

# MANUAL DE COMUNICAÇÃO

## Plano de Recuperação e Resiliência Portugal



# Índice

## Conteúdo

Introdução.....	3
Para quem é este Manual?.....	4
Como as partes envolvidas na comunicação do PRR podem utilizar este Manual?.....	5
1. Visibilidade das Medidas PRR.....	6
1.1 Medidas do PRR em Portugal.....	6
<b>1.1.1 Abordagem geral do PRR</b> .....	6
<b>1.1.2 Dimensões do PRR - Objetivos e Comunicação</b> .....	7
1.2 Dicas para Comunicar as Medidas do PRR em Portugal.....	8
2. Orientações de Comunicação.....	10
2.1 Requisitos da União Europeia (EU).....	10
2.2 Identidade Visual do PRR em Portugal.....	12
<b>2.2.1 Logótipo e Barra de financiamento</b> .....	12
<b>2.2.1.1 Estrutura do conjunto de Logótipos e versões com as diferentes cores</b> .....	14
<b>2.2.1.2 Conjunto de Logos em Diferentes Fundos – Uso Correto</b> .....	15
<b>2.2.1.3 Conjunto de Logos em Diferentes Fundos – Uso Incorreto</b> .....	15
<b>2.2.2 Cores</b> .....	16
<b>2.2.2.1 Utilização de Cores nos Materiais</b> .....	16
<b>2.2.3 Requisitos para diversas partes envolvidas</b> .....	18
2.3 Aplicação da Identidade Visual do PRR em Portugal.....	19
<b>2.3.1 Comunicação digital</b> .....	20
<b>2.3.2 Materiais informativos</b> .....	35

<b>2.3.3</b>	<b>Eventos</b> .....	41
3.	Envolvimento das Partes Interessadas na Comunicação do PRR .....	46
3.1	Funções e Responsabilidades das Partes Interessadas .....	46
3.2	Dicas para o Envolvimento das Partes Interessadas na Comunicação do PRR .....	47
4.	Recursos Adicionais .....	50
	Anexos .....	51
1.	Anexo 1: Requisitos obrigatórios da UE e requisitos nacionais recomendados na comunicação do PRR.....	51
2.	Anexo 2: Modelos para materiais de comunicação .....	55



# Introdução

O Mecanismo de Recuperação e Resiliência (MRR) é um instrumento temporário da União Europeia (UE) e um elemento central do plano de recuperação NextGenerationEU, destinado a ajudar os Estados-Membros da UE a recuperarem da pandemia de Covid-19 e da pressão económica e social resultante das ações da Rússia na Ucrânia, bem como a tornar toda a UE mais forte e resiliente. O MRR, onde se enquadra o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR), disponibiliza globalmente 723 mil milhões de euros para apoiar a resiliência económica e social dos Estados-Membros, através da implementação de reformas sustentáveis e investimentos promotores do crescimento.

A comunicação clara e eficaz desempenha um papel crucial na implementação bem-sucedida do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR). Serve como uma ferramenta para demonstrar como o PRR afeta tangivelmente a vida das pessoas. O objetivo das atividades de comunicação é destacar as oportunidades proporcionadas pelo PRR e mostrar os resultados alcançados através da colaboração de todas as partes envolvidas.

Este manual apresenta orientações claras para a implementação dos requisitos de comunicação do PRR, oferece conselhos de comunicação eficazes e inclui modelos de comunicação que podem ser facilmente utilizados pelas partes envolvidas na comunicação. O manual é foi desenvolvido, especificamente, para a comunicação do PRR em Portugal, ajudando a garantir a inclusão adequada e completa dos requisitos de comunicação do PRR nas atividades de comunicação diárias.

## Aviso Legal:

*Os materiais de comunicação fornecidos devem ser adaptados às diretrizes e regulamentos governamentais vigentes. É responsabilidade exclusiva do utilizador garantir que os materiais de comunicação estejam em conformidade com todas as leis, regulamentos e políticas relevantes estabelecidas pelas autoridades competentes. A utilização indevida ou não autorizada dos materiais de comunicação é estritamente proibida e pode resultar em consequências legais. Este aviso legal não exclui nem limita quaisquer responsabilidades decorrentes da utilização dos materiais de comunicação, sendo da inteira responsabilidade do utilizador tomar as medidas necessárias para garantir a conformidade com todas as normas governamentais aplicáveis.*

# Para quem é este Manual?

No contexto do PRR é relevante implementar uma abordagem de comunicação unificada. Desta forma, este manual foi criado para todos os que monitorizam ou implementam atividades de comunicação relacionadas com o PRR em Portugal, entre eles:

<b>Entidades Coordenadoras que supervisionam a implementação global da estratégia e plano de comunicação do PRR (EMRP)</b>	Estrutura de Missão Recuperar Portugal (EMRP)
<b>Áreas Governamentais e Outras partes interessadas relevantes que contribuem para a comunicação do PRR</b>	Áreas Governamentais que supervisionam a comunicação das reformas e investimentos do PRR e garantem o cumprimento das obrigações de comunicação a nível do projeto/beneficiário e Outras partes interessadas relevantes, como autoridades públicas colaboradoras, parceiros sociais e ONG envolvidas no processo de implementação do PRR.
<b>Beneficiários do PRR (B) – Beneficiários Diretos (BD), Beneficiários Intermediários (BI) e Beneficiários Finais (BF)</b>	Pessoa singular ou coletiva, incluindo instituições administrativas diretas ou indiretas, uma entidade pública derivada ou outra instituição estatal, que receba financiamento PRR da UE em conformidade com a legislação, que rege a implementação e monitorização do PRR ou que tenha atividade no âmbito da implementação do PRR.
<b>Sociedade (S)</b>	Qualquer cidadão, com a finalidade de garantir a circulação de informações sobre os objetivos políticos da UE, as prioridades, os progressos na implementação e os resultados alcançáveis.

# Como as partes envolvidas na comunicação do PRR podem utilizar este Manual?

O manual foi desenvolvido com o objetivo de promover uma comunicação unificada do PRR em Portugal. Com a sua utilização, será assim criada uma comunicação alinhada com uma imagem alinhada do PRR, reforçando a cooperação das partes envolvidas e prestando as instruções necessárias para simplificar o processo e potenciar a mensagem do “ser PRR”.

Este manual:

Resume os requisitos de comunicação da União Europeia (UE) e de Portugal, que devem ser seguidos no âmbito da criação de materiais de comunicação e/ou implementação de atividades de comunicação sobre o PRR em Portugal.

Apresenta conselhos práticos e recomendações para melhorar o impacto e os resultados das atividades de comunicação.

Sugere diferentes modelos de comunicação e recomendações para o desenvolvimento de materiais de comunicação de qualidade.

# 1. Visibilidade das Medidas PRR

## 1.1 Medidas do PRR em Portugal

### 1.1.1 Abordagem geral do PRR

O Mecanismo de Recuperação e Resiliência (MRR) é o pacote financeiro, em empréstimos e subvenções, que se destina a apoiar as reformas e os investimentos realizados pelos países da União Europeia (EU) com o objetivo de atenuar o impacto económico e social da pandemia de coronavírus e tornar as economias e sociedades europeias mais sustentáveis, resilientes e mais bem preparadas para os desafios e as oportunidades das transições ecológica e digital. O MRR enquadra-se no Next Generation EU, consensualizado pelo Conselho Europeu da União Europeia, em julho de 2020, para dar suporte aos Planos de Recuperação e Resiliência (PRR) dos Estados-Membros. O MRR determina que os PRR se traduzam em medidas para a implementação de reformas e investimentos, alinhados com os objetivos do Semestre Europeu e as Recomendações Específicas por país que de ali decorrem.

O modelo de governação dos fundos europeus atribuídos a Portugal através do PRR no âmbito do MRR da União Europeia, para o período de 2021-2026, consta do [Decreto-Lei n.º 29-B/2021](#), de 4 de maio. Este diploma estabelece o modelo destes fundos, bem como a estrutura orgânica relativa ao exercício das competências de gestão estratégica e operacional, acompanhamento, monitorização e avaliação, controlo, auditoria, financiamento, circuitos financeiros e sistema de informação de reporte e transmissão de dados à Comissão Europeia.







Para receber este financiamento, Portugal desenvolveu e a CE aprovou o plano do PRR, que determina investimentos e reformas específicas a serem implementadas até agosto de 2026. A 16 de abril de 2021 foi apresentada publicamente a [primeira versão do PRR](#), que foi submetida 6 dias depois, dia 22 de abril, à Comissão Europeia. A 16 de Junho a Comissão Europeia aprovou o PRR, que se traduziu na Decisão de Execução do Conselho Europeu e do Parlamento a 13 de julho de 2021. A 26 de maio de 2023, foi submetida à Comissão Europeia a [Atualização do PRR](#), que inclui o novo capítulo REPowerEU. A 22 de setembro recebeu a avaliação positiva da Comissão Europeia e a 17 de outubro foi adotada a nova Decisão de Implementação do Conselho (CID) por parte do Conselho da União Europeia, na qual ficaram estabelecidos os 461 marcos e metas de desembolso, bem como a descrição dos objetivos dos investimentos e das Reformas. Com a reprogramação, o PRR passa a ter uma dotação de 22,2 mil milhões de euros, para concretizar 44 reformas e 117 investimentos.

