



PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

PROGRAMAS OPERACIONAIS DA RAM - INTERVIR+ E RUMOS 2007 – 2013

Alteração à 2ª Versão aceite pela Comissão Europeia
a 10 de Junho de 2008 – CCI2007PT162PO002

Instituto de Desenvolvimento Regional - Autoridade de Gestão dos PO da RAM



Índice

Nota Explicativa

Parte I

1.1. Introdução e Contexto	4
1.2. Objectivos globais da Comunicação	6
1.3. Estratégias de Comunicação convergente das Marcas INTERVIR+ e RUMOS	9

Parte II

Programa Operacional de Valorização do Potencial Económico e Coesão Territorial – Programa INTERVIR+ **12**

2.1. Objectivos da Comunicação da Marca INTERVIR+	13
2.2. Estratégia da Comunicação da Marca INTERVIR+	18
2.3. Públicos-alvo	19
2.4. Acções de Comunicação	20
2.5. Obrigações de Informação e Publicidade dos Beneficiários	30
2.6. Investimento – Indicativo	32
2.7. Cronograma da Comunicação	33

Parte III

Programa Operacional de Valorização do Potencial Humano e Coesão Social – Programa RUMOS **34**

3.1. Objectivos da Comunicação da Marca RUMOS	35
3.2. Estratégia da Comunicação da Marca RUMOS	38
3.3. Públicos-alvo	39
3.4. Acções de Comunicação	40
3.5. Obrigações de Informação e Publicidade dos Beneficiários	43
3.6. Investimento – Indicativo	44
3.7. Cronograma da Comunicação	45

Parte IV

4.1. Monitorização e Avaliação	46
4.2. Direcção e Execução das Medidas de Informação e Publicidade	47
4.3. Participação nas Redes de Comunicação	47
4.4. Documentação	48



Parte I

Nota Explicativa

O Instituto de Desenvolvimento Regional, Autoridade de Gestão dos Programas Operacionais da Região Autónoma da Madeira para o período 2007-2013 (Programa INTERVIR+ e Programa RUMOS), tem vindo a monitorizar as medidas de Informação e Publicidade (I&P) implementadas desde finais de 2007. Neste âmbito, com base nos estudos realizados em 2009, 2010 e início de 2011, várias foram as acções que se têm vindo a destacar como boas práticas e outras acabaram por não serem implementadas o que implicou a necessidade de se proceder a algumas alterações ao Plano Estratégico de Comunicação (PEC).

Acções a serem retiradas:

Mergulhar Lá e Plantar Cá – Pelo facto de já existir um projecto semelhante mas muito mais exigente designado por “RS4E II - Road Show for Entrepreneurship 2008 - 2013” do Centro de Empresas e Inovação da Madeira, projecto este co-financiado pelo Programa INTERVIR+.

Best of na TV - Tal como referido nos Relatórios de Execução dos anos de 2009 e de 2010, esta acção foi substituída pelo programa de rádio da TSF designado por “Objectivo 2013”, integrado no Plano de Comunicação do QREN. Dai que todas as acções a serem implementadas junto da TV e das rádios serão no âmbito do Plano de Comunicação do QREN.

Nova acção a inserir:

Monitorização do cumprimento das Regras de Informação e Publicidade - Esta nova acção visa monitorizar in loco as acções de I&P que as entidades beneficiárias são obrigadas a implementar, de acordo com o Regulamento (CE) n.º 1828/2006, com vista a alertá-las para as correcções necessárias nesta matéria.

Ainda, no capítulo IV foi dado destaque: aos indicadores a serem considerados na monitorização das acções de I&P; ao papel dos Organismos Intermédios, OREPP e BREPP na implementação de acções específicas de I&P; e, à participação da Autoridade de Gestão nas Redes de Comunicação.

Estas alterações foram apresentadas na 5ª Reunião da Comissão de Acompanhamento dos Programas Operacionais da RAM no passado dia 14 de Junho de 2011, não tendo havido qualquer objecção por parte dos membros.



Parte I

1. Introdução e Contexto

Os Programas Operacionais de Valorização do Potencial Económico e Coesão Territorial (**INTERVIR+**) e de Valorização do Potencial Humano e Coesão Social (**RUMOS**) da Região Autónoma da Madeira (RAM), assumindo-se como veículos dinamizadores do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN), são uma nova janela de oportunidades para a qualificação, de uma Região coesa, que cresce de forma sustentada e equilibrada, beneficiando, assim, o todo nacional e europeu de forma integrada.

Os Programas Operacionais **INTERVIR+ e RUMOS**, ao desdramatizarem a estranheza fonética de siglas ou descritivos (POVPECT e POVPHCS) sem significado nem relação emocional com as Pessoas, visam impor-se a todos os Cidadãos da Região Autónoma da Madeira como duas marcas/projectos da Região Autónoma, apoiados pela União Europeia, determinantes para a construção de um Tempo Novo de uma Região que tem o justificado desejo e todas as condições para se nivelar por cima.

Um tempo novo ou uma nova janela de oportunidade para uma RAM que espelha uma vitalidade demográfica, de povoamento concentrado a requerer uma correcção gradual do seu carácter macrocefálico, em que o mercado de trabalho, com elevado peso do sector terciário administrativo e social e com elevada preponderância do emprego público, se projecta num tecido empresarial de crescimento com alguns problemas estruturais e onde se evidencia alguma incapacidade para se apropriar das externalidades geradas pela intervenção do investimento público, requerendo um aproveitamento dinâmico e focalizado dos programas **INTERVIR+ e RUMOS**.

Uma RAM em que, à semelhança do que tem ocorrido em contextos territoriais do Continente, a adesão dos actores empresariais em domínios de maior inovação e imaterialidade ficou aquém do esperado. Região que, em sectores como o Turismo, se debate entre a expansão e a sustentabilidade necessárias, apesar de um enquadramento ambiental favorável. Realidade que determina que os novos desafios passem por intervenções prioritariamente apostadas na Qualificação das Pessoas, das redes e dos sistemas, a par da certificação dos diferentes dispositivos públicos e privados.

Sendo a Qualidade de Vida na RAM uma evidência de evolução positiva e generalizada do poder de compra, acompanhada por uma marcada consolidação de indicadores de conforto dos agregados familiares, estruturada na redução dos índices de analfabetismo e na evolução positiva dos índices de escolarização, e se em matéria de acessibilidades o desencravamento externo é uma realidade, exige-se agora densificar os níveis de acessibilidade no interior, dos transportes às telecomunicações, fomentado a competitividade interna pela via da optimização dos investimentos feitos na última década, cumprindo a missão estruturante dos fundos comunitários para o adquirido evidente na trajectória de progresso da Madeira nas últimas duas décadas.

Parte I

Para que os Programas Operacionais **INTERVIR+ e RUMOS** possam dar corpo a esta nova janela de oportunidades a todos os Cidadãos, importa alterar as práticas de comunicação anteriores associadas à intervenção dos Fundos Estruturais e de Coesão centradas em linguagens de comunicação dispare, cifradas e hiperfragmentadas, contribuindo, para colmatar o défice de proximidade entre os Cidadãos e a UE como bem se patenteia no Livro Branco sobre uma Política de Comunicação Europeia.

O novo Plano Estratégico de Comunicação (PEC) de **INTERVIR+ e RUMOS - 2007-2013** espelham a vontade determinante de construir duas marcas novas que projectem os seus benefícios no âmbito da RAM, apetecíveis pelos seus desígnios, socialmente empáticas pela proximidade de obra realizada e de mensuráveis contributos pela qualificação vivida pela Sociedade Madeirense como parte integrante de um Portugal Moderno e Europeu e de uma Europa das Regiões em que a autonomia da Madeira devidamente desenvolvida seja considerada um activo valioso.

INTERVIR+ e RUMOS são duas Marcas que aliam a transparência dos processos e dos resultados, que zelam pelas boas práticas administrativas e disseminam os resultados obtidos pelos recursos alocados, obrigando-se a um pertinente controlo e monitorização das acções projectadas, de modo a reajustá-las em função dos ensinamentos imanentes.

O PEC de **INTERVIR+ e de RUMOS** foi elaborado em linha com os normativos comunitários em vigor e, mais que uma resposta a uma determinação normalizadora, assume-se como uma ferramenta dinâmica de participação e diálogo com o Cidadão e mobilizadora dos diferentes públicos- alvo, internos e externos, de potenciais Beneficiários a Stakeholders dos programas que lhes estão associados.

Este PEC de **INTERVIR+ e de RUMOS** foi construído de modo a fazer valer os objectivos e as exigências estabelecidos nos planos de comunicação dos Fundos e dos Programas Operacionais por forma a assegurar a complementaridade e a garantir a não sobreposição (1).

(1) O artigo 69º do Regulamento (CE) 1083/2006, de 11 de Julho, atribui à Autoridade de Gestão do Programa Operacional a responsabilidade de assegurar a informação e publicidade das operações e dos programas co-financiados, com o objectivo de garantir a transparência das intervenções dos Fundos Estruturais.

Também o Regulamento (CE) 1828/2006 da Comissão, de 8 de Dezembro, atribui à Autoridade de Gestão a responsabilidade de assegurar uma ampla divulgação das Intervenções Operacionais, nomeadamente informando os beneficiários potenciais e finais e a opinião pública em geral das possibilidades proporcionadas pela intervenção.

Para o efeito, deverá a Autoridade de Gestão conceber e pôr em prática um Plano de Comunicação, através do qual seja feita a previsão, o planeamento, o acompanhamento e a avaliação das medidas de informação e publicidade a levar a cabo durante o período de programação 2007 – 2013.

Parte I

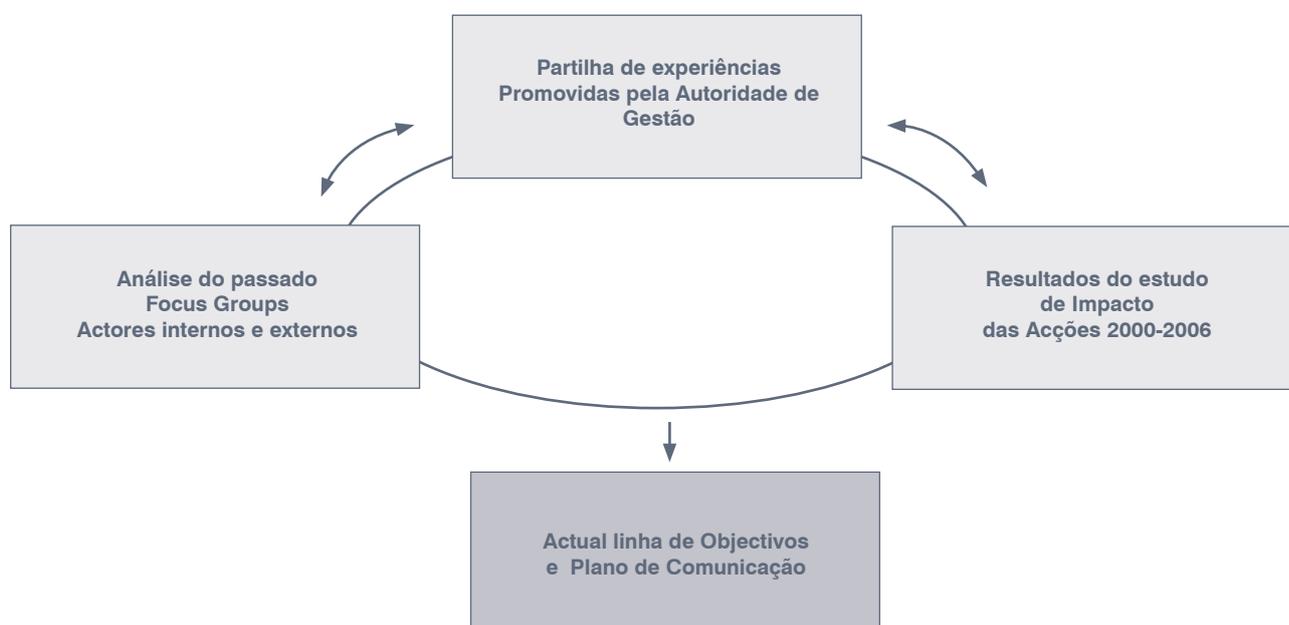
1.2. Objectivos Globais da Comunicação

Para a elaboração do quadro de objectivos estratégicos, vários e determinantes foram os contributos clarificadores de um mapa assertivo de linhas de actuação, porque comunicar, sendo um processo dinâmico, obriga à actualização sistematizada da informação e experiências partilhadas.

