



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](http://www.gpp.pt)

**Data de Edição:** maio 2023

**Versão:** 1



---

# Índice

<b>Enquadramento</b> .....	5
<b>Estratégia de Comunicação</b> .....	8
<b>Visão Estratégica do PEPAC</b> .....	9
<b>Objetivos da estratégia de comunicação</b> .....	9
<b>Segmentação e posicionamento</b> .....	10
<b>Etapas da comunicação</b> .....	11
<b>Prioridades da estratégia de comunicação</b> .....	12
<b>Princípios da comunicação externa</b> .....	12
<b>Marca PEPAC</b> .....	13
<b>Identidade Visual</b> .....	14
<b>Normas Gráficas</b> .....	15
<b>Regras de aplicação da marca PEPAC</b> .....	17
<b>Ações de Comunicação</b> .....	20
<b>Áreas-chave da comunicação</b> .....	21
<b>Planeamento das Atividades</b> .....	22
<b>Ações a desenvolver</b> .....	24
<b>Estratégia de <i>Media</i></b> .....	25
<b>Regras de publicitação dos apoios PEPAC</b> .....	26
<b>Materiais e suportes disponibilizados</b> .....	26
<b>Implementação</b> .....	28
<b>Estrutura de implementação</b> .....	29
<b>Articulação com a Rede Nacional da PAC</b> .....	29
<b>Monitorização e avaliação</b> .....	30
<b>Orçamento Indicativo</b> .....	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 salvaguardem 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"> <li>• Tutela</li> <li>• Órgãos de coordenação e de gestão</li> <li>• Organismos intermédios e equiparados</li> <li>• Comissão Europeia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficiários e potenciais candidatos</li> <li>• <i>Stakeholders</i> (Autoridades regionais e locais, Organizações de agricultores do setor, Instituições públicas com intervenção no setor nacionais e comunitárias)</li> <li>• Empresas de consultoria</li> <li>• Meios de Comunicação Social</li> <li>• <i>Opinion Leaders</i></li> <li>• Público em Geral</li> </ul>

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

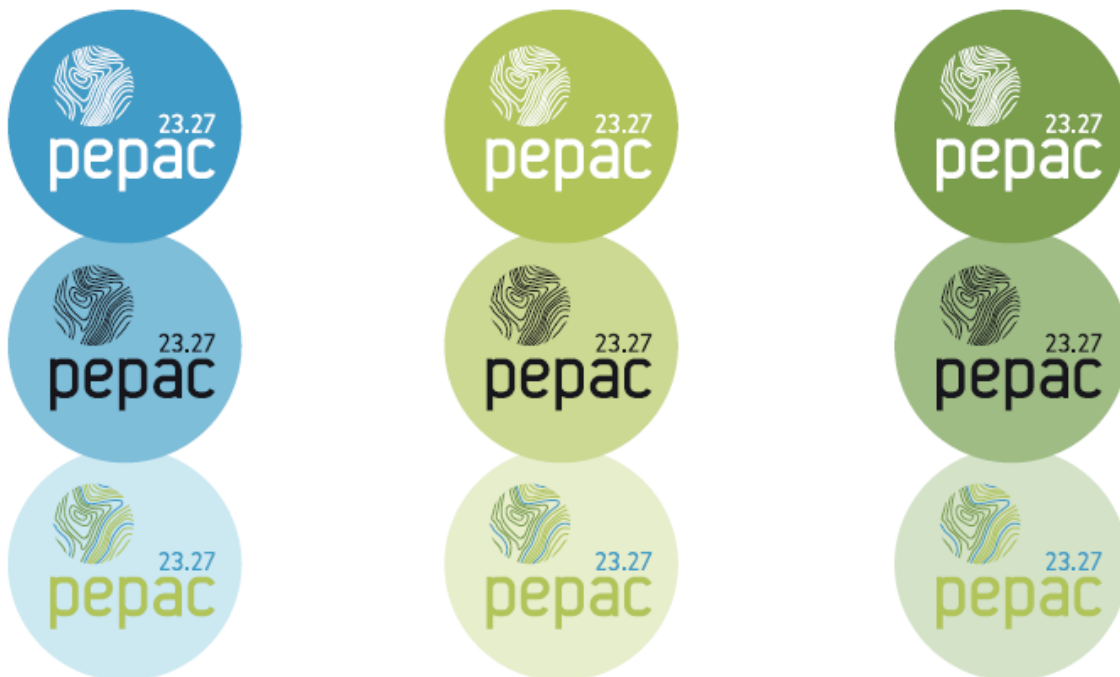
Nos termos previstos nas regras de gestão para as ações a desenvolver no âmbito da divulgação e comunicação do PEPAC Portugal, são definidas as normas gráficas para a marca PEPAC, disponibilizando-se o respetivo **Manual de Normas Gráficas**.