O PRR atualizado apresenta uma maior ambição, não tendo reduzido número de investimentos ou reformas e tendo, maioritariamente, incrementado os seus objetivos. O plano tem, neste momento, um foco ainda maior na transição verde, alocando 41,2% (37,9% no plano original) dos fundos disponíveis a medidas que apoiam objetivos climáticos, mantém a ambição na transição digital, dedicando 21,1% de sua dotação total e reforça a ambição da dimensão social.




## 1.1.2 Dimensões do PRR - Objetivos e Comunicação

O Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) emerge como uma peça crucial na resposta aos impactos económicos e sociais decorrentes da crise pandémica, tanto em Portugal como na Europa em geral. O seu âmbito vai além da simples recuperação económica; almeja estabelecer as bases para uma sociedade mais resiliente, coesa e sustentável. As três dimensões fundamentais do PRR – **Resiliência, Transição Climática e Transição Digital** – refletem a abordagem holística do programa. Na resiliência, incluem-se medidas para reforçar a capacidade de resposta a futuras crises, enquanto as transições climática e digital visam posicionar Portugal na vanguarda das respostas às preocupações ambientais e tecnológicas.

No âmbito deste programa, é essencial estabelecer uma comunicação eficaz para informar, esclarecer e envolver os cidadãos nas diferentes fases e objetivos do PRR. Neste contexto, delinearam-se objetivos específicos para garantir uma compreensão abrangente e positiva deste mecanismo de recuperação.

	Envolver a sociedade numa reflexão e debate sobre as perspetivas futuras num cenário pós-pandémico, colocando as políticas estruturais no cerne da discussão sobre o futuro das novas gerações.
	Fomentar a reflexão sobre os desafios climáticos e os compromissos geracionais necessários para atingir a neutralidade carbónica até 2050, assegurando uma transição justa. Esta abordagem alinha-se com as áreas do PRR, os objetivos nacionais de energia e clima e o Pacto Ecológico Europeu.
	Incentivar a discussão em torno de uma transformação digital inclusiva e das oportunidades associadas, alinhando-a com os objetivos estratégicos do PRR, as prioridades do XXII Governo e a Estratégia Portugal 2030. Este esforço reflete também o desejo da Comissão Europeia de afirmar esta década como a 'década digital da Europa'.
	Reiterar o compromisso e a ambição de priorizar as pessoas no âmbito da intervenção em políticas públicas, seguindo as prioridades da Estratégia Portugal 2030 e do PRR, bem como os princípios do Pilar Europeu dos Direitos Sociais.
	Fortalecer a confiança nas instituições através de uma gestão pública transparente, participativa, descomplicada e focada em resultados, princípios alinhados com os do PRR.
	Aproximar os cidadãos da União Europeia, destacando o valor acrescentado de um projeto europeu construído na solidariedade, no progresso social, na paz, na sustentabilidade ambiental, na inclusão social e na redistribuição justa, equitativa e equilibrada dos benefícios do crescimento económico. Este esforço visa promover a coesão económica, social e territorial.



	Dimensão	Objetivo	Comunicação
	<b>Resiliência</b>	Reforçar a capacidade de resposta a crises e promover a coesão social. Esta dimensão, composta por 9 Componentes, surge para promover uma recuperação transformativa, duradoura, justa, sustentável e inclusiva, sendo entendida no contexto PRR em todas as suas vertentes: resiliência social, resiliência económica e do tecido produtivo e resiliência territorial.	Informar a população sobre medidas de prevenção, destacar a importância de investimentos em infraestruturas resilientes e esclarecer como as ações planeadas contribuem para uma sociedade mais robusta. Comunicar eficazmente sobre serviços públicos essenciais, é fundamental para o entendimento e aceitação das iniciativas.
	<b>Transição Climática</b>	Promover a sustentabilidade ambiental, reduzir as emissões de carbono e impulsionar a economia verde. Esta dimensão, composta por 7 Componentes, resulta do compromisso e contributo de Portugal para as metas climáticas que permitirão o alcance da neutralidade carbónica até 2050.	Sensibilizar a população sobre a urgência das questões climáticas, explicar as mudanças necessárias nos padrões de consumo e produção, bem como destacar a o contributo do PRR para a preservação do meio ambiente. A comunicação eficaz também pode mobilizar o apoio público para a transição para fontes de energia mais limpas e práticas sustentáveis.
	<b>Transição Digital</b>	Impulsionar a inovação, a digitalização e a eficiência nos setores público e privado. Esta dimensão, composta por 5 Componentes, prevê reformas e investimentos significativos nas áreas da digitalização de empresas, do estado e no fornecimento de competências digitais na educação, saúde, cultura e gestão florestal.	Informar sobre os benefícios da transformação digital, esclarecer como as tecnologias emergentes impactarão positivamente a sociedade e a economia, bem como abordar preocupações sobre possíveis desafios, como a inclusão digital. A comunicação eficaz também pode promover a literacia digital, capacitando as pessoas para participar ativamente na era digital.

## 1.2 Dicas para Comunicar as Medidas do PRR em Portugal

**Respeitar os nomes/termos definidos** corretamente na comunicação para Portugal. O uso desses termos é essencial para criar uma imagem do PRR unificada e coordenada.

- Plano de Recuperação e Resiliência (PRR)
- Resiliência
- Transição Climática
- Transição Digital

**Seguir os requisitos de identidade visual da UE e de Portugal** na comunicação do PRR (Capítulo 2 do Manual). O cumprimento destes requisitos é crucial para criar uma imagem do PRR unificada, coordenada e reconhecível em Portugal, além de cumprir todos os requisitos estabelecidos em normas e regulamentos.

**Reportar, periodicamente, ao Departamento de Comunicação da Estrutura de Missão Recuperar Portugal** todas as notícias, as comunicações e eventos desenvolvidos no âmbito do PRR, para que esta entidade possa alavancar/reforçar a comunicação desenvolvida pelas outras entidades e desenvolver ações de comunicação: [rede.comunicacao@recuperarportugal.gov.pt](mailto:redes.comunicacao@recuperarportugal.gov.pt)

**Utilizar os modelos de materiais de comunicação** do PRR preparados, adaptando-os às suas necessidades (Anexos do Manual). Este manual contém um conjunto de modelos de materiais de comunicação mais frequentemente utilizados, desenvolvidos para ajudar na informação qualitativa e coordenada sobre o PRR em Portugal. Estes modelos ajudarão a manter um estilo de comunicação unificado, permitindo, em paralelo, a integração dos elementos visuais de cada instituição.

**Destacar corretamente as atividades/reformas estrategicamente importantes.** Durante o período de planeamento de 2021 a 2027 dos fundos da UE, é dada ênfase especial às atividades e reformas estrategicamente importantes identificadas no plano do PRR. Os requisitos de comunicação relacionados a estes são detalhadamente descritos na Estratégia de Comunicação dos Fundos da UE para o período de 2021 a 2027.

**Informar sobre outras atividades** e direções da reforma. Para promover uma compreensão abrangente do PRR e destacar a diversidade de apoio que o mesmo oferece, é necessário incluir na comunicação outras atividades do PRR e projetos apoiados.

**Manter a regularidade e destacar diferentes estágios do projeto.** Informar sobre o progresso geral do PRR, abordando tanto os planos, mesmo que ainda sejam gerais, quanto os estágios e resultados.

**Transmitir informações numa linguagem simples** e compreensível para o público em geral. Evitar formulações complicadas e, aquando de uma menção a projetos mais complexos, fornecer explicações compreensíveis.

**Destacar os benefícios** para os grupos-alvo específicos e para a sociedade em geral na comunicação, sempre que possível, utilizando exemplos práticos e formulando-os da maneira mais prática e compreensível possível.

Exemplo: Melhorar a eficiência energética em edifícios do setor público, incluindo edifícios históricos, residenciais e empresariais, permitirá reduzir os fundos estatais alocados para a sua manutenção.

Exemplo: No projeto de tornar o sistema de transporte na área metropolitana de Lisboa mais verde, serão introduzidos veículos de transporte mais ecológicos, o que melhorará a qualidade do ar a longo prazo.

**Aproveitar as histórias e testemunhos reais** de pessoas e empresas. Contar sobre empresas/particulares específicos que receberam este apoio ou participaram em alguma das atividades do PRR, destacando os benefícios práticos e os resultados.

**Incentivar os potenciais beneficiários de financiamento a participarem nos avisos de candidatura anunciados do PRR**, garantido a circulação oportuna de informações, através de descrições claras dos processos e orientações, bem como histórias de sucesso de beneficiários anteriores.

Escolher principalmente os **canais de comunicação digital**, dado que atualmente alcançam uma grande parte da sociedade, estando também alinhados com os objetivos do Pacto Verde Europeu e com o uso sustentável de recursos naturais. No entanto, é necessário não esquecer as partes da sociedade que raramente ou nunca utilizam canais de comunicação digital, aproveitando os canais de apoio - exposições públicas ou eventos, entre outros. Consulte mais recomendações no Capítulo 1.