Foi determinante o envolvimento das equipas de comunicação de anteriores quadros comunitários, aprendendo com o passado e criando, em sessões de trabalho conjunto, as linhas de força da comunicação de todos os Programas do QREN.

Nesta linha, uma entidade externa especializada em Comunicação e Marketing Research, conduziu focus groups, em todas as regiões do país com beneficiários institucionais e cidadãos, para estabelecer os parâmetros da memória sobre fundos comunitários, fazer uma retrospectiva da anterior comunicação e elencar as expectativas e necessidades para o novo Quadro.

Foram sessões de forte aprendizagem partilhada com todos os elementos do Grupo de Trabalho, a que se juntaram as conclusões da análise dos resultados do estudo de Impacto das Acções de Informação e Publicidade de 2000-2006 do extinto Instituto de Gestão de Fundos Comunitários (IFC), substituído pelo Instituto de Desenvolvimento Regional (IDR), Autoridade de Gestão dos Programas Intervir+ e Rumos, fazendo luz sobre a percepção e notoriedade de todas as acções divulgadoras da aplicação dos Fundos Comunitários, permitem hoje reajustar mais assertivamente a estratégia de comunicação de apoio ao conhecimento do Plano **INTERVIR+ e RUMOS**.



Parte I

No âmbito dos resultados do Estudo do IFC, assinala-se que 98% da população da RAM conhece ou já ouviu falar na União Europeia e atribuem-lhe uma importância decisiva no desenvolvimento regional. Mas quando falamos nos programas veiculadores desse desenvolvimento, como o POPRAM III (Programa Operacional Plurifundos da RAM 2000-2006), o seu grau de notoriedade espontânea é manifestamente baixo, rondando os 30% e subindo para os 50% quando confrontados com a sua imagem gráfica. Já o FEDER (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional) é reconhecido por cerca de 58% da população, o FSE (Fundo Social Europeu) por cerca de 45%, o FEOGA-O (Fundo Europeu de Orientação e de Garantia Agrícola – secção Orientação) ronda os 33% e o IFOP (Instrumento Financeiro de Orientação da Pesca) fica-se pelos 25% de notoriedade.

Se estes indicadores já permitem tirar algumas ilações, mais inesperado é o que manifestam as empresas quando apenas 69% conhecem o POPRAM III, 64% reconhecem o FSE, 79% o FEDER e 88% reconhecem a União Europeia, remetendo-se o FEOGA-O para os 44% e o IFOP para os 33% de notoriedade.

Estes indicadores, podendo evidenciar a indecifrábilidade das siglas dos Programas, remetem para uma muito maior assertividade da Comunicação e dos meios que a veiculam, a que pretendemos dar resposta com este Plano de Comunicação.

A pedra basilar deste Objectivo Estratégico centra-se na construção do Plano **INTERVIR+ e RUMOS** como duas Marcas fortes, com benefícios reconhecidos pela população da RAM, que, pela assertividade e pertinência da sua comunicação, assumam a relevância e notoriedade compaginada com o investimento estruturante para a RAM a que cada uma se associa.

A Estratégia Comunicacional das marcas **INTERVIR+ e RUMOS** obriga-se a uma matriz de actuação compaginada com as normas comunitárias e como parte integrante da estratégia de comunicação do QREN, do FEDER e do FSE e pautar-se-á por valores de:

1. Fiabilidade e Transparência

Como paradigmas de ruptura positiva com um passado de percepções inquinadas dos fundos comunitários e como garante de uma clareza plena de actuação e de informação das regras, das potencialidades e das vantagens competitivas dos dois programas junto dos Stakeholders, dos Beneficiários, dos actores internos ao sistema e do Público em geral.

O publicitar sistemático e exaustivo dos resultados obtidos valoriza e credibiliza a mensagem.

2. Facilidade de aproximação

Como valor de conhecimento alargado da mensagem, ao alcance de todos os cidadãos, potenciador da mobilização dos Beneficiários alvo e indutor do reconhecimento da sua relevância pelo público em geral.

3. Modernidade e Dinamismo

Como valores de actualidade, de pertinência e de inovação, aceleradores de uma procura qualificada, ávida de conhecimento, de informação e de igualdade de oportunidades.

Parte I

4. Perceptibilidade e Eficácia

Como valores geradores da compreensão imediata da mensagem, da sua oportunidade e indutores da confiança e da urgência dos Programas na consolidação do progresso e da competitividade dos Cidadãos da Região Autónoma da Madeira.

A Estratégia de Comunicação das marcas **INTERVIR+ e RUMOS**, pautando-se por garantir o conhecimento universal dos benefícios mesuráveis de cada marca, estruturar-se-á numa ampla abordagem comunicacional recorrendo aos instrumentos mediáticos ajustados e sempre pautados por valores de:

- **Notoriedade** das Marcas – através da concepção de “imagens de marca”, autónomas, apelativas, diferenciadoras e facilitadoras da compreensão da sua mensagem de afirmação e relevância.
- **Proximidade** dos meios – pela eleição de canais de comunicação sistematicamente mais próximos dos Públicos-alvo e dinamizadores de uma relevância mobilizadora de aproximação entre os potenciais beneficiários e os Programas Operacionais.
- **Empatia** das Acções – dos benefícios de cada Marca/Programa dando resposta cabal, pela descodificação, amigável e simples, a todas as questões de quem quer saber quais as suas vantagens competitivas e em que condições a elas pode aceder.

A estratégia de comunicação delineada obriga-se a fazer passar a mensagem, empaticamente mobilizadora, junto da população da RAM, da pertinência das 7 grandes prioridades das Marcas **INTERVIR+ e RUMOS**:

INTERVIR+

- Inovação e Conhecimento
- Competitividade Regional
- Desenvolvimento Sustentável
- Coesão Territorial
- Compensação da Ultraperifericidade

RUMOS

- Educação e Formação
- Emprego e Coesão Social



Parte I

1.3. Estratégias de Comunicação convergente das Marcas INTERVIR+ e RUMOS

A articulação entre **INTERVIR+** e **RUMOS** é decisiva para o sucesso da comunicação, já que importa que os públicos-alvo entendam que há uma direcção comum, pensada, com sentido estratégico.

Nesta óptica teremos que encontrar uma diferenciação entre as duas marcas convergentes, que reflecta as especificidades de cada uma. Podemos dizer que **INTERVIR+** tem uma dimensão mais institucional, ligada à economia e ao território, correndo num registo macro. Ela mobilizará vontades para a criação de melhores índices de competitividade, contribuirá para um território com menos barreiras, em que se detecta um sentido harmonioso. **INTERVIR+ é uma marca para a Região Autónoma da Madeira.**

Pelo seu lado, **RUMOS** trata directamente de pessoas, do seu crescimento como cidadãos e criadores de riqueza, pelo seu trabalho e iniciativa. Esta dimensão mais personalizada deve estar reflectida no modo de comunicar a marca, naturalmente. **RUMOS** fica ligado a cada Cidadão como o horizonte próximo e acessível do seu crescimento através de uma qualificação bem pensada e bem aplicada. **RUMOS é uma marca para os Cidadãos da Região Autónoma da Madeira.**

As duas marcas, graficamente compatíveis e sublinhando a sua complementaridade, têm como missão comum abater todas as barreiras que dificultam o desenvolvimento da Região no sentido de uma Região activamente inserida no grande espaço europeu.

Elas comungam da mesma visão: uma Região harmoniosa, segura de si, que sabe integrar a beleza natural única e a personalidade do seu povo num modelo de desenvolvimento economicamente equilibrado, atraente e capaz de tornar a Região num pólo importante para o crescimento da Europa.

INTERVIR+ e RUMOS são, também, as marcas da confirmação de todo o progresso que a Região soube construir nas décadas mais recentes. Elas fazem, desse ponto de vista, a ligação com o passado e o presente, criando associações mobilizadoras com as lideranças sociais que têm abatido já muitas das barreiras históricas a que uma Região ultraperiférica estaria sujeita.

O período 2007-2013 vai ver crescer uma Região de ilhas abertas ao mundo, que centra a sua acção na valorização das condições de vida dos Cidadãos num contexto estratégico inteligentemente centrado na grande indústria do século XXI, o Turismo. Um mercado que é também um modo de vida cultural, assente na predisposição e gosto em conviver com outros povos, oferecendo-lhes o seu modo diferenciado de ser, enriquecendo a experiência de todos.

Este raciocínio leva-nos a priorizar, na concepção do Plano de Comunicação, a ideia de Chegadas. **INTERVIR+ e RUMOS** atingirão os seus objectivos na razão directa das quanto mais e melhores Chegadas que consigam atrair aos seus aeroportos e portos. Chegadas de pessoas, de empresas, de investimentos.

Parte I



Para que estas Chegadas sejam cada vez mais interessantes para o desenvolvimento da Região, isto é, sejam cada vez mais qualificadas, com maior poder económico, com maior capacidade de proporcionar desenvolvimento sustentável, precisamos de criar condições para que haja muitas Partidas felizes. Ou seja, que a experiência de presença na Região Autónoma da Madeira tenha sido bem sucedida, mesmo marcante.

Uma tarefa que exige muito trabalho da Região e dos seus Cidadãos.

No plano económico e do território e, sobretudo, no plano das pessoas da Região e do seu bem-estar, cada vez mais ligado à qualidade da sua formação escolar e profissional. **INTERVIR+ e RUMOS** são os instrumentos essenciais para que este trabalho chegue a bom termo.

O Plano de Comunicação procura integrar toda esta reflexão, definindo como conceitos centrais a abertura ao Mundo e, em particular, a interacção com a Europa das Regiões, o abater de barreiras que impedem a vivência dos novos ares da cultura globalizada, como campo de oportunidades para o desenvolvimento de todos os cidadãos.

Nesta linha, **o Plano corre em três palcos, articulados entre si pelo conceito de Chegadas, das melhores Chegadas:**

- **1º Palco** sempre estruturante e de prestígio que é a **Imprensa**. Propõe-se a recriação de Suplemento Anual com uma denominação a equacionar posteriormente, com uma imagem de prestígio, alargando o seu leque de destinatários a todos os decisores portugueses e europeus no plano político, económico, social e cultural, envolvendo instituições de Governação, Académicas e Empresas.

Um Suplemento revelando as melhores práticas seguidas em **INTERVIR+ e RUMOS**, fazendo as recapitulações do desenvolvimento conseguido e projectando as bases para a intensificação do progresso alcançado.

Estarão presentes, equilibradamente, as dimensões humana e económica, sempre sublinhando a riqueza única do território e o modo como a Região cresce em harmonia e atractividade.

Parte I

- **2º Palco**, expressão máxima das barreiras abatidas e do impulso das pessoas para uma vida mais aberta e amplamente partilhada à escala global, é a **Internet**. Propomos a reformulação do sítio na Internet para as duas marcas, de novo convergentes, num ambiente moderno, amigável e empaticamente motivador da pesquisa de informação e pesquisa de experiências motivadoras. A sua matriz bilingue para além de facilitar o intercâmbio de novas linguagens reforça o perfil universal da Região.

Trata-se de dar corpo a uma Região Autónoma da Madeira com vocação universal, reflectindo a sua vontade irreversível de abertura, a sua inteligência emocional apostada em ter cada vez mais e melhores Chegadas ao seu território, exprima-se este no real ou no virtual.

O reformulado Sítio Web de **INTERVIR+ e RUMOS** tem, precisamente, a ver com esta atitude de interacção permanentemente procurada, produzindo fluxos de opinião, de expectativas, que serão fundamentais para uma afinação constante do nosso discurso. As comunidades Internet são cada vez mais segmentadas e o nosso Sítio teria como uma das suas missões mais relevantes a agregação de pessoas e organizações públicas e privadas que partilham a ideia de que a Europa será tanto mais forte quanto mais depressa conseguir tornar-se numa Europa das Regiões.

- **3º Palco** selecciona-se um espaço físico de qualidade e com capacidade de acolher em condições de excelência muitas pessoas qualificadas a nível internacional, revelando uma Região e os seus Cidadãos nivelados por cima.

