e avaliação da estratégia de comunicação do PEPAC Portugal tem por objetivo aferir sobre a sua eficácia, com base em informação relevante para avaliar o impacto e resultados das ações desenvolvidas. Permite ter uma perceção sobre a necessidade de estabilização e ajustamento da estratégia adequando-a às distintas etapas da comunicação, bem como a necessária adequação orçamental. Os resultados de avaliação constituem também um elemento importante de troca de experiências entre os intervenientes na sua implementação.

Compete aos comités de acompanhamento no Continente e Regionais avaliar a execução das ações de comunicação e de promoção da notoriedade, de acordo com a alínea e) do ponto 3 do artigo 62.º do Decreto-Lei n.º 5/2023. Para o efeito, é definido um conjunto base de indicadores de avaliação da estratégia no que se refere aos resultados da visibilidade e notoriedade do PEPAC Portugal, dos fundos agrícolas FEADER e FEAGA e também da UE.

A estratégia de comunicação deve ser avaliada tendo por base a utilização de indicadores focados no desempenho organizacional, em função das prioridades estratégicas e dos indicadores definidos.

Exemplo de Indicadores	Unidade de medida	Tipo	Periodicidade
Inserções publicitárias, incluindo anúncios institucionais (somatório do nº de vezes que cada anúncio é publicado)	Nº	Realização	Anual
Nº de visitantes dos <i>sítios web</i> (páginas PEPAC)	Nº	Realização	Anual
Nº de subscritores da <i>newsletter</i> PEPAC	Nº	Realização	Anual
Nº de notícias veiculadas	Nº	Realização	Anual
Nº de participantes nas iniciativas e eventos	Nº	Realização	Anual

A avaliação dos indicadores deve ser realizada anualmente com informação recolhida pela AGN junto de cada Autoridade de Gestão e constante dos relatórios anuais de execução submetidos aos Comités de Acompanhamento nos termos regulamentares. Esta avaliação é analisada e apreciada no Comité de Acompanhamento Nacional, que emitirá, se assim o entender, recomendações com vista ao cumprimento da estratégia de comunicação aprovada.

Orçamento Indicativo

A comunicação no âmbito do PEPAC é suportado pela Assistência Técnica, que financia as atividades relacionadas com a gestão e implementação de intervenções no âmbito do primeiro e segundo pilares da PAC, bem como o estabelecimento e funcionamento da rede nacional da PAC.



**REPÚBLICA
PORTUGUESA**



UNIÃO EUROPEIA
Fundos Europeus Agrícolas