**Respeitar uma abordagem consistente nas atividades de comunicação para qualquer uma das direções de ação do PRR.** Embora o clima e a energia (incluindo o REPowerEU) e a transformação digital sejam prioridades tanto para Portugal como para toda a Europa, é necessário seguir os mesmos princípios de comunicação ao fornecer informações sobre qualquer uma das vertentes do PRR.

## 2. Orientações de Comunicação

### 2.1 Requisitos da União Europeia (EU)

A Comissão Europeia (CE) estabeleceu regras de comunicação e visibilidade juridicamente vinculativas para os programas de financiamento da UE, incluindo certas regras sobre o PRR. Estes requisitos constituem a base sobre a qual cada Estado-Membro constrói a sua abordagem de comunicação. Dada a obrigatoriedade destas condições, o seu incumprimento poderá ter consequências financeiras.

Os requisitos obrigatórios decorrem dos seguintes documentos:

- [Regulamento \(UE\) 2021/241 do Parlamento Europeu e do Conselho \(12 de fevereiro de 2021\) que cria o Mecanismo de Recuperação e Resiliência: Artigo 34.º](#) (Informação, comunicação e publicidade).
- [Acordo de financiamento do MRR: Artigo 10.º](#) (Publicação de informações, visibilidade do financiamento da União e direito de utilização) estabelece disposições específicas sobre comunicação relacionada com o MRR (consulte a página 38 para mais informações).
- [Acordo de empréstimo do MRR: Artigo 19º](#) (Publicação de informação, visibilidade do financiamento da União e direito de utilização, consulte página 19 para mais informações)

Documento	Requerimento
<a href="#">Regulamento (UE) 2021/241 do Parlamento Europeu e do Conselho (12 de fevereiro de 2021) que cria o Mecanismo de Recuperação e Resiliência</a> <b>Artigo 34.º</b> (Informação, comunicação e publicidade).	<p><b>A Comissão pode desenvolver atividades de comunicação para assegurar a notoriedade do financiamento</b> da União no que respeita ao apoio financeiro previsto no plano de recuperação e resiliência pertinente, nomeadamente através de atividades de comunicação conjuntas com as autoridades nacionais em causa. A Comissão pode, se for caso disso, assegurar que o apoio ao abrigo do mecanismo seja comunicado e reconhecido através de uma declaração de financiamento.</p> <p><b>Os destinatários do financiamento da União devem dar reconhecimento à origem do financiamento e assegurar a respetiva notoriedade</b>, incluindo, se for caso disso, mediante a aposição do emblema da União e de uma declaração de financiamento adequada com a formulação «financiado pela União Europeia – NextGenerationEU», em especial ao promoverem as ações ou os respetivos resultados, mediante a prestação de informação coerente, eficaz e proporcionada, dirigida a diversos públicos, incluindo meios de comunicação social e público em geral.</p> <p><b>A Comissão realiza ações de informação e comunicação sobre o mecanismo, sobre as ações levadas a cabo ao seu abrigo e sobre os resultados obtidos.</b> A Comissão deve, se for caso disso,</p>

	<p>informar os gabinetes de representação do Parlamento Europeu sobre as suas ações e associá-los a essa tarefa. Os recursos financeiros afetados ao mecanismo contribuem igualmente para a comunicação institucional das prioridades políticas da União, na medida em que estejam relacionadas com os objetivos referidos no artigo 4.º</p>
<p><a href="#">Acordo de financiamento do MRR</a> <b>Artigo 10.º</b> (Publicação de informações, visibilidade do financiamento da União e direito de utilização) estabelece disposições específicas sobre comunicação relacionada com o MRR</p> <p><a href="#">Acordo de empréstimo do MRR</a> <b>Artigo 19º</b> (Publicação de informação, visibilidade do financiamento da União e direito de utilização)</p>	<p>A fim de respeitar as suas obrigações ao abrigo do artigo 34.º, n.º 2, do Regulamento MRR, e, em especial, para garantir a prestação de informação coerente, eficaz e proporcionada dirigida a diversos públicos, incluindo meios de comunicação social e público em geral, o Estado-Membro deve:</p> <p>a) <b>dispor de uma estratégia a nível do Estado-Membro</b> para sensibilizar para e assegurar o reconhecimento do contributo do MRR para a recuperação da Europa e, em especial, para a dupla transição ecológica e digital.</p> <p>b) se for caso disso, <b>apresentar de forma correta e bem visível, em todas as atividades de comunicação</b> a nível do projeto e do Estado-Membro, <b>o emblema da UE acompanhado de uma declaração de financiamento</b> adequada com a seguinte redação (traduzida para as línguas locais, quando aplicável): «Financiado pela União Europeia – NextGenerationEU».</p> <p>c) criar e manter um espaço em linha único que forneça informações sobre o PRR e os projetos conexos, comunicando a hiperligação específica à Comissão.</p> <p>d) garantir que os destinatários finais de financiamento da União ao abrigo do MRR reconhecem a origem e garantem a visibilidade do financiamento da União.</p> <p><b>Quando apresentado em conjunto com outros logótipos, o emblema da União Europeia tem de ser exibido, no mínimo, de forma tão destacada e visível quanto os restantes logótipos.</b> O emblema deve permanecer distinto e separado, e não pode ser modificado com o aditamento de outros sinais visuais, marcas ou texto. Para além do emblema, não pode ser utilizada qualquer outra identidade visual ou logótipo para destacar o apoio da UE.</p> <p><b>O Estado-Membro deve utilizar informações factualmente exatas</b> ao executar atividades de comunicação ou divulgação relacionadas com o PRR, independentemente da forma dessas atividades e dos meios utilizados.</p> <p>Se for caso disso, <b>o Estado-Membro deve incluir</b> a seguinte <b>declaração de exoneração de responsabilidade</b> (traduzida para as línguas locais, quando aplicável) «Financiado pela União Europeia – NextGenerationEU. No entanto, os pontos de vista e opiniões expressos são os do(s) autor(es) e não refletem necessariamente os da União Europeia ou da Comissão Europeia. Nem a União Europeia nem a Comissão Europeia podem ser consideradas responsáveis pelos mesmos.»</p> <p>O Estado-Membro concede à Comissão o direito de utilizar gratuitamente os materiais de comunicação relacionados com o PRR.</p>

Por favor, consulte o Anexo 1 para mais detalhes.

## 2.2 Identidade Visual do PRR em Portugal

A comunicação sobre a identidade visual do PRR em Portugal baseia-se nos requisitos obrigatórios de comunicação dos fundos da UE estabelecidos no [Regulamento \(UE\) 2021/241 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de fevereiro de 2021](#), que define o Mecanismo de Recuperação e Resiliência: no artigo nº 34 (Informação, comunicação e publicidade), nas regras de comunicação e visibilidade do financiamento da União Europeia para o período 2021-2027, no [acordo de financiamento do Mecanismo de Recuperação e Resiliência](#): no artigo nº 10 (Publicação de informações, visibilidade do financiamento da União e direitos de utilização), bem como está em conformidade com a regulamentação de Portugal e as [diretrizes de comunicação dos fundos da UE](#) previamente definidas e as [diretrizes de comunicação e design para o Plano de Recuperação e Resiliência de Portugal, espelhadas na Orientação Técnica 5](#).

### 2.2.1 Logótipo e Barra de financiamento

#### Logótipo da UE com o anúncio do financiamento NextGenerationEU (obrigatório)

Na comunicação do PRR, deve ser utilizada a versão vertical do emblema da UE, combinada com o anúncio do financiamento NextGenEU.

Faça o download [aqui](#).

#### Logótipo da República Portuguesa e Logótipo do PRR (obrigatório)

Na comunicação do PRR em Portugal, além do Logótipo da UE com o anúncio de financiamento, deve ser utilizado os Logótipos da República Portuguesa e do próprio PRR.

Faça o download [aqui](#).

#### Logótipo da(s) instituição(ões) coordenadora(s) de reformas e investimentos (se necessário)

O número de logos das instituições coordenadoras de reformas e investimentos deve ser decidido caso a caso, dependendo do contexto e dos objetivos específicos de comunicação.

Faça o download no site de cada instituição.

Os Logótipos devem usar os códigos de cores especificados nas diretrizes da instituição.

Os Logótipos devem sempre ser usados em conjunto e a seguinte ordem deve ser seguida (da esquerda para a direita):

- Logótipo PRR
- Logótipo República Portuguesa
- Logótipo do financiamento da EU e NextGenerationEU
- No caso das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores, a barra de cofinanciamento integra também a insígnia da respetiva.
- Outros Logótipos, se necessário, devem ser de tamanho inferior aos da barra de financiamento e devem, preferencialmente, estar num local distinto para que não se confundam com a barra de financiamento.