Neste espaço terão lugar **eventos** estruturantes do evoluir das acções ao longo do período de programação, prestando contas, mas também gerando mobilização dos diversos actores sociais, económicos e culturais da Região e convidando-os a tomar como seus todos os passos em direcção a esta Madeira Europeia, que estamos construir.

Será dada particular atenção aos segmentos mais jovens, aos universitários em particular, considerando-os como aliados naturais de toda esta dinâmica de consolidação da abertura da Região ao mundo, em que eles já nasceram mas precisam de ser reforçados.

Esta estratégia de três palcos de comunicação, como trave mestra do Plano, que terá naturalmente outras ocorrências e outros palcos, requer uma planificação cuidada e monitorizada, no tempo e na afectação dos recursos, que beneficiarão de uma sinergia muito relevante.

A estratégia de comunicação para cada um dos Programas Operacionais terá, inevitavelmente, uma correlação muito estreita no que concerne às acções temáticas de ambos os Programas. Facto este explicado pela interligação dos seus objectivos, aumentar os níveis de qualificação e de competitividade da Região e dos seus cidadãos.

Ocorrências noutros palcos, como os de Back Office, determinantes para a sustentabilidade e amplificação dos grandes eventos que endemicamente pululam nos três palcos principais.



Parte II

Programa Operacional de Valorização do Potencial Económico e Coesão Territorial

Programa INTERVIR+



Parte II

Programa Operacional de Valorização do Potencial Económico e Coesão Territorial

Programa INTERVIR+

2.1. Objectivos de Comunicação da Marca INTERVIR+

2.1.1. Marca INTERVIR+

A complexidade e a indecifrábilidade do descritivo ou de uma abreviatura do Programa Operacional de Valorização do Potencial Económico e Coesão Territorial da RAM – POVPECT, impossibilitava a sua transformação em códigos de marca, pelo que a construção de uma marca que transmitisse o propósito a que o Programa se comprometia levou-nos a eleger a denominação **INTERVIR+**.

Intervir+

Programa Operacional de Valorização
do Potencial Económico
e Coesão Territorial da RAM

INTERVIR+

- Simplifica a designação do Programa;
- Facilita a identificação e a memorização colectiva;
- **INTERVIR** - implica Acção, Vontade, Envolvimento, Empreender e Participar empenhadamente no Crescimento da RAM;
- A introdução do símbolo “+” acrescenta valor e responsabilidade e matricia a acção de Intervir.

É com esta base de acção que se edificou a imagem corporativa da Marca, transpondo para os seus elementos gráficos todos os valores estruturantes da aplicabilidade dos seus benefícios enquanto Programa de Valorização do Potencial Económico e da Coesão Territorial de uma RAM geradora de experiências que tocam as mentalidades e a sua transformação, desejada por todos, sobretudo pelas novas gerações.



Uma Imagem de simbologias que pretendem transmitir

- Pela sua coria castanha, a cor da Terra e de uma realidade que se vive no dia a dia, com a sua nobreza muito ligada à responsabilidade, à maturidade, à consciência, à disciplina e à coerência da acção;
- Uma coria única que, interagindo com a funcionalidade do logótipo, promove a fácil memorização colectiva;
- A Árvore, como ícone gráfico que incorpora o logótipo, de tão universal, é em si a imagem do Crescimento e o símbolo de trabalho e de frutos colhidos, quando a nossa intervenção e de todos é empenhadamente positiva.



Parte II

2.1.2. Base Programática da Marca INTERVIR+

A marca tem, no seu programa de acção, cinco Objectivos Prioritários conducentes à competitividade e ao desenvolvimento da Economia e do Território da RAM, a destruir barreiras de interioridades auto centradas, a fomentar a partilha de experiências com o exterior de modo a consolidar a Região Autónoma da Madeira como o ícone insular da modernidade das regiões europeias.

No período 2007-2013, com o apoio dos fundos comunitários inscritos nos objectivos estratégicos do QREN, a marca **INTERVIR+** articula a sua intervenção com o espírito de abrir portas a novas linguagens e conhecimentos tecnológicos indutores de atitudes e comportamentos inovadores (eixo I), promove a partilha e absorção de experiências e linguagens externas fomentando uma competitividade sustentada de nível europeu (eixo II), coloca o território, o ambiente e a paisagem como motor de uma sustentabilidade diferenciadora e produtiva (eixo III), reforça a mobilidade territorial e a valorização dos espaços como mais valia para desfrute competitivo para as suas populações e para quem nos visita (eixo IV) e promove o apoio a todas as acções conducentes a minimizar a ultraperifericidade da RAM (eixo V).

Um programa de acção que se explicita no quadro seguinte, caracterizando as suas vertentes de Intervenção, os seus Objectivos mais específicos e os Principais Domínios de Investimento.

Parte II

Programa Operacional INTERVIR+				
PO INTERVIR +	Vertentes de Intervenção	Objectivos Específicos	Principais Domínios de Interv. e de Investimento	Entidades Beneficiárias
Eixo I - Inovação, Desenvolvimento Tecnológico e Sociedade do Conhecimento	Incentivos Directos e Indirectos às Empresas	> Transformar o padrão de especialização e aumentar a inovação na economia da Região	> Incentivos às Empresas, designadamente PME	Empresas
			> Acções Inovadoras	Governo Regional da Madeira Associações empresariais Outras entidades, públicas ou privadas, mediante protocolo ou outra forma de contratualização com o Governo Regional Outras entidades que prossigam fins públicos enquadrados no âmbito da tipologia de investimento, devidamente articuladas com a Administração Regional
	Sistema Científico e Tecnológico e Sociedade do Conhecimento	> Desenvolver a ciência, a tecnologia e a sociedade do conhecimento na Região	> Apoio ao Sistema Científico e Tecnológico	Governo Regional da Madeira Instituições de ensino superior Centros de Ciência e Tecnologia Instituições que desenvolvam actividades científicas e detenham estatuto de utilidade pública Instituições públicas de investigação Unidades de investigação de contexto hospitalar Laboratórios e outros organismos públicos vocacionados para actividades de I&D Entidades vocacionadas para actividades de produção, divulgação científica e tecnológica Outras instituições que promovam ou desenvolvam actividades científicas e tecnológicas Outras entidades, públicas ou privadas, mediante protocolo ou outra forma de contratualização com o Governo Regional Outras entidades que prossigam fins públicos enquadrados no âmbito da tipologia de investimento, devidamente articuladas com a Administração Regional
			> Economia Digital e Sociedade do Conhecimento	Governo Regional da Madeira Entidades que desenvolvam actividades científicas e tecnológicas, em particular Centros de Ciência e Tecnologia Estabelecimentos de ensino, em particular, instituições de ensino superior Municípios, associações ou empresas municipais Outras entidades, públicas ou privadas, mediante protocolo ou outra forma de contratualização com o Governo Regional Outras entidades que prossigam fins públicos enquadrados no âmbito da tipologia de investimento, devidamente articuladas com a Administração Regional.
			> Modernização Administrativa	Governo Regional da Madeira Municípios, associações ou empresas municipais Outras entidades, públicas ou privadas, mediante protocolo ou outra forma de contratualização com o Governo Regional Outras entidades que prossigam fins públicos enquadrados no âmbito da tipologia de investimento, devidamente articuladas com a Administração Regional

Parte II

Programa Operacional INTERVIR+				
PO INTERVIR +	Vertentes de Intervenção	Objectivos Específicos	Principais Domínios de Interv. e de Investimento	Entidades Beneficiárias
Eixo II Competitividade da Base Económica Regional	Projectos de investimento empresarial integrados e inovadores	> Assegurar a sustentabilidade e a diversificação da economia regional	> Incentivos às Empresas, designadamente PME	Empresas
			> Engenharia Financeira	Governo Regional da Madeira Outras entidades, públicas ou privadas, mediante protocolo ou outra forma de contratualização com o Governo Regional Outras entidades que prossigam fins públicos enquadrados no âmbito da tipologia de investimento, devidamente articuladas com a Administração Regional
	Envolvente empresarial	> Melhorar a envolvente da actividade empresarial	> Acções Colectivas	Governo Regional da Madeira Associações empresariais Outras entidades, públicas ou privadas, mediante protocolo ou outra forma de contratualização com o Governo Regional Outras entidades que prossigam fins públicos enquadrados no âmbito da tipologia de investimento, devidamente articuladas com a Administração Regional
			> Acolhimento Empresarial	Governo Regional da Madeira Municípios, associações ou empresas municipais
			> Energia	Outras entidades, públicas ou privadas, mediante protocolo ou outra forma de contratualização com o Governo Regional Outras entidades que prossigam fins públicos enquadrados no âmbito da tipologia de investimento, devidamente articuladas com a Administração Regional
	Eixo III Desenvolvimento Sustentável	Estruturas de gestão ambiental de primeira geração	> Melhorar a eficiência e a cobertura dos sistemas de abastecimento e tratamento de água e de resíduos sólidos urbanos	> Ciclo Urbano da Água - Sistemas em Baixa > Resíduos Sólidos Urbanos
Riscos naturais e tecnológicos		> Prevenir, gerir e monitorizar riscos naturais e tecnológicos	> Prevenção, Gestão e Monitorização de Riscos	
Gestão ambiental sustentável, conservação da natureza e biodiversidade		> Intervir no ambiente, na natureza e na biodiversidade	> Sistemas de gestão ambiental de segunda geração, Rede Natura e Biodiversidade	

Parte II

Programa Operacional INTERVIR +				
PO INTERVIR +	Vertentes de Intervenção	Objectivos Específicos	Principais Domínios de Interv. e de Investimento	Entidades Beneficiárias
Eixo IV - Coesão Territorial e Governação	Infra-estruturas e equipamentos colectivos	> Consolidar a cobertura regional das infra-estruturas e equipamentos colectivos	> Mobilidade > Culturais, de Potencial Turístico e de Lazer > Educação > Saúde e Desenvolvimento Social	Governo Regional da Madeira Municípios, associações ou empresas municipais Outras entidades, públicas ou privadas, mediante protocolo ou outra forma de contratualização com o Governo Regional Outras entidades que prossigam fins públicos enquadrados no âmbito da tipologia de investimento, devidamente articuladas com a Administração Regional
	Reabilitação urbana e rural	> Apoiar a reabilitação urbana e rural	> Reabilitação Urbana e Rural	
	Cooperação inter-regional	> Conhecer boas práticas de desenvolvimento regional europeu	> Cooperação Interregional	
Eixo V - Compensação dos Sobrecustos da Ultraperiferidade	Despesas de Funcionamento das Actividades Económicas	Combater os efeitos negativos que a situação ultraperiférica determina para os agentes económicos regionais	> Incentivos às Empresas para Compensação dos Sobrecustos da Ultraperiferidade > Apoio ao Funcionamento e Prestação de Serviços de Interesse Económico Geral	Empresas Governo Regional da Madeira Outras entidades, públicas ou privadas, mediante protocolo ou outra forma de contratualização com o Governo Regional
	Infra-estruturas e equipamentos públicos	> Reduzir os custos adicionais que pesam sobre os investimentos públicos de interesse colectivo em razão da ultraperiferidade	> Infra-estruturas e Equipamentos Colectivos para Compensação dos Sobrecustos da Ultraperiferidade	Outras entidades que prossigam fins públicos enquadrados no âmbito da tipologia de investimento, devidamente articuladas com a Administração Regional
	Gestão Operacional e Monitorização Estratégica	> Assegurar as condições adequadas para a gestão, acompanhamento, avaliação, monitorização e comunicação do PO	> Preparação, Análise, Selecção, Avaliação e Acompanhamento de Projectos; > Comunicação, Informação e Publicidade; > Sistema de Indicadores de Apoio à Monitorização do PO; > Sistema de Informação; > Estudos de Diagnóstico e Avaliação; > Aquisição de Serviços Especializados Externos	Entidades responsáveis pela gestão, acompanhamento, avaliação e controlo interno



Parte II

2.2. Estratégia da Comunicação da Marca INTERVIR+

Para uma eficaz comunicação dos benefícios de **INTERVIR+** aos Stakeholders, aos Beneficiários e ao Público em geral da RAM, a marca assume-se como um factor de intervenção relevante no mercado da Região Autónoma da Madeira, revelador da sua missão e visão, oferecendo um benefício credível, mobilizador das vontades dos públicos-alvo e promotor do desenvolvimento sustentado, da competitividade e da coesão territorial.