 <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



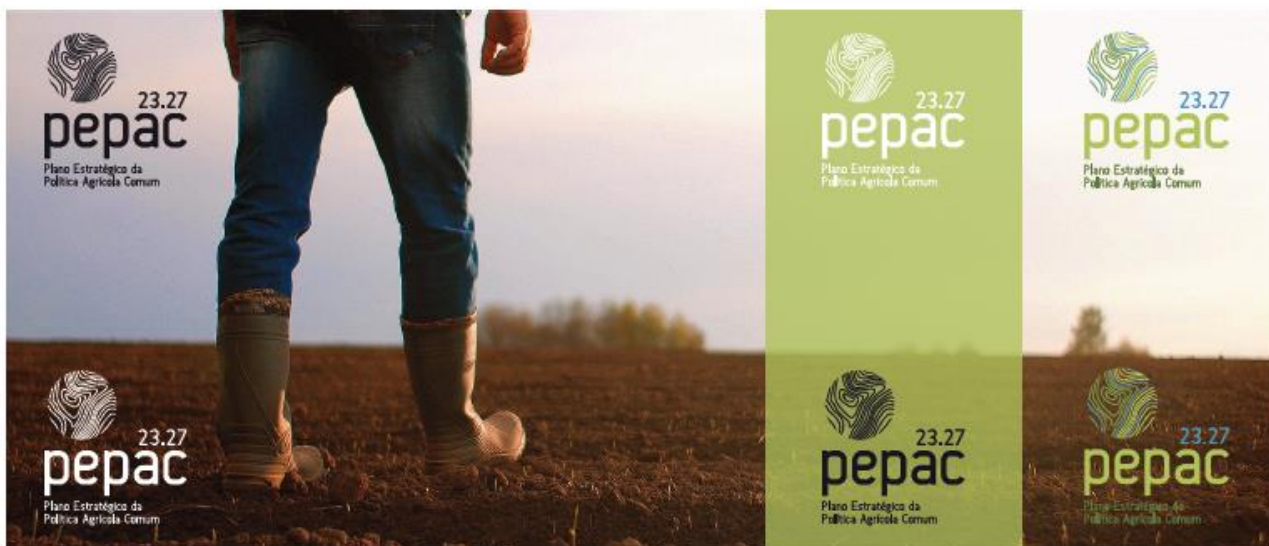
### Outras cores





## 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 digitais<sup>1</sup> 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.

---

<sup>1</sup> 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
Etapas 1, 2 e 3				Gestão dos sítios <i>web</i> / PEPAC	
				Gestão de plataformas <i>online</i>	
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		Publicidade Institucional	Promoção da notoriedade do PEPAC	Campanhas de publicidade institucional, vídeos institucionais, programas TV e radio, <i>Press Kit</i> , Redes sociais
				Divulgação de abertura de candidaturas a intervenções do PEPAC	Iniciativas de etapa, <i>press meetings</i> , visitas imprensa, entrevistas e artigos especializados
					Plano anual de abertura de candidaturas
					Avisos de abertura de candidaturas
Etapas 1, 2 e 3	Comunicação digital			Divulgação dos apoios disponíveis e destaques associados ao PEPAC	<i>Newsletter</i> PEPAC
Etapa 1	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.



UNIÃO EUROPEIA  
Fundos Europeus Agrícolas