**Logótipo do PRR (obrigatório)**

Códigos de Cor:



HEX – #4EB856	HEX – #369D1D
RGB – 78/184/86	RGB – 54/157/29
CMYK – 70/0/90/0	CMYK – 80/15/100/0



HEX – #344923	HEX – #454142
RGB – 52/72/35	RGB – 69/65/66
CMYK – 72/45/95/50	CMYK – 66/62/55/54

**Logótipo da República Portuguesa (obrigatório)**

Códigos de Cor:



HEX – #FFCC00	HEX – #FFAA00
RGB – 255/204/0	RGB – 255/170/0
CMYK – 0/0/100/0	CMYK – 0/45/100/0



HEX – #E61E1E	HEX – #82B446
RGB – 230/30/30	RGB – 130/180/70
CMYK – 0/100/100/10	CMYK – 56/100/22



HEX – #006432	HEX – #004682
RGB – 0/100/50	RGB – 0/70/130
CMYK – 100/0/90/50	CMYK – 100/70/0/60



HEX – #3C3C3C  
RGB – 60/60/60  
CMYK – 0/0/0/80

**Logótipo da UE com o anúncio do financiamento NextGenerationEU (obrigatório)**

Códigos de Cor:



HEX – #003399	HEX – #FFCC00
RGB – 0/51/153	RGB – 255/204/0
CMYK – 100/80/0/0	CMYK – 0/0/100/0



HEX – #59595C  
RGB – 89/89/92  
CMYK – 65/55/52/27

### 2.2.1.1 Estrutura do conjunto de Logótipos e versões com as diferentes cores

A barra de financiamento e os respetivos Logótipos estão disponíveis em três versões de cores e a utilização das mesmas é permitida conforme necessário e aplicável:

- **Primárias:** Versão a cores (para uso em fundo branco ou claro)

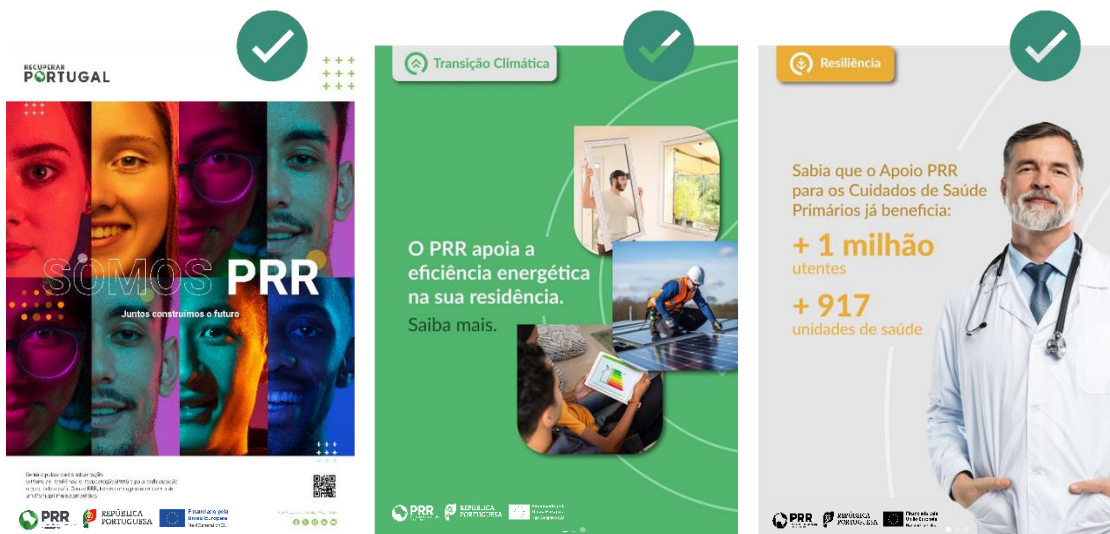


- **Secundárias:** Versão contorno a preto e contorno a branco (para uso em fundo claro ou escuro, respetivamente, e quando o foco deve estar na mensagem)

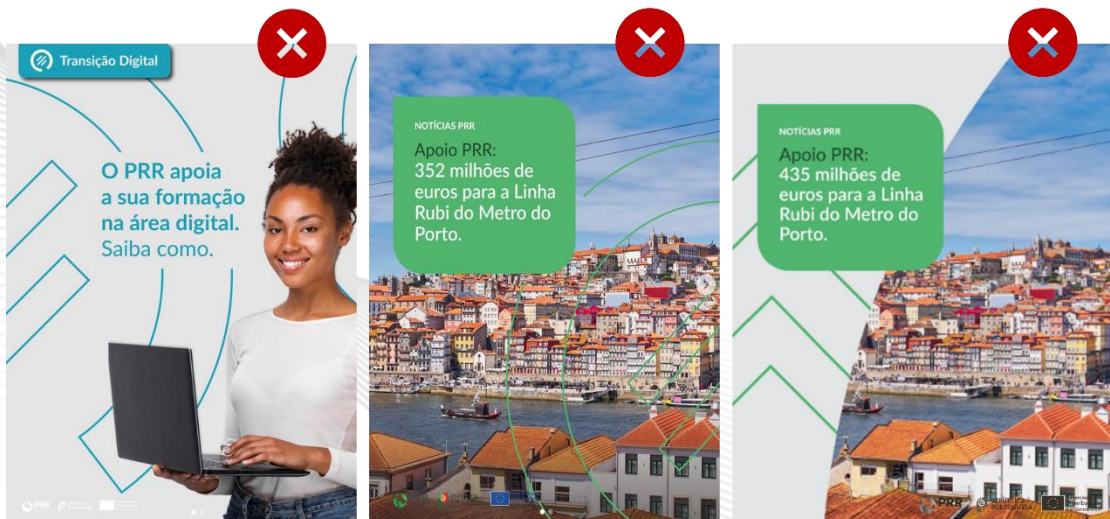


### 2.2.1.2 Conjunto de Logos em Diferentes Fundos – Uso Correto

Garantir a existência de contraste entre o Logótipo e o fundo, para que todos os Logótipos sejam visíveis e legíveis. Adicionalmente, deve ser mantida a consistência entre a cor do logo e do texto (p.e. não use Logótipos brancos com texto preto).



### 2.2.1.3 Conjunto de Logos em Diferentes Fundos – Uso Incorreto

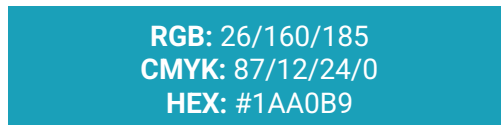
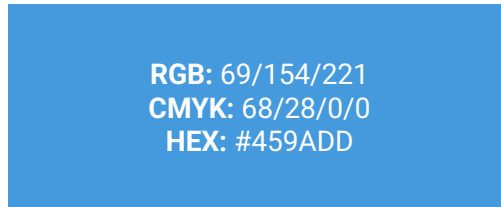




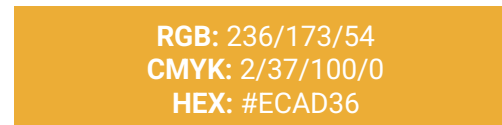
## 2.2.2 Cores

Em Portugal, o PRR tem três dimensões de atuação que em materiais visuais correspondem a uma cor específica (azul, laranja ou verde):

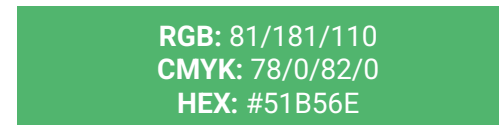
### Transição Digital



### Resiliência



### Transição Climática



#### Nota:

Outras tonalidades das cores acima mencionadas podem ser utilizadas, desde que sigam as correspondentes às cores especificadas nas diretrizes de identidade visual.

### 2.2.2.1 Utilização de Cores nos Materiais

Alinhado com outras cores identitárias, de cada entidade, é recomendável usar a cor designada para cada dimensão de atuação como um destaque nos materiais visuais. Esta cor pode ser usada como elemento de destaque, bem como, como fundo para títulos e/ou outros textos destacados.

RECUPERAR PORTUGAL

Resiliência

A Ana é mais resiliente

Somos PRR

PRR REPÚBLICA PORTUGUESA Financiamento para o Território e o Emprego

RECUPERAR PORTUGAL

Transição Climática

Graças ao PRR lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Lorem ipsum dolor sit amet lorem ipsum dolor sit amet.

Nome Apellido  
Categoria, Empresa

Ler artigo completo

Somos PRR

PRR REPÚBLICA PORTUGUESA Financiamento para o Território e o Emprego

Ao criar materiais visuais que considerem todas as direções de atuação, devem ser utilizados outros elementos de texto destacados na cor correspondente a cada dimensão, não sendo aconselhável utilizar uma coloração de fundo para o texto em grandes áreas.

NOTÍCIAS PRR

Apoio PRR: 352 milhões de euros para a Linha Rubi do Metro do Porto.