Missão

A marca toma como missão a mobilização de todas as forças sociais, económicas e culturais da Região, no sentido da aceleração do seu processo de modernização económica e territorial, potenciando os recursos disponibilizados pelos Fundos Europeus e da Região Autónoma da Madeira, tendo como horizonte uma Região de nível europeu.

Visão

A Região Autónoma da Madeira tem uma participação activa na construção de uma Economia Competitiva a nível europeu, em que a coesão do seu território constitui um poderoso activo e factor de atracção dos melhores investimentos.

Posicionamento

INTERVIR+ tem, como elemento distintivo de outros fundos e programas operacionais, a dinâmica de aproximação às populações e stakeholders convocados para o desenvolvimento da Região.

Promessa

Com **INTERVIR+** abatemos barreiras ao desenvolvimento económico e à coesão territorial

Claim Institucional

INTERVIR+ para uma Região cada vez mais Europeia

Parte II

2.3. Públicos-alvo

Os Públicos-alvo da Comunicação da marca **INTERVIR+** percorrem, transversalmente, toda a sociedade da RAM e estruturam-se em três grandes categorias:

PÚBLICO INSTITUCIONAL

PÚBLICO EM GERAL

PÚBLICO MEDIÁTICO

2.3.1. Público Institucional – entidades de direito público e privado, bem como, todos os potenciais e ou beneficiários finais dos recursos

- Governo Regional da Madeira
- Autarquias Locais
- Associações Empresariais
- Pessoas colectivas de direito público pertencentes à administração regional e local, incluindo institutos públicos
- Pessoas colectivas de direito privado, com ou sem fins lucrativos
- Empresas
- Instituições de ensino – escolas e universidades - e instituições científicas públicas e privadas
- Pessoas colectivas de direito privado, com ou sem fins lucrativos, que desenvolvam actividades nas áreas do ambiente e da promoção do território
- Outras Instituições que promovam ou desenvolvam actividades científicas ou tecnológicas
- Entidades da sociedade civil com objectivos de promoção da coesão territorial e da investigação hospitalar
- Outras instituições e organismos públicos, da administração regional e local
- Associações empresariais e de cidadãos de âmbito recreativo, cultural e desportivo
- A Igreja e as Autoridades Eclesiásticas
- Funcionários da Administração Pública
- A União Europeia e as suas estruturas
- Os Gestores e funcionários de toda a estrutura QREN e dos Planos Operacionais

2.3.2. Público em Geral – bem como todos os potenciais e ou beneficiários finais dos recursos

- O Cidadão - Homem e Mulher
- Pessoas da Cultura, das Artes e do Espectáculo
- Jovens que abandonaram o sistema educativo
- População activa empregada e desempregada
- População emigrante e imigrante
- População estudantil

Parte II

2.3.3. Público Mediático – Meios de Comunicação e Opinion Leaders amplificadores da notoriedade e aceitação da Marca **INTERVIR+**

- Meios de Comunicação e Jornalistas
- Escolas e alunos de escolas de comunicação, imagem e design
- Gestores de relevo regional
- *Opinion Leaders* de referência
- Celebidades das áreas da ciência, cultura, economia e desporto.

Este quadro alargado de Públicos-alvo pretende fazer veicular na Sociedade da RAM a relevância, a pertinência e a oportunidade aberta pela aplicação estruturante dos Fundos Comunitários e, em particular, pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional.

2.4. Acções de Comunicação

A marca **INTERVIR+**, com um período de temporalidade activa de 6 anos, precisa, dado ao seu curto tempo de vida, de se instalar no mercado com uma notoriedade massificada, marcando um ritmo de performance inovadora, em linha com o seu posicionamento, e geradora de uma relação empática com os diferentes Públicos-alvo.

Para consolidar estes objectivos, o Plano de Comunicação articula-se em 3 fases operacionais que, não sendo estanques, poderão sobrepor-se no tempo:



- **1ª Fase - 2007-2008 (Curto Prazo) – Lançamento e Notoriedade**
Promoção/Lançamento institucional do “produto” – **INTERVIR+** (promover e sensibilizar a sociedade civil e os restantes públicos específicos)
- **2ª Fase - 2008-2011 (Médio Prazo) – Consolidação e Relançamento**
Divulgação de períodos de candidatura ao Programa, apresentação de novas candidaturas (junto dos beneficiários e destinatários), consolidação da notoriedade da marca e seu Relançamento para refrescamento dessa notoriedade.

Parte II

■ 3ª Fase - 2010–2013 (Longo prazo) – Divulgação de Resultados e Monitorização

Monitorização do percurso da marca **INTERVIR+** e divulgação das actividades desenvolvidas (dados referentes à execução, incluindo-se a divulgação de projectos considerados como Boas Práticas de Sucesso), bem como o reajustamento comunicacional que se venha a provar necessário.

É missão deste Plano de Comunicação, durante as suas 3 fases de inserção na sociedade, reger-se pelo compromisso de gerar um nível de procura qualificada compatível com os objectivos a que se propõe, induzindo uma imagem pública de confiança, colmatando todas as necessidades de informação, realçando sempre o papel da União Europeia e da Região Autónoma na qualificação competitiva da Região.

Objectivo Estratégico das Acções INTERVIR+

Sendo a Missão da marca a mobilização de todas as forças sociais, económicas e culturais da Região, reunindo a qualificação das competências, dos saberes e dos territórios, como factor competitivo de uma Madeira ícone insular de uma Europa Moderna e não vivendo hoje num mundo egocêntrico em que a ferramenta tecnológica do conhecimento apenas fomentava a inovação para consumo interno, depara-se-nos o desafio de vencer competitivamente num mundo global.

A marca **INTERVIR+** tem que se afirmar como o motor da introdução de uma cultura de intercâmbio de experiências, de partilha de experiências externas, numa lógica de redes de conhecimento geradoras de Inovação Competitiva e Diferenciadora.

INTERVIR+ - a marca do intercâmbio de experiências externas de uma REGIÃO NA VANGUARDA E SEM BARREIRAS

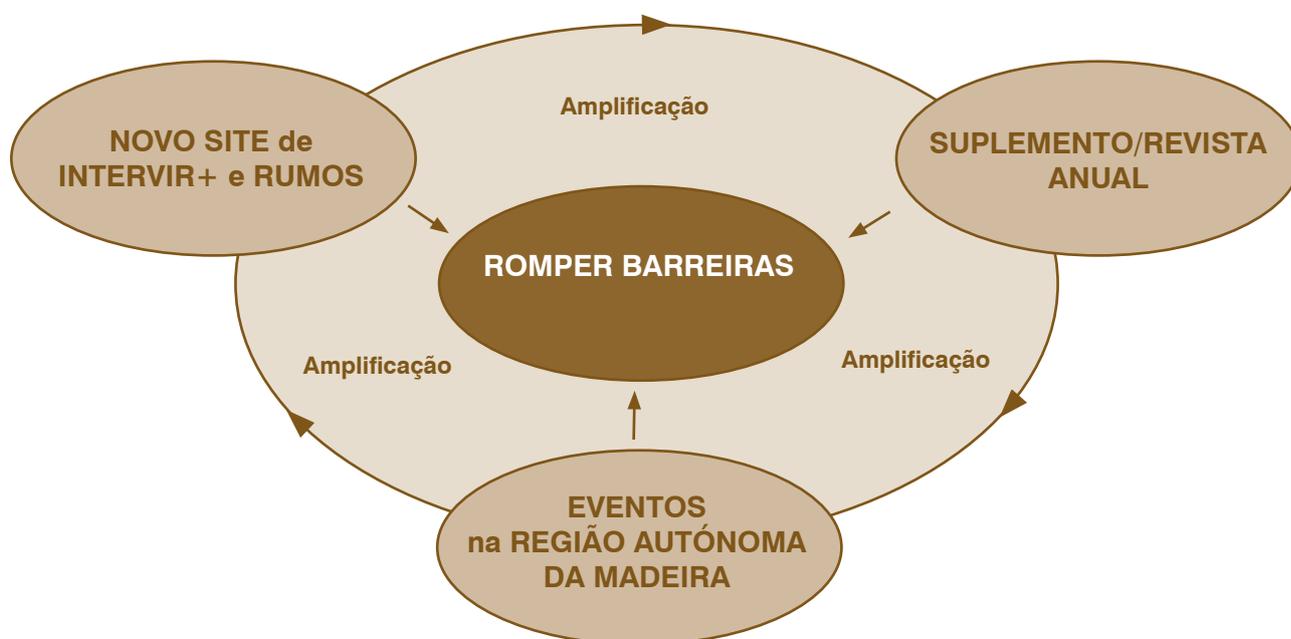


Parte II

Nesta óptica **INTERVIR+ e RUMOS** ao encontrarmos uma diferenciação entre as duas marcas convergentes, reflexo das especificidades de cada uma podemos hoje dizer que **INTERVIR+** tem uma dimensão mais institucional, ligada à economia e ao território, correndo num registo macro. Ela mobilizará vontades para a criação de melhores índices de competitividade, contribuirá para um território com menos barreiras, em que se detecta um sentido harmonioso. **INTERVIR+ é uma marca para a Região Autónoma da Madeira, enquanto RUMOS é uma marca para os que habitam e desfrutam a Região.**

Comunicar **INTERVIR+**, como a marca que rompe barreiras para a Madeira, selecciona, hierarquiza e mede as intensidades num esforço de tornar mais visíveis os valores e as mensagens âncora da marca **INTERVIR+**.

Uma estrutura estratégica de Comunicação que actua em 3 Grandes Palcos Mediáticos com um de amplificação técnica - todas as acções de comunicação feitas no palco da Região Autónoma da Madeira - todos eles convergentes para um romper das barreiras que ponham entraves a **CHEGADAS** multiplicadoras da competitividade .



**Os 3 grandes palcos da marca INTERVIR+
com campanhas de Amplificação**

Parte II

Campanhas Temáticas – As Melhores Chegadas

Nesta linha, o **Plano de Comunicação**, correndo em palcos articulados entre si pelo **conceito de Chegadas, das melhores Chegadas**, e estruturado numa linha convergente de comunicação, amplificadora do potencial edificado pelas duas marcas que se obrigam a romper todas as barreiras ao desenvolvimento sustentado.

Assim:

1º Palco

O “novo” Sítio Web INTERVIR+ e RUMOS:

Reformulado o actual Sítio web, do IDR, introduzindo valores de modernidade de linguagens gráficas, bilingue, promovendo o uso de linguagens universais e para onde concorrem todas as acções do plano **INTERVIR+ e RUMOS**. Um Sítio web onde se podem associar todos os sítios de interesse relacionados com os temas e as acções dos dois Planos.

O “novo” Sítio quer-se assumir como o ponto de **CHEGADA** de todos os que na Região Autónoma da Madeira querem estar cada vez mais abertos ao mundo de uma Europa Moderna.

2º Palco

O Suplemento

De edição anual, que congrega as melhores práticas seguidas em **INTERVIR+ e RUMOS**, fazendo as recapitulações do desenvolvimento conseguido e projectando as bases de **PARTIDA** para a intensificação do progresso alcançado.

Nele estarão presentes, equilibradamente, as dimensões humana e económica, sublinhando a riqueza única do território e o modo como ele cresce atractiva e harmoniosamente, provendo cada vez melhores **CHEGADAS** e melhores partidas.

3º Palco

No Palco de excelência e modernidade da RAM, ocorrem as:

MADEIRA EUROPEAN WAY OF LIFE

Um conjunto de *workshops* temáticos (ou em formato de conferências/debates) sobre uma região europeia, com um tema ou um caso de sucesso dessas regiões (de 2 em 2 anos), relacionado com as prioridades da RAM.

Será escolhido um espaço onde poderão, ainda, convergir as acções mais mediáticas das marcas **INTERVIR+** e **RUMOS**, bem como todos os grandes eventos empresariais que nele tenham, eventualmente, lugar. As marcas anunciarão nesta acção a sua **CHEGADA** com relevo e modernidade.

Parte II

4º Palco

Exposição de Rua INTERVIR+ e RUMOS

Na Semana da Europa, com início no Dia Oficial da Europa, 9 de Maio, uma exposição na Travessa do Cabido, sede do IDR no Funchal, ou numa outra rua, próxima do IDR, transforma-se e converte-se no Palco de **CHEGADA** à apresentação das marcas e da sua missão, das promessas e dos benefícios que todos terão oportunidade de ver (e rever) exemplificados nesta galeria de benefícios palpáveis.

Este mesmo conceito de Street Show reproduzir-se-á em todos os Concelhos da Região direccionado à população local e nos estabelecimentos de ensino, aquando da realização dos colóquios sobre as marcas **INTERVIR+** e **RUMOS**.

5º Palco

Palco de envolvimento global

TV e Rádio

Esta acção será realizada no âmbito do Plano de Comunicação do QREN, tal como tem vindo a acontecer desde 2009. Pretende-se transmitir programas onde possamos ver **CHEGAR** os Beneficiários das duas marcas, testemunhando os benefícios palpáveis que os dois programas introduziram na vida de cada um, no progresso das Empresas e no contexto global da economia, coesão territorial e social da Região.

Para além destas acções, o **INTERVIR+** encontra-se também inserido nas acções temáticas do RUMOS, tal como referido na Parte I - ponto 1.3.

Para o desenho do Plano de Comunicação de **INTERVIR+** foram tomadas em conta as seguintes perspectivas de análise da actual realidade da RAM:

- A marca **INTERVIR+** é a marca da consolidação dos avanços vividos na Região nos últimos anos em matéria de potencial económico e coesão territorial. Ela projecta a Madeira para um novo patamar de desenvolvimento, que só pode ser concretizado na razão directa em que se acelerem os processos de Abertura ao exterior.

- O conceito de que boas Partidas vão trazer mais e melhores Chegadas, exprime este raciocínio de construção de uma proposta de valor, com elevado poder competitivo no quadro da Europa das Regiões. Partidas e Chegadas são temas de movimento, de extroversão, de espaços abertos e interactivos.



Parte II

- Por isso, teremos um conjunto de acções e peças de comunicação dinâmicas, expressivas, agrupadas em dois grandes grupos: acções estruturantes que se centram na função informativa para públicos universais e acções temáticas, que assentam numa preocupação mais comunicacional, persuasiva e que tocam de perto públicos melhor definidos.
- As acções temáticas procuram responder aos 4 grandes Eixos de **INTERVIR+**, contemplando iniciativas para promover a Inovação e Desenvolvimento, bem como a Competitividade, o Desenvolvimento Sustentável e a Coesão e Governação, considerando que os Eixos V e VI estão cobertos pelas acções estruturantes.
- A diversidade de soluções propostas, bem como a sua qualidade intrínseca procuram ser, em si mesmas, símbolo da vibração e qualidade de vida com que o **INTERVIR+** pretende contribuir para o desenvolvimento da Região Autónoma da Madeira.

Parte II

Acções Estruturantes					
Objectivo Global	Objectivo Específico	Estratégia	Acção	Meio de Comunicação	Públicos-Alvo
Tornar INTERVIR+ reconhecível e notório	Implantar uma Matriz identificativa de INTERVIR+	Imagem de marca, visual e cromática de INTERVIR+	Um lettering e uma cromia e força de marca INTERVIR+. Uma imagem única.	Vísivel em todos os meios	A totalidade dos Públicos-alvo
Tornar INTERVIR+ acessível e público	Tornar INTERVIR+ transparente na actuação	Disponibilizar toda a informação, formulários, candidaturas, normativos legais de acesso ao Programa INTERVIR+ e seus resultados	Sítio web SIGMA - Sistema Integrado de Gestão de Fundos Comunitários da Madeira Divulgação da Listagem dos Beneficiários Newsletter - suporte digital (acessível no sítio web) - periodicidade: trimestral (comum aos dois PO) Newsletter - suporte papel - periodicidade: trimestral (comum aos dois PO)	Sítio web Sítio web Sítio web e JORAM (Jornal Oficial da RAM) Sítio web Material impresso	O Público Institucional (beneficiários - potenciais e finais -, stakeholders, comunidade científica, administração pública e do sector empresarial), Público Mediático e Público em geral
	Tornar INTERVIR+ do domínio público	Disponibilizar conteúdos comunicacionais e peças de comunicação utilizáveis em múltiplos eventos e acções	Folders e merchandising INTERVIR+ Audiovisual INTERVIR+ Anúncio INTERVIR+ Anúncio INTERVIR+ Anúncio INTERVIR+ Anúncio INTERVIR+ Hastear da bandeira da UE (comum aos dois PO) Comemoração do dia da Europa da UE (comum aos dois PO) Apresentações sobre o Programa em todos os Concelhos da RAM (comum aos dois PO) Apresentações nos Estabelecimentos Escolares (comum aos dois PO) Apresentações / Informativas (comum aos dois PO) Presença em Eventos Regionais (comum aos dois PO) Participação nas Exposições Empresariais (comum aos dois PO) Plano de Comunicação (um Plano para os dois PO) Relatórios de Execução Outras Publicações	Distribuição em acções e eventos relevantes Vídeo Institucional Spot televisivo Spots nas rádios Imprensa escrita e revistas Publicidade exterior: mupi's de rua e nos aeroportos e nos autocarros 9 de Maio - Autoridade de Gestão e nos Organismos de apoio à Gestão Diversos - ex. Exposição de Rua Colóquios com exposições (igual à Semana da Europa) Colóquios nos Estabelecimentos de Ensino Secundário, Profissional, Médio e Superior Conferências de Imprensa Eventos Regionais Stand na: Expomadeira, Expo Porto Santo / Nautitur e FIC - Indústria e Construção Material impresso Material impresso Material impresso	Preferencialmente o Público em geral mas também, todas as Entidades (dos sectores público e privado), Organizações Públicas Institucionais e Mediáticas e, ainda, Pessoas. Preferencialmente Organizações Públicas Institucionais - Comunitária, Nacional e Regional- e Público Mediático.

Parte II

Acções Temáticas					
Objectivo Global	Objectivo Específico	Estratégia	Acção	Meio de Comunicação	Públicos-Alvo
Comunicar e tornar transparente a finalidade e o contributo do Programa INTERVIR+	Envolver a RAM nos benefícios gerados pelos recursos disponibilizados pela Marca INTERVIR+	INTERVIR+ _ promove e fomenta a Inovação, o Desenvolvimento Tecnológico e a Sociedade do Conhecimento na RAM (Eixo I)	“Novo” Sítio web INTERVIR+ (e RUMOS)		
			Um sítio web de última geração - web 2.0 - bilingue e interactivo	Sítio web	Para além dos Beneficiários: Universitários, Comunidade Científica das Universidades, Empresas, Locais e residentes fora da RAM, Professores de ensino básico e secundário, Leaders de opinião da Sociedade Civil, como artistas e profissionais liberais
	Envolver os Stakeholders e o Público em geral nos benefícios gerados pelos recursos disponibilizados pela Marca INTERVIR+	INTERVIR+ _ disponibiliza os recursos para que os Projectos Inovadores das Regiões dinamizem a Competitividade Económica Regional (Eixo II)	Madeira European Way of Life		
			Uma Região Europeia, uma temática ou um Caso de Sucesso dessas Regiões Seleccionadas (os temas deverão estar relacionados com as prioridades da RAM)	Workshops Temáticos / Conferências-Debates a realizar-se de 2 em 2 anos, num espaço mediático onde possam ocorrer eventos empresariais	Para além dos Beneficiários: Pequenos e Médios Empresários de serviços e indústria, jornalistas económicos, consultores e prestadores de serviços a empresas, quadros da banca e investidores, professores e formadores profissionais nas áreas da gestão, finanças e marketing
			Semana da Europa _ Exposição de Rua		
			Street Show _ galeria de benefícios palpáveis das acções da Marca do Programa INTERVIR+ (e RUMOS) na RAM	Exposição _ Evento de Rua na Semana da Europa, com o hastear da Bandeira da UE na Travessa do Cabido, sede do IDR - mostra dos benefícios das acções das marcas INTERVIR+ e RUMOS	Leaders de opinião de cada comunidade, nomeadamente, nas zonas rurais, autarcas e dirigentes associativos, assistentes sociais e Igreja, jornalistas de sociedade e pequenos boletins/imprensa local, e todos os locais que vivem fora da RAM
	INTERVIR+ _ fomenta o Desenvolvimento Sustentável (Eixo III)	INTERVIR+ _ fomenta o Desenvolvimento Sustentável (Eixo III)	TV e Rádio INTERVIR+ (e RUMOS) - Plano de Comunicação do QREN		
			Audiovisuais em que os Beneficiários das Marcas mostram o que, com o seu apoio, de melhor mudou na Vida de cada um e no progresso das Empresas da RAM	Inserções na Rádio e na Televisão de Testemunhos de beneficiários pelos Programas da RAM	Para além dos Beneficiários: Jovens com propensão natural para a ecologia, engenheiros e profissionais ligados à fileira ambiental, autarcas com pelouros ambientais, jornalistas e outros actores culturais envolvidos na conservação e valorização da paisagem natural
	Promover o melhor de todos os Eixos do Programa INTERVIR+ (e RUMOS)	Promover o melhor de todos os Eixos do Programa INTERVIR+ (e RUMOS)	Suplemento Anual INTERVIR+ (e RUMOS)		
			Recapitulação impressa do Desenvolvimento conseguido na RAM	Revista Anual onde se mostra o Desenvolvimento Harmonioso conseguido na RAM	Para além dos Beneficiários: os decisores Comunitários, Nacionais e Regionais, Jornalistas e opinion leaders

Parte II

2.5. Obrigações de Informação e Publicidade dos Beneficiários

A divulgação e a publicitação do apoio (co-financiamento) concedido pelo **INTERVIR+** constituem uma responsabilidade das suas entidades beneficiárias, consagrada na legislação comunitária e nacional.

Tal obrigação tem como principal objectivo informar os públicos-alvo da intervenção (inclui os beneficiários finais) e a opinião pública, em geral, sobre o papel desempenhado pela União Europeia, através dos fundos estruturais, e pelo Estado Português, no âmbito do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN) 2007-2013, nos projectos e operações co-financiados e nos seus respectivos impactos e resultados.

A eficiência e eficácia no desenvolvimento e cumprimento daquela obrigação são tanto mais relevantes quanto maiores forem o espaço e o potencial comunicacionais das entidades beneficiárias, podendo estas, no seu todo, constituírem-se como o principal e mais permanente canal de notoriedade do Programa Operacional.

Neste contexto, os beneficiários são considerados actores de comunicação, devendo respeitar as obrigações e procedimentos específicos em vigor no âmbito do Programa Operacional que co-financia, associarem-se aos esforços da sua Autoridade de Gestão na execução do seu Plano de Comunicação e disponibilizarem-se para colaborar em realizações informativas ou demonstrativas.

Por seu lado, a Autoridade de Gestão, em parceria com o Organismo Intermédio para os projectos do sector privado, propõe-se desenvolver acções específicas de informação e sensibilização neste domínio junto das entidades beneficiárias, assegurando meios de apoio e esclarecimento adequados e realizando operações regulares de verificação e acompanhamento.

Uma candidatura aprovada no âmbito do Programa **INTERVIR+** para co-financiamento do FEDER, torna o(s) seu(s) beneficiário(s) sujeito(s), no âmbito da sua execução, ao cumprimento de um conjunto de exigências, regras e procedimentos em matéria de informação e publicidade, determinado por legislação comunitária e nacional e através de disposições específicas da Autoridade de Gestão do Programa Operacional.

As entidades titulares de candidaturas aprovadas (beneficiários) comprometem-se, assim, a respeitar e aplicar tais obrigações, em vigor à data da homologação da respectiva candidatura, disponíveis no Sítio Web do Programa Operacional.

Parte II

Documentos fundamentais

Sem prejuízo das orientações e especificações que a seguir se apresentam, consideram-se, neste contexto, documentos de leitura e aplicação imprescindíveis os seguintes:

1. Secção 1 “Informação e divulgação” do Capítulo II “Normas de Execução” do Regulamento (CE) N.º 1828/2006 da Comissão Europeia de 8 de Dezembro de 2006;
2. “Anexo I - Instruções para a criação do emblema e indicação das cores normalizadas” do Regulamento (CE) N.º 1828/2006 da Comissão Europeia de 8 de Dezembro de 2006;
3. Resolução nº 361/2008 de 21 de Abril do JORAM, Série II – Nº 43, relativa às “Orientações gerais em matéria de informação e comunicação aplicáveis a todas as acções e actividades de informação e publicidade dos PO da RAM”, aprovada pelo Conselho de Governo da Região Autónoma da Madeira;
4. “Manual de Identidade **INTERVIR+**” adoptado pela Autoridade de Gestão do Programa Operacional.
5. Guia de Normas de Informação e Publicidade do Programa **INTERVIR+**.