PRR REPÚBLICA PORTUGUESA Financiamento para o Território e o Emprego

Reprogramação

Mais do que alterar o PRR, a Reprogramação também trouxe:

**+5,6**  
mil milhões de euros

PRR REPÚBLICA PORTUGUESA Financiamento para o Território e o Emprego

### 2.2.3 Requisitos para diversas partes envolvidas

Requisito	Instituições envolvidas na gestão de PRR, incl. ministérios e outras instituições, financiamento, projetos, investimentos, gestores de programas	Beneficiários do financiamento do PRR, implementadores de projetos
Logótipo da UE com referência NextGenerationEU	Obrigatório	Obrigatório
Logótipo do PRR	Obrigatório	Obrigatório
Logótipo da República Portuguesa	Obrigatório	Obrigatório
Logótipo da instituição ou empresa	Pode ser apresentado separadamente	Pode ser apresentado separadamente
Fonte Roboto	Altamente Recomendado	Recomendado
Cores da dimensão a que corresponde o projeto/investimento/história	Obrigatório	Recomendado
Publicação de informações nas redes sociais (descrição curta e proporcional ao projeto, incluindo os seus objetivos e resultados, e destacado o apoio financeiro da UE)	Obrigatório	Obrigatório
Artigo informativo no <i>website</i> (publicação de uma descrição curta e proporcional ao projeto, incluindo os seus objetivos e resultados, e destacando o apoio financeiro recebido da UE)	Obrigatório	Obrigatório
Referência ao PRR da UE como fonte de financiamento quando se fala de um projeto/reforma/investimento em qualquer tipo de materiais de comunicação, eventos ou outros	Obrigatório <i>As reformas e os investimentos do Plano de Recuperação e Resiliência são financiados pelos fundos orçamentais do Mecanismo de Recuperação e Resiliência da Comissão Europeia.</i>	Obrigatório <i>O "nome" do projeto/reforma/investimento é financiado pelo Mecanismo de Recuperação e Resiliência da Comissão Europeia. O "título" projeto/Reforma/Investimento é apoiado pelo Mecanismo de Recuperação e Resiliência da Comissão Europeia.</i>

Requisito	Instituições envolvidas na gestão de PRR, incl. ministérios e outras instituições, financiamento, projetos, investimentos, gestores de programas	Beneficiários do financiamento do PRR, implementadores de projetos
Uso de <i>hashtags</i> em publicações nas redes sociais	Obrigatório	Recomendado
Isenção de responsabilidade do autor do conteúdo em materiais que incluem extenso conteúdo e opiniões (por exemplo, apresentações, materiais informativos impressos)  <i>Financiado pela União Europeia - NextGenerationEU. No entanto, os pontos de vista e opiniões expressos são exclusivamente do(s) autor(es) e não refletem necessariamente os pontos de vista e opiniões da União Europeia ou da Comissão Europeia. Nem a União Europeia nem a Comissão Europeia são responsáveis por eles.</i>	Obrigatório	Obrigatório
Colocação de stand informativo, quadro informativo ou cartaz no local do projeto	N/A	Cartaz com tamanho mínimo A3 ou anúncio eletrónico equivalente - para projetos com custo total até 0.5M EUR, incluindo projetos que não incluam investimentos materiais ou instalação de equipamentos.  Painel de grandes dimensões ou painéis informativos sustentáveis: para projetos com custo total superior a 0.5M euros, a partir da implementação efetiva.  Placa permanente para projetos acima dos 0.5M euros.

### 2.3 Aplicação da Identidade Visual do PRR em Portugal

A identidade visual pode ser utilizada em diversos materiais e canais de comunicação. Para atingir os objetivos de comunicação e apresentar o material de comunicação ao público da forma mais eficaz possível, poderá ser necessário adaptar os materiais às especificidades de cada canal de comunicação.

Neste capítulo encontram-se os requisitos obrigatórios para a elaboração de materiais de comunicação, dicas e recomendações práticas, bem como exemplos dos tipos mais comuns de materiais:

Comunicação Digital	Materiais Informativos	Eventos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes Sociais</li> <li>• Website</li> <li>• Banners e anúncios digitais</li> <li>• Materiais de vídeo e áudio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stands de informação</li> <li>• Cartazes informativos</li> <li>• Documentos impressos informativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design dos eventos</li> <li>• Convites</li> <li>• Apresentações</li> </ul>

#### Nota:

Se não encontrar o exemplo necessário nos *templates* fornecidos, tenha em consideração os principais requisitos de identidade visual para a comunicação do PRR, conforme indicado na secção 1.1.

Para a autoavaliação, certifique-se do seguinte:

- A barra de financiamento deve ser claramente legível, proporcionalmente não distorcida, portanto, escolha uma posição para os Logótipos que seja claramente visível na localização relevante;
- Evite materiais excessivamente sobrecarregados;
- Considere cuidadosamente a quantidade de texto ótima - se será possível ler, se o tamanho do texto é adequado, se há oportunidade de indicar à audiência onde encontrar informações mais detalhadas (evitando assim sobrecarregar o material com informações).

### 2.3.1 Comunicação digital

#### Redes Sociais

As redes sociais tornaram-se canais de comunicação essenciais. Ao falar sobre o PRR, as redes sociais - plataformas META (Facebook e Instagram), YouTube, X, LinkedIn, entre outras - são alguns dos principais canais de comunicação para informar o público-alvo, promover o envolvimento e obter *feedback*.

#### Requisitos

##### Barra de Financiamento

- Referência ao financiamento PRR, indicando-o no texto e complementando os materiais visuais com o Logótipo
- Inclusão do Logótipo da barra de financiamento nos materiais visuais (obrigatório)<sup>1</sup>
  - Fonte Roboto (altamente recomendada)
  - Cores correspondentes à dimensão do PRR do projeto (recomendado)

<sup>1</sup> Em caso de impossibilidade da colocação da barra de financiamento na imagem, o texto de apoio deverá conter #pr e #nextgenerationeu

## Plataformas de redes sociais mais populares:

Redes Sociais associadas à marca PRR					
	Facebook	Instagram	Twitter	LinkedIn	YouTube
Contexto	Rede social para a partilha de conteúdo multimédia e de publicidade corporativa, com um estilo de <b>comunicação informal</b> , que permite a interação entre utilizadores	Rede social para a partilha de conteúdo multimédia, sendo uma rede que potencia a interação e exige um <b>forte envolvimento com a comunidade</b> e conteúdo numa base diária	Rede social e um serviço de microblog, que permite aos utilizadores enviar e receber atualizações, com uma <b>comunicação regular, de mensagens simples e curtas</b>	Rede social focada no <b>networking profissional e oportunidades de emprego</b> , com um estilo de comunicação mais formal	<b>Repositório e meio de partilha de vídeos</b> . Deve conter todos os vídeos relacionados com as iniciativas, criados para outras plataformas, <i>podcast</i> , etc.
Público-alvo	Entre os 25-64 (Rede social mais usada pelos +50 anos)	População jovem	População <i>adulta tech-savy</i> , personalidades influentes, gestores, jornalistas, políticos	População ativa, <i>stakeholders</i> empresariais e beneficiários	Público geral
Conteúdo de destaque	<i>Posts de engagement</i> e promoção, notícias, vídeos, <i>polls</i> , promoção de eventos	<i>Posts de engagement</i> , notícias, vídeos, <i>polls</i> , publicidade e eventos	<i>Posts de engagement</i> , <i>retweets</i> , <i>updates</i> , <i>polls</i> , promoção de eventos	Vídeos, apresentações, <i>polls</i> , resultados, <i>updates</i> , promoção de eventos	<i>Workshops</i> , palestras, vídeos promocionais, <i>podcasts</i>
Boas práticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Posts</i> criativos e interativos</li> <li>• <i>Posts</i> regulares e diversos acompanhados de multimédia</li> <li>• Utilização de <i>hashtags</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicação no <i>timing</i> certo</li> <li>• Criação de <i>stories</i> visuais, com emoção, envolventes intrigantes e cativantes</li> <li>• Utilização de <i>hashtags</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fazer o <i>retweet</i> de conteúdo e dar resposta</li> <li>• <i>Tweets</i> breves, claros, visuais com <i>calls-to-action</i></li> <li>• Criação de <i>polls</i> para interagir com o público, refletir a personalidade da marca e recolher <i>feedback</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manter a página atualizada</li> <li>• <i>Posts</i> interativos, com <i>calls-to-action</i> e visuais atrativos</li> <li>• Conteúdo regular com sentido de comunidade</li> <li>• Info relativa a formações e oportunidades de emprego</li> <li>• Utilização de <i>hashtags</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conteúdo que gera valor para quem o visualizar</li> <li>• Títulos claros, cativantes e informativos</li> <li>• Organização dos vídeos por tópico</li> </ul>

### Nota:

O ambiente das redes sociais é muito dinâmico e os tamanhos dos materiais visuais podem ser alterados nas plataformas. Antes de criar materiais, verifique sempre (pesquise em um dos motores de busca mais populares) qual é o formato e tamanho visual mais eficaz na plataforma social relevante.

### Uso de hashtags

Ao publicar informações sobre o PRR, progresso dos projetos implementados, atualidades e resultados nas redes sociais, deve-se utilizar o tema comum ou hashtag #FundosUE sempre que possível.

Os temas ou hashtags a serem utilizados na comunicação do PRR são (em ordem de prioridade): #PRR, #NextGenerationEU ou #NextGenEU, #construifuturo #resiliencia #transicaodigital #transicaoclimatica #somospr. É possível adicionar hashtags adicionais se elas forem específicas para o projeto.

Se não for possível incluir todos os hashtags devido às restrições das plataformas de redes sociais, os hashtags #PRR e #NextGenEU devem ser prioritários.

### Dicas e conselhos práticos para melhorar os materiais das redes sociais e o seu impacto:

Abordagem de Comunicação	Design Visual
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Definir o objetivo da comunicação:</b> Seja para informar, educar, ou incentivar à ação, é importante adaptar mensagens e informações relevantes, evitando incluir conteúdo desnecessário.</li><li>• <b>Escolher a rede social mais apropriada:</b> Quantidade não significa qualidade - divulgue informações nas redes sociais que o seu público-alvo utiliza.</li><li>• <b>Evitar duplicação de informações em diferentes redes sociais</b> e adaptar com base nas especificidades de cada uma. Utilize materiais visuais e comprimento de texto adequados, bem como tom de voz.</li><li>• <b>Utilizar histórias de experiência:</b> As redes sociais são canais adequados para transmitir histórias de experiência e mensagens emocionais.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Utilize materiais visuais:</b> Nos dias de hoje, a informação sem uma apresentação visual desaparece rapidamente, especialmente nas redes sociais.</li><li>• <b>Certifique-se da qualidade e dimensões dos materiais visuais:</b> Pior do que não utilizar materiais visuais é utilizá-los em tamanhos ou proporções inadequadas. O mesmo se aplica à qualidade - é melhor divulgar informações sem material visual do que com uma foto granulada ou uma visualização confusa e incompreensível.</li><li>• <b>Não se esqueça dos requisitos obrigatórios:</b> Cumpra todos os requisitos de comunicação do PRR.</li><li>• <b>Utilize fotografias "reais":</b> Sempre que possível, utilize fotos verdadeiras e corretas que representem os projetos ou iniciativas.</li><li>• <b>Garanta a proteção de dados e direitos autorais:</b> Ao utilizar fotografias com pessoas e/ou instituições, certifique-se de obter permissão para as utilizar e de atribuir corretamente menção o fotógrafo e/ou instituição detentora dos direitos da foto.</li></ul>
Texto	Outras Recomendações
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Utilize textos curtos,</b> específicos e simples para transmitir a sua mensagem.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Acompanhe as últimas tendências (técnicas).</b> As redes sociais ocasionalmente introduzem novas funcionalidades para a disseminação de informações, como a capacidade de "fixar" as informações mais</li></ul>

- **Transmita informações em linguagem compreensível para seu público-alvo:** As redes sociais permitem uma linguagem mais informal - evite termos complicados e explique as informações de forma simples e compreensível.
- **Esteja ciente dos limites de texto:** Embora algumas redes sociais (como o Facebook) não restrinjam o tamanho do conteúdo, apenas parte do texto será visível sem a necessidade de clicar em "mais". Certifique-se de verificar quantos caracteres serão visíveis e inclua as informações mais importantes nessa parte do texto.
- **Use hashtags corretos.**
- **Use emojis:** Estes podem ajudar a separar textos longos e chamar a atenção para o mais importante, mas não sobrecarregue o texto a ponto de torná-lo difícil de ler.

#### Exemplos:

#### Publicação nas redes sociais (1200x1200, 1080x1350, 1200x627) - Adequado para Facebook, Instagram e LinkedIn



importantes no topo da página, a função de conectar vários *posts* ou a adição automática de botões de "saiba mais".

- **Utilize ferramentas de análise de redes sociais:** Estas ferramentas ajudam a acompanhar os resultados de diversas ações, permitindo que ajuste e aprimore a sua abordagem de comunicação e criação de material com base em dados estatísticos.
- **Identifique os parceiros:** Se a plataforma escolhida e o número de caracteres permitirem, identifique os parceiros - instituições, organizações, empresas e iniciativas - para as quais essas informações são relevantes, promovendo assim uma maior circulação e partilha de informações.



RECUPERAR PORTUGAL

**SOMOS PRR**

Juntos construímos o futuro

RECUPERAR PORTUGAL

Graças ao PRR lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Lorem ipsum dolor.

**Somos PRR**

Juntos construímos o futuro

RECUPERAR PORTUGAL

Transição Climática

**€ 435M**

para a Linha Rubi do Metro do Porto.

**Somos PRR**

RECUPERAR PORTUGAL

Transição Climática

Graças ao PRR lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Lorem ipsum dolor sit amet.

Nome Apêlido: Carapinha, Empresa

[Ler artigo completo](#)

**Somos PRR**

RECUPERAR PORTUGAL

Transição Digital

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

**Somos PRR**

RECUPERAR PORTUGAL

Resiliência

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

**Somos PRR**

Publicação nas redes sociais (story) (1080x1920) - Adequado para Facebook, Instagram e LinkedIn



## Website

Os *websites* são utilizados como os principais canais de comunicação para fornecer informações sobre o PRR em geral, incluindo os seus investimentos, reformas, progressos e mudanças, bem como sobre projetos específicos.

## Requisitos

### Barra de Financiamento

Referência ao financiamento PRR, indicando-o no texto e complementando os materiais visuais com o Logótipo

- Inclusão do Logótipo da barra de financiamento nos materiais visuais (obrigatório)<sup>2</sup>
- Fonte Roboto (altamente recomendada)
- Cores correspondentes à dimensão do PRR do projeto (recomendado)

### Websites utilizados na comunicação do PRR:

- **O website, <https://recuperarportugal.gov.pt>, desenvolvido e mantido pela EMRP** (Estrutura de Missão Recuperar Portugal), é a fonte central e principal de informações sobre o PRR em Portugal. Todas as instituições envolvidas no PRR devem participar na criação de conteúdo do website, compartilhando informações com a EMRP, que as analisa e trabalha para publicação. O conteúdo publicado em <https://recuperarportugal.gov.pt> inclui informações e materiais visuais sobre as últimas notícias do PRR, eventos futuros, progresso dos projetos de investimento e reformas, com destaque especial na comunicação reforçada dedicada aos projetos estrategicamente importantes do PRR e às suas medidas de reforma.
- **Os websites das instituições envolvidas na gestão e comunicação do PRR** são fontes importantes e confiáveis de informações para informar o público sobre projetos específicos, investimentos e reformas. O conteúdo publicado nos websites das instituições envolvidas na gestão e comunicação do PRR inclui informações e materiais visuais sobre as últimas notícias em geral (incluindo também as informações retiradas do <https://recuperarportugal.gov.pt>); informações e materiais visuais sobre as áreas de atuação, investimentos, reformas e projetos sob responsabilidade e supervisão da instituição, com referências ao financiamento da UE.
- **Os websites dos beneficiários intermediários do PRR** (supervisores de investimentos e reformas, gestores de fundos) são fontes importantes e confiáveis de informações para informar, principalmente, os destinatários finais do financiamento do PRR e, secundariamente, o público em geral, sobre os projetos abertos e as oportunidades de receber apoio, bem como sobre as regras para receber financiamento. Recomenda-se também a publicação de informações sobre o status dos projetos, resultados e experiências - histórias de sucesso e resultados alcançados utilizando o financiamento do PRR.
- **Os websites dos beneficiários finais** do financiamento do PRR são também fontes valiosas de informação para informar o público em geral e promover a confiança no uso eficaz dos fundos da UE. O conteúdo publicado nos websites dos beneficiários finais do financiamento do PRR inclui informações sobre os projetos implementados, bem como histórias de sucesso e resultados alcançados.

<sup>2</sup> Em caso de impossibilidade da colocação da barra de financiamento na imagem, o texto de apoio deverá conter #pr e #nextgenerationeu

## Dicas e conselhos práticos para melhorar os materiais de comunicação e o seu impacto:

Abordagem de Comunicação	Design Visual
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Estabeleça objetivos de comunicação:</b> Seja para informar, educar, ou motivar à ação, é crucial adaptar mensagens e informações apropriadas, evitando incluir conteúdo desnecessário.</li><li>• <b>Utilize todos os websites relevantes:</b> Partilhe o conteúdo preparado e divulgado em <a href="https://recuperarportugal.gov.pt">https://recuperarportugal.gov.pt</a> e em websites de instituições relacionadas.</li></ul>	<p>Enriqueça o conteúdo com materiais visuais que correspondam à <b>identidade visual do PRR:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Cumpra todos os requisitos de comunicação do PRR</b>, incluindo a barra de financiamento e as cores de destaque do PRR.</li><li>• <b>Utilize fotografias corretas e autênticas</b> que representem os projetos ou as iniciativas no tamanho de arquivo ideal para não prejudicar a velocidade de carregamento da página.</li></ul> <p>Se não houver disponibilidade de fotografias e forem utilizadas imagens de acesso livre, escolha apenas aquelas que correspondam mais precisamente à essência da notícia e à situação em Portugal.</p> <p>Se em vez de fotografias forem usados materiais visuais gráficos com o Logótipo colocado corretamente, evite repetir o Logótipo no final do artigo. Se tipo de material não estiver disponível, é obrigatório incluir o Logótipo no final do artigo.</p>
Texto	Outras Recomendações
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Inclua referências ao financiamento da EU:</b> Aproveite a oportunidade para mencionar no texto que o projeto/iniciativa/reforma está a ser executado com o apoio do PRR de forma orgânica, por exemplo: "(...) conta com o apoio do PRR da UE", "(...) é uma das iniciativas financiadas pela UE em Portugal", "(...) é uma das reformas mais importantes financiadas pelo PRR da UE em Portugal", entre outros. Mencione o PRR (se possível) no início ou até mesmo no título do texto.</li><li>• <b>Utilize histórias e citações de experiências:</b> Partilhe citações ou histórias de sucesso que tornem o texto e as informações relacionáveis e memoráveis.</li><li>• <b>Referencie os contactos para comunicação:</b> Se estiver a informar sobre projetos abertos ou oportunidades de obter apoio/financiamento, certifique-se de referenciar os contactos para mais informações. Ao falar sobre o PRR de forma geral, indique: Saiba mais em <a href="https://recuperarportugal.gov.pt">https://recuperarportugal.gov.pt</a></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Utilize factos e nomes precisos:</b> Certifique-se de que a informação no <i>website</i> é regularmente atualizada.</li><li>• Ao criar os artigos mais importantes, <b>considere a otimização do SEO do website:</b> inclua as palavras-chave mais importantes e populares nos textos, títulos, legendas de fotos e outros materiais visuais.</li><li>• <b>Utilize ferramentas de análise:</b> Avalie que tipos de artigos e informações são mais consumidos, quantos artigos de diferentes tipos são abertos e siga os princípios das secções e artigos mais visitados do <i>website</i>. Se houver uma queda significativa no tráfego do <i>website</i>, reavalie a abordagem de comunicação e a regularidade em geral.</li><li>• <b>Agrupe e categorize a informação:</b> Use a funcionalidade do <i>website</i> para garantir que os artigos sobre um determinado tema sejam facilmente encontrados, por exemplo, introduzindo uma subsecção ou categoria de artigos.</li></ul>