O carácter relativamente detalhado das disposições em apreço e das respectivas especificações técnicas visa facilitar e uniformizar a sua compreensão e aplicação pelo conjunto das entidades beneficiárias, traçando requisitos mínimos universais, no contexto das diversas possibilidades de realização de acções de comunicação.

Com efeito, em caso de dúvida ou dificuldade de aplicação, a Autoridade de Gestão garantirá um apoio e esclarecimento especializados, facilitando o acesso a demonstrações concretas e soluções comunicacionalmente viáveis.

Parte II

2.5.1. Acções de apoio e esclarecimento

A implementação de um conjunto de disposições e procedimentos neste domínio, tendo como destinatários um universo não uniforme de beneficiários, será necessariamente acompanhada de um conjunto de acções e mecanismos de apoio e esclarecimento, numa lógica pró-activa e de helpdesk, âmbito em que a Autoridade de Gestão usufruirá do conhecimento e experiência proporcionados pelos anteriores programas operacionais, designadamente no período 2000-2006.

Pese embora o carácter relativamente detalhado das regras em apreço e das especificações técnicas, considera-se que sua compreensão e aplicação poderão suscitar dúvidas interpretativas ou de aplicação, face ao sem número de contextos possíveis de execução de acções de comunicação.

O compromisso proposto, neste plano, pela Autoridade de Gestão é o de promover um apoio especializado, one to one, que garanta, por um lado, o cumprimento universal das disposições legais em vigor e, por outro, a protecção da viabilidade e qualidade dos objectivos de comunicação da entidade beneficiária, em prol dos objectivos de comunicação, transparência e notoriedade do Programa Operacional.

Abaixo, apresentam-se as acções propostas.

Ano	Acção de apoio e esclarecimento
2008	Edição de um documento de apoio ao beneficiário, produzido com base nas especificações apresentadas no Plano de Comunicação, a integrar nos manuais de procedimentos a adoptar. Publicação do “Manual de Identidade INTERVIR+” com a vertente normativa gráfica e uma síntese das obrigações e procedimentos em vigor.
2008 - 2010	Criação e desenvolvimento de uma área específica no Sítio Web de cariz informativo e demonstrativo, incluindo a disponibilização de documentos, ficheiros de imagem, exemplos de aplicação, “casos” e contactos úteis para apoio. Disponibilização de formulários, normativos legais e publicitação das candidaturas. Criação e mailing de box info-promocional de apoio ao beneficiário relativo às obrigações de informação e publicidade.
2008 - 2013	Fornecimento de helpdesk técnico especializado, via e-mail, telefone ou sistema de informação, incluindo ainda o eventual aconselhamento na concepção de acções de comunicação e eventual colaboração na disseminação de informação relevante. Publicação de “Questões Mais Frequentes” no Sítio Web ou no Sistema de Informação do Programa, bem como de exemplos de “Boas Práticas”.

Contactos úteis

Todo o Secretariado Técnico deverá estar apto a dar informações e esclarecimentos sobre as obrigações de informação e publicidade das entidades beneficiárias, das suas disposições e especificações técnicas.

Parte II

2.5.2 Acções de acompanhamento

A verificação e o acompanhamento do cumprimento e aplicação das obrigações e disposições em matéria de informação e publicidade constituem uma obrigação da Autoridade de Gestão do Programa Operacional, mas também um instrumento fundamental na gestão e defesa da imagem institucional do Programa Operacional e dos fundos estruturais da União Europeia, assim como de promoção da sua notoriedade pública no contexto das realizações proporcionadas pelo Programa.

O exercício de tal responsabilidade configura ainda um meio de aferição da compreensão e adequação das mesmas aos casos concretos suscitados no contexto das acções de informação e comunicação das operações (projectos) por parte do universo de destinatários.

Sendo assim, reconhece-se às tarefas de verificação e acompanhamento da aplicação destas disposições um papel muito relevante, sendo as mesmas complementares às desenvolvidas no acompanhamento técnico do projecto ou nas acções de auditoria e controlo. Abaixo, apresenta-se uma síntese das iniciativas de verificação e acompanhamento propostas.

Acções Verificação e Acompanhamento 2008-2010	
2008	Realização de uma ou mais sessões técnicas internas destinadas ao Secretariado Técnico do Programa e outros intervenientes no acompanhamento de execução de candidaturas, subordinada às disposições e procedimentos em vigor, designadamente dos organismos técnicos.
Anualmente, com início no ano de 2009	Realização de reportagem fotográfica a pelo menos 25 operações, elaboração de relatório específico e comunicação informativa às entidades beneficiárias. Apresentação de resultados no relatório de execução anual. Realização de consulta, análise e relatório a aplicações e recursos de comunicação desenvolvidos em pelo menos 15 operações (projectos), para além da que é assegurada de forma corrente pelos serviços do Secretariado Técnico. Comunicação informativa às entidades beneficiárias. Apresentação de resultados no relatório de execução anual.
2010	Auscultação a uma amostra de entidades beneficiárias ou intervenientes sobre a aplicação dos normativos e procedimentos em vigor, através da realização de inquérito de opinião. Apresentação de resultados no relatório de execução anual.

Parte II

2.6. Investimento - Indicativo

Objectivos	Fases	Ações	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total - Mil €	
INTERVIR+ A Marca, a Imagem e os Valores	Lançamento Fase I	Imagem Corporativa - Implementação	5	5						10	
		Sítio Web - Modernização		30						30	
		Spots TV	12							12	
		Prospecto Institucional, Flyers, Panfletos e Cartazes	5	5						10	
		Conferências de Lançamento	12	5						17	
		Street Show		8						8	
		Newsletter - Informática e Papel		2						2	
		Conferências / Colóquios		5						10	
		Guia de Normas de Informação e Publicidade		5	5					5	
		Assessoria Mediática									
Todos os Eixos - Programa INTERVIR+	Consolidação Fase II	Spots TV		12	8	1		12	8	41	
		Spots Rádios		20				5	5	30	
		Anúncios Imprensa		15	10	10	10	10	10	65	
		Newsletter - Informática e Papel (A partir de 2011 apenas em suporte digital)			2	2				4	
		Anúncios nas Salas de Cinema		15						15	
		Publicidade Exterior (mupi's e anúncios nos autocarros)		10	10	5	10	10	6	51	
		Folders e Material Merchandising		10	10	10	10	10	10	60	
		Stands em Exposições Empresariais		25	5	5	5	5	5	50	
		Candidaturas NET									
		Direct Mail									
		Mailing									
		Seminários e Colóquios		5	5	5	5	5	5	30	
		Relatórios de Execução		2	2	2	2	2	2	12	
		Acções Temáticas									
		Sítio Web				2	2	2	2	2	10
		Madeira European Way of Life			23		90		18		131
		Suplemento Anual			11	11	11	11	11	11	66
Street Show				3	1	1	3	3	11		
Publicações				4	4			4	12		
Assessoria Mediática											
Monitorização (*)	Resultados Fase III	Monitorização do Cumprimento das Regras de I&P									
		Resultados de Monitorização		8	8	8	8		8	40	
		Controlo e Difusão de Resultados		2	2	2	2		2	10	
Investimento Estimativo INTERVIR+ = Total Mil €			34	223	87	158	66	93	81	742	

(*) Anualmente será feita uma monitorização das acções

Parte II

2.7. Cronograma da Comunicação

Objectivos	Fases	Acções	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
INTERVIR+ A Marca, a Imagem e os Valores	Lançamento	Imagem Corporativa - Implementação								
		Fase I	Sítio Web - Modernização							
	Spots TV									
	Prospecto Institucional, Flyers, Panfletos e Cartazes									
	Conferências de Lançamento									
	Street Show									
	Newsletter - Informática e Papel									
	Conferências / Colóquios									
	Guia de Normas de Informação e Publicidade									
	Assessoria Mediática									
Todos os Eixos - Programa INTERVIR+	Consolidação	Spots TV								
		Fase II	Spots Rádios							
	Anúncios Imprensa									
	Newsletter - Informática e Papel									
	Anúncios nas Salas de Cinema									
	Publicidade Exterior (mupi's e anúncios nos autocarros)									
	Folders e Material Merchandising									
	Stands em Exposições Empresariais									
	Candidaturas NET									
	Direct Mail									
	Mailing									
	Seminários e Colóquios									
	Relatórios de Execução									
	Acções Temáticas									
	Sítio Web									
	Madeira European Way of Life									
	Suplemento Anual									
	Street Show									
	Publicações									
	Assessoria Mediática									
Monitorização (*)	Resultados	Monitorização do Cumprimento das Regras de I&P								
	Fase III	Resultados de Monitorização								
		Controlo e Difusão de Resultados								

(*) Anualmente será feita uma monitorização das acções



Rumos

Programa Operacional de Valorização
do Potencial Humano
e Coesão Social da RAM

Parte III

Programa Operacional de Valorização do Potencial Humano e Coesão Social

Programa RUMOS



Instituto de
Desenvolvimento Regional



REGIÃO AUTÓNOMA
DA MADEIRA



REPÚBLICA
PORTUGUESA



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Social Europeu



Parte III Programa Operacional de Valorização do Potencial Humano e Coesão Social Programa RUMOS

3.1. Objectivos de Comunicação da Marca RUMOS

3.1.1. Marca RUMOS e a sua construção

A uma marca que se dirige ao espectro mais amplo da população, exige-se que seja de leitura fácil e de compreensão generalizada. Sempre que possível, a sua denominação deveria ser indiciadora do naipe de benefícios que ela oferece aos seus Público-Alvo. Ora **RUMOS** consegue de uma forma directa e efectiva cumprir esse primado orientador – abrir novos rumos de oportunidades a quem, aderindo à marca, aposta na valorização do seu potencial humano.

Uma Marca que, apostando na Valorização das Potencialidades da Pessoa, contribui de forma decisiva para a valorização e coesão social da Região Autónoma da Madeira.

Rumos

Programa Operacional de Valorização
do Potencial Humano
e Coesão Social da RAM

Uma denominação RUMOS que

- Simplifica a designação do Programa POVPHCS;
- Facilita a identificação e a memorização colectiva;
- **RUMOS** transmite a abertura de novos caminhos, novos horizontes, destinos e direcções, orientadores de novas oportunidades para a salvaguarda da qualidade de vida do Cidadão;
- Novos **RUMOS** direccionados para uma maior qualificação pessoal e profissional, mais conhecimento, melhores empregos, mais segurança no mundo do trabalho e maior produtividade da Região.



Rumos

Programa Operacional de Valorização
do Potencial Humano
e Coesão Social da RAM

Uma Imagem gráfica cuja leitura pretende evidenciar

- Uma cromia verde plena de significado positivo e harmonia; representando a esperança em novas oportunidades, marcando a perseverança, a firmeza, a segurança e a satisfação do atingir metas sempre ambicionadas. Uma cor Verde que Simboliza vida nova, energia e crescimento;
- Uma cor única (mono cor), ligada à simplicidade e funcionalidade do logótipo e indutora da sua fácil memorização colectiva;
- Uma imagem iconográfica do Humano incorpora o logótipo, trazendo para primeiro plano a Pessoa como elemento central da acção da marca. A sua posição, dinâmica de movimentos orientados para cima, pretende transmitir o futuro e os novos horizontes que a marca pela sua leitura despoleta.



Parte III

3.1.2. Base Programática da Marca RUMOS

Encara as Pessoas e o seu conhecimento como um património a qualificar pelos mais elevados padrões europeus, investindo no vencer de obstáculos limitadores da expressão de um saber que se constrói em redes de partilha, de pesquisa e de vontades.

Novas atitudes profissionais, novas mentalidades de valor e a certificação das melhores competências dos Cidadãos (eixo I) fazem despoletar um maior e mais sustentado risco empreendedor, gerador de oferta de emprego e garante de uma coesão social cada vez mais universal (eixo II).