### Recomendações para preparar comunicados de imprensa e artigos em *websites* de notícias:

1. **Utilize sempre factos e informações corretas.**
2. **Inclua referências ao financiamento da UE** sempre que possível de forma orgânica, por exemplo, "(...) é um dos principais projetos/reformas/investimentos financiados pelo PRR da União Europeia " ou "(...) acontece graças ao apoio do PRR da União Europeia e irá proporcionar (...)".
3. **Inclua uma referência ao PRR o mais cedo possível no texto**, ou seja, no título ou nos primeiros parágrafos.
4. **Inclua citações ou experiências pessoais** que transmitam uma avaliação e envolvam uma mensagem emocional que seja memorável.
5. No final do artigo, **inclua informações gerais sobre o Fundo de Recuperação**: O Fundo de Recuperação da UE (*Recovery and Resilience Facility*) é um programa orçamental centralizado da Comissão Europeia, criado adicionalmente ao orçamento plurianual da UE para o período de 2021 a 2027. O objetivo do programa é apoiar reformas e investimentos relacionados com a transição para uma economia verde e digital, assim como mitigar o impacto social e económico da crise.
6. **Inclua informações de contacto** para mais informações, assim como o endereço do site <https://recuperarportugal.gov.pt>, onde se pode encontrar as últimas novidades sobre o PRR em Portugal.

### Recomendações para preparar histórias de sucesso:

1. Estruture a história de sucesso do projeto da empresa ou organização da seguinte forma:
  - a. Título: Informação essencial sobre o projeto - benefícios para a sociedade ou grupos-alvo específicos.
  - b. Parágrafo introdutório: As informações mais importantes sobre o projeto. Esta informação deve responder às seguintes questões:
    - i. Que projeto foi iniciado ou implementado?
    - ii. Porque é que o projeto é importante para a empresa ou organização, para a sociedade ou para grupos específicos da sociedade?
    - iii. Qual é o financiamento? Qual percentagem é coberta pelo apoio do PRR?
  - c. Citação do representante da empresa ou organização. Pergunte ao representante:
    - i. Por que razão o apoio do PRR é importante?
    - ii. Quais são os próximos planos da empresa ou organização?
    - iii. O que é que a sociedade ganha ou ganhará com o projeto implementado?
    - iv. Que objetivos da empresa ou organização o projeto ajudará ou ajudou a alcançar?
  - d. Informações adicionais sobre o projeto, incluindo factos e dados.
  - e. Informações sobre a empresa ou organização. Esta informação deve responder às seguintes perguntas:
    - i. Qual é a atividade principal da empresa ou organização?
    - ii. Onde está localizada?
    - iii. Qual é o volume de negócios? (se aplicável)
    - iv. Qual é o montante total investido no projeto e qual é o montante do subsídio de capital?
    - v. Outras informações úteis sobre a empresa ou organização.

2. Adicione informações sobre o Fundo de Recuperação:  
*O Fundo de Recuperação da UE (Recovery and Resilience Facility) é um programa orçamental centralizado da Comissão Europeia, criado adicionalmente ao orçamento plurianual da UE para o período de 2021 a 2027. O objetivo do programa é apoiar reformas e investimentos relacionados com a transição para uma economia verde e digital, assim como mitigar o impacto social e económico da crise.*  
Saiba mais: <https://recuperarportugal.gov.pt>
3. Adicione fotografias da empresa, organização ou do seu representante em formato horizontal, adequado para os *media*, ou desenvolva materiais visuais baseados na identidade do PRR. Se possível, inclua imagens que deem visibilidade ao investimento/projeto, como o local onde ocorrem as atividades, mudanças realizadas, equipamentos adquiridos, entre outros.

### **Recomendações para a preparação de materiais visuais complementares aos artigos:**

- Siga rigorosamente os requisitos obrigatórios de comunicação do PRR na elaboração de materiais visuais.
- Utilize apenas materiais visuais do tamanho apropriado para o título do artigo, para evitar que seja cortado ou exibido apenas parcialmente.
- Siga um dos três princípios de colocação do Logótipo, com base nas capacidades técnicas do site:
  - a. Se uma imagem for usada como o principal material visual do artigo (imagem de destaque), coloque o conjunto de Logótipos como um material visual separado no final do artigo.
  - b. Se um material visual gráfico for usado como o principal material visual do artigo e o conjunto de Logótipos estiver incluído corretamente nele, não é necessário incluí-lo separadamente no final do artigo.
  - c. Se a funcionalidade do site não permitir a inclusão do conjunto de Logótipos sob o texto ou na própria página, coloque o conjunto de Logótipos sobre o material visual principal ou em outros materiais visuais anexados ou na galeria, garantindo que o Logótipo seja claramente visível - escolha versões coloridas ou monocromáticas, dependendo dos tons da foto de fundo.

### Banners e anúncios digitais

**Para distribuir informações e alcançar um público mais amplo, podem ser utilizados canais de comunicação pagos, como a colocação de *banners* digitais em diversos portais.**

As soluções de publicidade oferecem a oportunidade de alcançar uma audiência mais ampla e segmentada, atingindo apenas os grupos-alvo específicos necessários para o projeto.

### Requisitos

#### Barra de Financiamento

Referência ao financiamento PRR, indicando-o no texto e complementando os materiais visuais com o Logótipo

- Inclusão do Logótipo da barra de financiamento nos materiais visuais (obrigatório)<sup>3</sup>
- Fonte Roboto (altamente recomendada)
- Cores correspondentes à dimensão do PRR do projeto (recomendado)

Os *banners* digitais são materiais visuais colocados em vários *websites* para fins publicitários. Podem também ser materiais publicitários e informativos colocados em telas de informação ou publicidade digital em ambientes internos ou externos (nestes casos, os princípios de criação de materiais não mudam). Ao desenvolver *banners* digitais e anúncios, é possível encontrar vários tipos de restrições técnicas, mas, independentemente da especificidade do local de exibição, é essencial observar a colocação correta do conjunto de Logótipos. O Logótipo deve ser claramente visível e compreensível, não podendo ser granuloso ou muito pequeno.

#### Nota:

Se o tamanho do *banner* digital ou material publicitário for demasiado pequeno de acordo com as especificações técnicas que não seja possível colocar o Logótipo corretamente, o material deve estar vinculado a algum outro conteúdo (por exemplo, um artigo), onde todas as exigências obrigatórias de comunicação do PRR são totalmente observadas, ou seja, referências à origem do financiamento e ao uso do conjunto de Logótipos.

Os canais e métodos mais populares para distribuição de *banners* digitais e anúncios na internet incluem:

- Anúncios em plataformas de redes sociais (por exemplo, nas plataformas do META - Facebook e Instagram, YouTube),
- Anúncios nos *websites* mais populares,
- Soluções de publicidade oferecidas pelo Google, onde os anúncios são exibidos em *websites* menos populares.