Parte III

Programa Operacional RUMOS			
PO RUMOS	Tipologias de Intervenção		Entidades Beneficiárias
Eixo I - Educação e Formação	1.1 - Qualificação Inicial	1.1.1 - Sistema de Aprendizagem 1.1.2 - Cursos Profissionalizantes 1.1.3 - Cursos de Educação e Formação 1.1.4 - Cursos de Especialização Tecnológica 1.1.5 - Cursos de Qualificação Profissional de Jovens 1.1.6 - Educação Especial e Reabilitação	Pessoas colectivas de direito público; Pessoas colectivas de direito privado, com ou sem fins lucrativos
	1.2 - Adaptabilidade e Aprendizagem ao Longo da Vida	1.2.1 - Cursos de Qualificação / Reconversão / Aperfeiçoamento / Especialização para Activos 1.2.2 - Formação Profissional da Administração Pública 1.2.3 - Acções de Formação-Consultoria 1.2.4 - Formação de Docentes e Formadores 1.2.5 - Formação de Adultos 1.2.6 - Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências 1.2.7 - Apoio à Produção de Recursos e Materiais Didácticos	Pessoas colectivas de direito público; Pessoas colectivas de direito privado, com ou sem fins lucrativos
	1.3 - Formação Avançada	1.3.1 - Bolsas para Professores / Investigadores 1.3.2 - Programas e Bolsas de Pós – Graduação, Mestrado, Doutoramento e Pós – Doutoramento 1.3.3 - Cursos de Formação Avançada 1.3.4 – Projectos de Investigação	Centro de Ciência e Tecnologia da Madeira (CITMA) Pessoas colectivas de direito público; Pessoas colectivas de direito privado, com ou sem fins lucrativos Centro de Ciência e Tecnologia da Madeira (CITMA)
Eixo II - Emprego e Coesão Social	2.1 – Transição para a Vida Activa	2.1.1 – Estágios Profissionais 2.1.2 – Assistência e orientação para a inserção na vida activa	Instituto Regional de Emprego
	2.2 – Apoio ao Emprego e Desenvolvimento Local	2.2.1 – Apoios à Contratação 2.2.2 – Apoios à Criação do Próprio Emprego 2.2.3 – Prémios à auto-colocação 2.2.4 – Iniciativas Locais de Emprego 2.2.5 – Formação/Emprego 2.2.6 – Clubes de Emprego 2.2.7 – Apoios à Substituição Temporária de Trabalhadores e Apoios à Família 2.2.8 – Desenvolvimento e Melhoria das Estruturas e dos Serviços Públicos de Emprego	Instituto Regional de Emprego
	2.3 – Desenvolvimento do Mercado Social de Emprego e Apoio aos Grupos Desfavorecidos face ao mercado de trabalho	2.3.1 – Integração Sócio-profissional de Pessoas Desfavorecidas 2.3.2 – Integração Sócio-profissional de Pessoas Portadoras de Deficiência 2.3.3 – Empresas de Inserção 2.3.4 – Ocupação de Desempregados 2.3.5 – Ocupação e Formação de Beneficiários do Rendimento Social de Inserção	Instituto Regional de Emprego Direcção Regional de Educação Especial e Reabilitação Instituto Regional de Emprego
Eixo III - Assistência Técnica	3.1 – Gestão Operacional e Monitorização Estratégica	> Preparação, Análise, Selecção, Avaliação e Acompanhamento de Projectos > Comunicação, Informação e Publicidade > Sistema de Indicadores de Apoio à Monitorização do PO > Sistema de Informação	Entidades responsáveis pela gestão, acompanhamento, avaliação e controlo interno



Parte III

3.2. Estratégia da Comunicação da Marca RUMOS

Para uma eficaz comunicação dos benefícios de **RUMOS** aos *Stakeholders*, aos Beneficiários e ao Público em geral da RAM, a marca assume-se como um factor de intervenção relevante no mercado da Região, revelador da sua missão e visão, oferecendo um benefício credível, mobilizador das vontades dos públicos-alvo e promotor do desenvolvimento sustentado, da valorização das pessoas da coesão social de todos os Cidadãos da Região Autónoma como in-habitantes de um espaço territorial de padrão europeu.

Missão

A marca **RUMOS** tem como missão comunicar a todos os Cidadãos e aos *Stakeholders* que está em curso um grande programa de qualificação de pessoas, das suas competências e saberes, criando uma dinâmica mobilizadora de vontades em torno de uma Região auto confiante e virada para o futuro.

Visão

Os Cidadãos da Região Autónoma da Madeira são pessoas bem qualificadas, abertas ao mundo, preparados para as melhores Chegadas de pessoas e organizações, que tenham projectos de desenvolvimento sustentável para a Região e que contribuam para esse desígnio.

Posicionamento

RUMOS é uma marca distintiva pelo seu empenho e rigor na qualificação dos Cidadãos, preparando-os para uma sociedade mais aberta e participante activa na Europa das Regiões.

Promessa

Com **RUMOS** os Cidadãos da Região Autónoma da Madeira ficam com uma preparação de nível europeu

Claim Institucional

OS MELHORES RUMOS PARA OS CIDADÃOS DA REGIÃO

Parte III

3.3. Públicos-alvo

Os Públicos-alvo da Comunicação da marca **RUMOS** percorrem toda a sociedade da RAM e agrupam-se em três grandes categorias:

PÚBLICO INSTITUCIONAL

PÚBLICO EM GERAL

PÚBLICO MEDIÁTICO

3.3.1. Público Institucional – entidades de direito público e privado bem como todos os potenciais e ou finais beneficiários dos recursos

- Governo Regional da Madeira
- Instituto Regional de Emprego
- Associações Empresariais
- Pessoas colectivas de direito público pertencentes à administração central e local, incluindo institutos públicos
- Pessoas colectivas de direito privado, com ou sem fins lucrativos
- Empresas
- Instituições de ensino – escolas e universidades - e instituições científicas públicas e privadas
- Pessoas colectivas de direito privado, com ou sem fins lucrativos, que desenvolvam actividades nas áreas do conhecimento e da inovação tecnológica
- Outras Instituições que promovam ou desenvolvam actividades de I&D
- Outras instituições e organismos públicos que desenvolvam actividades nas áreas da Educação Especial e Reabilitação
- Pessoas com limitações ou deficiências
- Associações empresariais e de cidadãos de âmbito recreativo, cultural e desportivo
- A Igreja e as Autoridades Eclesiásticas
- Funcionários da Administração Pública
- A União Europeia e as suas estruturas
- Os Gestores e funcionários de toda a estrutura QREN e dos Planos Operacionais

3.3.2. Público em Geral – bem como todos os potenciais e ou finais beneficiários dos recursos

- O Cidadão - Homem e Mulher
- Pessoas da Cultura, das Artes e do Espectáculo
- Jovens que abandonaram o sistema educativo
- População activa empregada e desempregada
- População emigrante e imigrante
- População estudantil



Parte III

3.3.3. Público Mediático – Meios de Comunicação e *Opinion Leaders* amplificadores da notoriedade e aceitação da Marca **RUMOS**

- Meios de Comunicação e Jornalistas
- Escolas e alunos de escolas de comunicação, imagem e design
- Gestores de relevo regional
- *Opinion Leaders* de referência
- Celebidades das áreas da ciência, cultura, economia e desporto.

Este quadro bem alargado de públicos-alvo é a afirmação de uma vontade determinada de fazer chegar a mensagem à mais vasta faixa populacional da RAM, de modo a que a Sociedade interiorize a janela de oportunidades aberta pelos Fundos Comunitários e, neste particular, pelo Fundo Social Europeu.

3.4. Acções de Comunicação da Marca **RUMOS**

A marca **RUMOS** trata directamente de pessoas, do seu crescimento como cidadãos e criadores de riqueza, pelo seu trabalho e iniciativa. Esta dimensão mais personalizada deve estar reflectida no modo de comunicar a marca, naturalmente. **RUMOS** fica ligada a cada Cidadão como o horizonte próximo e acessível do seu crescimento através de uma qualificação bem pensada e bem aplicada. **RUMOS é uma marca para os Cidadãos da Região Autónoma da Madeira**

A marca **RUMOS**, com um período de Comunicação activa de 6 anos precisa, precisa, dado o seu curto tempo de vida, de seguir a linha de articulação temporal convergente com a marca **INTERVIR+**, distribuída nas 3 fases que já apresentámos:



A **acção Temática** da marca **RUMOS**, sempre convergente com o estabelecido estrategicamente para as marcas **RUMOS** e **INTERVIR+**, direccionam-se para o conhecimento, o saber e a qualificação e intervêm directamente na escola, na comunidade científica e tecnológica, na cultura de experiências, fomentando redes de conhecimento e saber, contribuindo activamente para dar **OS MELHORES RUMOS A TODOS OS CIDADÃOS DA REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA.**

Parte III

Acção Temática

O Nosso MURAL DIGITAL

A ideia é pôr as escolas a, usando a **WEB**, construírem cada uma o seu mural com as suas experiências do que de melhor encontram na Madeira realizado, participado e concretizado pela marca **RUMOS** e **INTERVIR+**. Para além do trabalho de pesquisa em grupo, da partilha de ideias e experiências, familiarizam-se com as ferramentas da modernidade e mostram as suas melhores Obras no “**NOVO**” **SITE DAS MARCAS**.

Para além desta acção, o **RUMOS** encontra-se também inserido nas acções temáticas do **Intervir+**, tal como referido na Parte I - ponto 1.3.

O Plano de Comunicação de **RUMOS** foi pensado a partir das seguintes reflexões:

- Há uma dinâmica demográfica que importa sublinhar e potenciar na Região, criando condições para uma vida bem sucedida por parte das novas gerações atraindo mais gente nova para viver e trabalhar na Região.
- O padrão educacional e de empregabilidade está em mudança, ganhando em qualificação e adequação a novas solicitações trazidas pela subida na cadeia de valor em múltiplas indústrias e serviços, permitindo que haja partidas felizes, gerando melhores chegadas
- As acções estruturantes têm uma acentuação informativa, mas devem encerrar uma linguagem contemporânea, viva e atraente. Quanto às acções temáticas elas apostam na interação intensa entre as pessoas e entre as instituições, promovendo uma inter motivação dos actores sociais.
- As soluções propostas para o Eixo I privilegiam as novas gerações e o seu natural sentido de extroversão de partilha de experiências à escala regional, nacional e europeia, global, enquanto que no Eixo II se constroem experiências de contacto directo entre agentes de empregabilidade, criando uma atitude de inclusão social.

Parte III

Acções Estruturantes					
Objectivo Global	Objectivo Específico	Estratégia	Acção	Meio de Comunicação	Públicos-Alvo
Tornar RUMOS reconhecível e notório	Implantar uma Matriz identificativa de RUMOS	Imagem de marca, visual e cromática de RUMOS	Um lettering e uma cromia e força de marca RUMOS. Uma imagem única.	Vísivel em todos os meios	A totalidade dos Públicos-alvo.
Tornar RUMOS acessível e público	Tornar RUMOS transparente na actuação	Disponibilizar toda a informação, formulários, candidaturas, normativos legais de acesso ao Programa RUMOS e seus resultados	Sítio web	Sítio web	O Público Institucional (beneficiários - potenciais e finais -, stakeholders, comunidade científica, administração pública e do sector empresarial), Público Mediático e Público em geral
			SIIFSE - Sistema Integrado de Informação do FSE	Sítio web	
Divulgação da Listagem dos Beneficiários	Sítio web e JORAM (Jornal Oficial da RAM)				
Newsletter - suporte digital (acessível no sítio web) - periodicidade: trimestral (comum aos dois PO)	Sítio web				
Newsletter - suporte papel - periodicidade: trimestral (comum aos dois PO)	Material impresso				
Tornar RUMOS do domínio público	Disponibilizar conteúdos comunicacionais e peças de comunicação utilizáveis em múltiplos eventos e acções	Disponibilizar conteúdos comunicacionais e peças de comunicação utilizáveis em múltiplos eventos e acções	Folders e merchandising RUMOS	Distribuição em acções e eventos relevantes	Preferencialmente o Público em geral mas também, todas as Entidades (dos sectores público e privado), Organizações Públicas Institucionais e Mediáticas e, ainda, Pessoas.
			Audiovisual RUMOS	Vídeo Institucional	
			Anúncio RUMOS	Spot televisivo	
			Anúncio RUMOS	Spots nas rádios	
			Anúncio RUMOS	Imprensa escrita e revistas	
			Anúncio RUMOS	Publicidade exterior: mupi's de rua e nos aeroportos e nos autocarros	
			Hastear da bandeira da UE (comum aos dois PO)	9 de Maio - Autoridade de Gestão e nos Organismos de apoio à Gestão	
			Comemoração do dia da Europa da UE (comum aos dois PO)	Diversos - ex. Exposição de Rua	
			Apresentações sobre o Programa em todos os Concelhos da RAM (comum aos dois PO)	Colóquios com exposições (igual à Semana da Europa)	
			Apresentações nos Estabelecimentos Escolares (comum aos dois PO)	Colóquios nos Estabelecimentos de Ensino Secundário, Profissional, Médio e Superior	
			Apresentações / Informativas (comum aos dois PO)	Conferências de Imprensa	
			Presença em Eventos Regionais (comum aos dois PO)	Eventos Regionais	
			Participação nas Exposições Empresariais (comum aos dois PO)	Stand na: Expomadeira, Expo Porto Santo / Nautitur e FIC - Indústria e Construção	
			Piano de Comunicação (um Plano para os dois PO)	Material impresso	Preferencialmente Organizações Públicas Institucionais - Comunitária, Nacional e Regional- e Público Mediático.
Relatórios de Execução	Material impresso				
Outras Publicações	Material impresso				

Parte III

Acções Temáticas					
Objectivo Global	Objectivo Específico	Estratégia	Acção	Meio de Comunicação	Públicos-Alvo
Comunicar e tornar transparente a finalidade e o contributo do Programa RUMOS	Envolver a RAM nos benefícios gerados pelos recursos disponibilizados pela Marca RUMOS	RUMOS _ promove e fomenta a Educação e a Formação, garante de qualificação inicial e avançada na RAM (Eixo I)	O Nosso MURAL Digital		
			Pesquisar na web o melhor que a marca RUMOS fez pelo desenvolvimento da Região, e construir um mural virtual com toda essa informação	Sítio web	Estudantes do ensino básico (3º ciclo) e secundário, professores da Comunidade Educativa
		RUMOS _ fomenta a qualificação do emprego e promove a coesão social na RAM (Eixo II)	Exposições Empresariais na RAM		
	Presença da Marca RUMOS alicerçada numa comunicação centrada na qualificação do emprego e das empresas como factor de desenvolvimento e de coesão social		Stand com material informativo e didáctico dirigido à qualificação e à aprendizagem continua	Pequenos e médios empresários de serviços e de indústria, jornalistas da área da economia, prestadores de serviços a empresas de formação para a vida profissional e público em geral	
	Envolver os Stakeholders e o Público em geral nos benefícios gerados pelos recursos disponibilizados pela Marca RUMOS	Promover o melhor de todos os Eixos do Programa RUMOS (e INTERVIR+)	Suplemento Anual (RUMOS e INTERVIR+)		
			Recapitulação impressa do Desenvolvimento conseguido na RAM	Revista anual	Para além dos Beneficiários, designadamente, os decisores comunitários, nacionais e regionais, os jornalistas e os opinion leaders

3.5. Obrigações de Informação e Publicidade dos Beneficiários

O normativo legal em vigor explicitado no ponto 2.5 deste documento, alterando-se apenas a denominação do Programa.

Parte III

3.6. Investimento - Indicativo

Objectivos	Fases	Acções	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total - Mil €
RUMOS A Marca, a Imagem e os Valores	Lançamento Fase I	Imagem Corporativa - Implementação	5	5						10
		Sítio Web - Modernização		5						5
		Spots TV	12							12
		Prospecto Institucional, Flyers, Panfletos e Cartazes	5	5						10
		Conferências de Lançamento	2	2						4
		Street Show		4						4
		Newsletter - Informática e Papel		2						2
		Conferências / Colóquios		5	5					10
		Guia de Normas de Informação e Publicidade		5						5
		Assessoria Mediática								
Todos os Eixos - Programa RUMOS	Consolidação Fase II	Spots TV		12	8	1		12	8	41
		Spots Rádios		20		10		5	5	40
		Anúncios Imprensa		15	10	10	10	10	10	65
		Newsletter - Informática e Papel			2	2	2	2	2	10
		Anúncios nas Salas de Cinema		15						15
		Publicidade Exterior (mupi's e anúncios nos autocarros)		10	10	5	10	10	6	51
		Folders e Material Merchandising		5	5	5	5	5	5	30
		Stans em Exposições Empresariais		25	5	5	5	5	5	50
		Candidaturas NET								
		Direct Mail								
		Mailing		2	2	2	2	2	2	12
		Seminários e Colóquios		3	3	3	3	3	3	18
		Relatórios de Execução		2	2	2	2	2	2	12
		Acções Temáticas								
		Mural Digital			4	4	4	4	4	20
		Suplemento Anual		11	11	11	11	11	11	55
		Participar no Madeira European Way of Life		2		2		19		23
		Street Show			4	1	1	3	3	12
		Publicações			4	4			4	12
		Assessoria Mediática								
Monitorização (*)	Resultados Fase III	Monitorização do Cumprimento das Regras de I&P								
		Resultados de Monitorização		8	8	8	8		8	40
		Controlo e Difusão de Resultados		2	2	2	2		2	10
Investimento Estimativo RUMOS = Total Mil €			24	165	85	77	65	93	80	589

(*) Anualmente será feita uma monitorização das acções

Parte III

3.7. Cronograma da Comunicação

Objectivos	Fases	Acções	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
RUMOS A Marca, a Imagem e os Valores	Lançamento Fase I	Imagem Corporativa - Implementação								
		Sítio Web - Modernização								
		Spots TV								
		Prospecto Institucional, Flyers, Panfletos e Cartazes								
		Conferências de Lançamento								
		Street Show								
		Newsletter - Informática e Papel								
		Conferências / Colóquios								
		Guia de Normas de Informação e Publicidade								
		Assessoria Mediática								
Todos os Eixos - Programa RUMOS	Consolidação Fase II	Spots TV								
		Spots Rádios								
		Anúncios Imprensa								
		Newsletter - Informática e Papel								
		Anúncios nas Salas de Cinema								
		Publicidade Exterior (mupi's e anúncios nos autocarros)								
		Folders e Material Merchandising								
		Stands em Exposições Empresariais								
		Candidaturas NET								
		Direct Mail								
		Mailing								
		Seminários e Colóquios								
		Relatórios de Execução								
		Acções Temáticas								
			Mural Digital							
			Suplemento Anual							
			Participar no Madeira European Way of Life							
			Street Show							
			Publicações							
	Assessoria Mediática									
Monitorização (*)	Resultados	Monitorização do Cumprimento das Regras de I&P								
	Fase III	Resultados de Monitorização								
		Controlo e Difusão de Resultados								

(*) Anualmente será feita uma monitorização das acções

Parte IV

4.1. Monitorização da Eficácia da Comunicação

Ao afirmarmos nos Objectivos Estratégicos que **INTERVIR+ e RUMOS** afirmam-se como duas Marcas fortes, com benefícios reconhecidos pela população da RAM, pela assertividade e pertinência da sua comunicação, assumem a relevância e notoriedade compaginada com o investimento estruturante para a RAM a que cada uma se associa” – este objectivo só se viabiliza pela constante e pertinente monitorização dos Processos e das Acções, quantificando a sua notoriedade e reconhecimento e qualificando o grau de assertividade das mensagens.

Nos termos previstos no Regulamento Comunitário (CE) nº 1828/2006 de 8 de Dezembro, a avaliação das acções de informação e publicidade passará pela Comissão de Acompanhamento, devendo os relatórios de execução anuais dar conta das medidas empreendidas no âmbito desta matéria. Será dada plena execução ao disposto no artigo 4º deste normativo: “o *relatório anual de execução para o ano 2010 e o relatório final de execução deverão conter um capítulo dedicado à avaliação dos resultados das medidas de informação e publicidade em termos de visibilidade e notoriedade dos programas operacionais e do papel desempenhado pela Comunidade*”.

O Plano de Comunicação traçado para os dois Programas Operacionais terá, então, uma monitorização assente nas seguintes linhas de trabalho:

- Considerando a organização da comunicação em 3 palcos principais – Imprensa e Media tradicional, Internet e Espaços Físicos – serão utilizadas as respectivas métricas de acordo com os momentos de comunicação de INTERVIR + e RUMOS.
- Assim, anúncios de imprensa, spots de rádio e participação em programas de Televisão serão observados a partir dos dados de estudos de audiência dos respectivos meios e suportes, usando-se para a Internet o número de visitas aos sites e para os Eventos o número de visitantes a esses espaços públicos.
- Para a Internet será considerado o número de visitas aos sites.
- Para os Eventos o número de visitantes a esses espaços públicos.
- Para o projecto MURAL DIGITAL o número de jovens que participaram nas sessões informativas e o número de mensagens inseridas.
- E, para as publicações, o número de distribuição.
- A par destas análises, o mais ajustada possível sobre os produtos informativos e comunicacionais das duas marcas/Programas Operacionais, propõe-se a realização de estudos de opinião, por inquérito junto de amostras representativas da população (devidamente segmentada).
- Será tomado como conhecimento de referência o Estudo “Impacto das Acções de Informação e Publicidade do IFC (2000-2006), promovido pelo Instituto de Gestão dos Fundos Comunitários. Muitas das questões podem ser objecto de comparação directa com os actuais Programas Operacionais, pelo que este Inquérito se constitui como uma excelente mais valia para o trabalho de monitorização.

Parte IV

- Nas metodologias a seguir para estes estudos de opinião (que incluem questões chave de notoriedade espontânea e dirigida, bem como de apreciação de acções em escalas semânticas) consideram-se abordagens qualitativas e quantitativas.
- Os estudos a desenvolver em relação aos anos de 2007-2008-2009-2010, bem como após 2013, serão apresentados publicamente, constituindo-se como novos conteúdos de comunicação e terão uma função, também prospectiva antecipando necessidades dos públicos e gerando *insights* para afinação das acções previstas.
- Mais concretamente pretende-se realizar, nos anos referidos na alínea anterior, 2 focus groups e 500 entrevistas anuais junto da população da Região a que se juntará uma amostra de 150 beneficiários institucionais, reais e potenciais.
- A informação resultante destes estudos ad-hoc será integrada na análise de audiência de meios, já referida.

4.2. Direcção e Execução das Medidas de Informação e Publicidade

Conforme o disposto na Regulamentação Comunitária, a direcção e a execução das medidas de informação e publicidade constantes do Plano de Comunicação dos Programas **INTERVIR+** e **RUMOS** é da responsabilidade do Instituto de Desenvolvimento Regional, Autoridade de Gestão dos Programas.

Contudo, a execução das medidas direccionadas aos públicos-alvos específicos e contempladas no Plano serão da responsabilidade dos Organismos Intermédios e dos OREPP e BREPP que participem na gestão dos Programas Operacionais da RAM.

4.3. Participação nas Redes de Comunicação

A Autoridade de Gestão participará nas Redes de Comunicação, designadamente:

- Rede de Interlocutores de Comunicação do QREN – Neste Rede participará activamente na implementação do Plano de Comunicação do QREN.
- Rede INFORM da DG Regio - Plataforma de Informação e Comunicação
- Rede INIO - Rede Informal de Informação do FSE

Parte IV

4.4. Documentação

O PEC foi estruturado com base na seguinte documentação:

- Regulamento (CE) nº 1828/2006 da Comissão de 8 de Dezembro
- Regulamento (CE) nº 1083/2007 da Comissão de 31 de Julho
- Decreto-Lei n.º 312/2007 de 17 de Setembro
- Decreto Legislativo Regional nº 20/2007/M de 27 de Novembro
- Livro Branco sobre “Uma Política de Comunicação Europeia”, de 1.2.2006
- Resolução nº 361/2008 de 21 de Abril do JORAM, Série II – Nº 43, relativa às “Orientações gerais em matéria de informação e comunicação aplicáveis a todas as acções e actividades de informação e publicidade dos PO da RAM”, aprovada pelo Conselho de Governo da Região Autónoma da Madeira;
- Programa Operacional de Valorização do Potencial Económico e Coesão Territorial da RAM (Programa Intervir+)
- Programa Operacional de Valorização do Potencial Humano e Coesão Social da RAM (Programa Rumos)

in: Programa INTERVIR+ _ <http://www.idr.gov-madeira.pt/intervir+/>
Programa RUMOS _ <http://www.idr.gov-madeira.pt/rumos/>