<sup>3</sup> Em caso de impossibilidade da colocação da barra de financiamento na imagem, o texto de apoio deverá conter #pr e #nextgenerationeu

## Dicas e conselhos práticos para melhorar os *banners* e anúncios digitais e o seu impacto:

Abordagem de Comunicação	Design Visual
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Explore as opções disponíveis e identifique o seu público-alvo:</b> O leque de opções para colocação de publicidade é vasto. Avalie o orçamento destinado às atividades de comunicação, compare várias ofertas e escolha aquela que irá atingir de forma mais eficaz o seu público-alvo.</li><li>• <b>Defina os objetivos da publicidade:</b> Assim como qualquer atividade de comunicação, os anúncios devem ter objetivos previamente definidos, que orientarão tanto a mensagem quanto a apresentação visual, bem como o local e o momento da sua colocação.</li><li>• <b>Relacione o material publicitário com o canal de comunicação mais apropriado:</b> Os anúncios digitais estão sempre ligados a uma fonte de informação mais ampla, como um <i>website</i>, uma secção específica dele ou um artigo específico.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Não se esqueça dos requisitos obrigatórios:</b> Respeite todos os requisitos de comunicação do PRR. Se a colocação do conjunto de Logótipos não for tecnicamente possível, coloque-o no material relacionado ao anúncio.</li><li>• <b>Utilize fotografias "reais" sempre que possível:</b> Utilize fotografias corretas e autênticas que representem os projetos ou as iniciativas. Se estiverem disponíveis em boa qualidade e alta resolução, melhor será utilizar diferentes bancos de imagens e as opções que eles oferecem.<ul style="list-style-type: none"><li>Fontes de acesso livre (o autor deve ser indicado):<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="https://unsplash.com/">https://unsplash.com/</a> (é recomendável indicar o autor, mas não é uma exigência)</li></ul></li><li>Fontes pagas (permitem adquirir e usar fotos sem indicar o autor):<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="https://www.shutterstock.com/">https://www.shutterstock.com/</a></li><li>• <a href="https://depositphotos.com/">https://depositphotos.com/</a></li></ul></li></ul></li><li>• <b>Certifique-se da proteção de dados e dos direitos autorais:</b> Ao utilizar fotografias de outras pessoas ou instituições, certifique-se de obter a permissão adequada e de creditar corretamente o fotógrafo e/ou instituição detentora dos direitos.</li></ul>
Texto	Outras Recomendações
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Seja breve e específico:</b> Evite textos longos nos materiais publicitários e nos banners digitais. As restrições técnicas podem limitá-los, mas como a publicidade digital é dinâmica, o público-alvo pode não conseguir ler textos extensos.</li><li>• <b>Não tenha medo de usar "frases chamativas":</b> O objetivo dos <i>banners</i> digitais e dos anúncios é chamar a atenção do público-alvo e incentivá-lo a agir – “clicar no anúncio para saber mais.”</li><li>• <b>Uma breve referência ao PRR</b> também é possível: Use os principais objetivos do PRR, os benefícios mais importantes e o montante do financiamento disponível para atrair a atenção.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Aproveite as capacidades técnicas:</b> Os <i>banners</i> digitais e os anúncios muitas vezes permitem a utilização de material em movimento (por exemplo, .gif), que oferece a oportunidade de combinar vários elementos num único material.</li><li>• <b>Utilize dados e estatísticas:</b> Ao realizar qualquer atividade publicitária, recolha informações sobre os resultados, analise-os e realize as próximas atividades com base na experiência e nos resultados anteriores.</li></ul>



## Materiais de vídeo e áudio

Vídeos e materiais de áudio oferecem diversas oportunidades de comunicação e transmissão de informações, permitindo alcançar um público mais amplo. As pessoas tendem a notar e compreender melhor informações que são audiovisuais. No conteúdo de vídeo e áudio, há a oportunidade de expressar emoções, o que é crucial para estabelecer uma ligação com o público. Os materiais de vídeo são especialmente significativos nas plataformas de redes sociais, enquanto vários materiais de áudio são utilizados tanto em rádio quanto em programas de transmissão (*podcasts*).

## Requisitos

### Barra de Financiamento

Referência ao financiamento PRR, indicando-o no texto e complementando os materiais visuais com o Logótipo

- Inclusão do Logótipo da barra de financiamento nos materiais visuais (obrigatório)<sup>4</sup>
- Fonte Roboto (altamente recomendada)
- Cores correspondentes à dimensão do PRR do projeto (recomendado)

## Dicas práticas e recomendações para melhorar os materiais de vídeo e áudio e o seu impacto:

### Abordagem de Comunicação

- **Tanto os materiais de vídeo quanto de áudio devem ser cuidadosamente planeados:** Desenvolva um conceito estratégico com base nos seguintes princípios:
  - Conheça o público-alvo e os canais de comunicação que ele utiliza.
  - Defina os objetivos do material de áudio ou vídeo - informar, educar, incentivar a participação ou outros - e adapte o conteúdo e as mensagens a isso.
  - Determine os locais de colocação do material de áudio ou vídeo.
- **Escolha o comprimento e formato adequados:** Diferentes redes sociais ou outros canais de distribuição de conteúdo aceitam diferentes comprimentos e formatos de materiais de áudio e vídeo - certifique-se de conhecer os critérios técnicos específicos antes de começar a criar o material.
- **Crie um *script* detalhado:** Nos materiais de vídeo, consiste em texto estruturado e um *storyboard*, enquanto nos materiais de áudio será texto estruturado.
- **Capture e mantenha a atenção do público:** Iniciar com uma pergunta retórica no início do material e continuando com uma explicação ou fatos interessantes é um bom exemplo do que pode ser realizado.

### Design Visual

- **Não se esqueça dos requisitos obrigatórios:** Cumpra todas as exigências de comunicação do PRR.
- **Utilize legendas:** Tornou-se uma prática generalizada, tendo em conta os hábitos de utilização das plataformas de redes sociais, e garante a inclusão social, tornando o material acessível e compreensível para pessoas com necessidades especiais.

<sup>4</sup> Em caso de impossibilidade da colocação da barra de financiamento na imagem, o texto de apoio deverá conter #pr e #nextgenerationeu

- **Ajuste-se ao horário do canal de comunicação escolhido:** A atenção do público-alvo está cada vez mais curta, evite materiais muito longos.
- **Indique sempre os contactos** para obter mais informações.

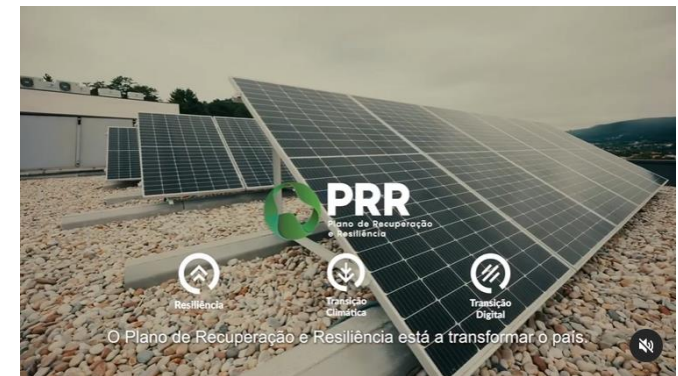
### Texto

- **Adapte o conteúdo ao objetivo da comunicação e à estratégia de distribuição:** Tanto o conteúdo de arquivos de áudio quanto de vídeo pode ser informativo, divertido ou envolvente. Ao desenvolver o conteúdo, tome em consideração o objetivo e a estratégia escolhidos.
- **Transmita informações na língua compreensível para o público-alvo:** Evite termos complicados e explique as informações de forma simples e compreensível. Utilize textos curtos, específicos e simples para transmitir a mensagem.
- **Escolha uma "voz" apropriada:** Na preparação de materiais de vídeo e áudio, escolha uma voz cujo tom e estilo correspondam às necessidades do material em questão (objetivo, conteúdo, mensagens).

### Outras Recomendações

- **Lembre-se dos direitos autorais:** Ao criar materiais de vídeo a partir de diferentes elementos, certifique-se de obter a permissão adequada para a sua utilização. Em materiais de áudio, assegure-se de obter os direitos para a utilização de música ou material gravado.
- **Não se esqueça das referências:** Nos materiais de vídeo, é necessário incluir tanto o logótipo do PRR quanto uma referência ao PRR no texto, enquanto nos materiais de áudio o PRR deve ser mencionado obrigatoriamente.

Exemplos:



## 2.3.2 Materiais informativos

### Painéis de Informação para a disposição de várias informações, suportes informativos sustentáveis e cartazes

Embora atualmente a comunicação digital alcance a maioria da sociedade, nenhum canal de comunicação ou atividade atinge todos os representantes do público-alvo. Parte da sociedade não consome conteúdo digital, por isso ainda desempenha um papel crucial colocar materiais de comunicação no ambiente real, ou seja, em espaços físicos e ao ar livre.

### Requisitos

#### Barra de Financiamento

Referência ao financiamento PRR, indicando-o no texto e complementando os materiais visuais com o Logótipo

- Inclusão do Logótipo da barra de financiamento nos materiais visuais (obrigatório)<sup>5</sup>
- Fonte Roboto (altamente recomendada)
- Cores correspondentes à dimensão do PRR do projeto (recomendado)

Utilização de painéis sustentáveis, painéis informativos ou cartazes para informar o público.

Referência ao autor da opinião expressa no conteúdo do material.

Na comunicação dos fundos da UE, em geral, existem dois tipos de painéis informativos:

- Painéis digitais ou físicos para colocação de materiais informativos, cartazes, pósteres e publicidade.
- Painéis de informação sustentáveis obrigatórios, que devem ser produzidos.

Locais para colocação de materiais informativos, tanto digital como fisicamente, são recomendados para distribuir informações de forma mais ampla e alcançar o público-alvo. Por exemplo, é possível identificar e utilizar os ecrãs digitais em espaços de espera de várias instituições, os painéis de informação impressos ou digitais em bibliotecas, os ecrãs informativos municipais em espaços ao ar livre, entre outros.

<sup>5</sup> Em caso de impossibilidade da colocação da barra de financiamento na imagem, o texto de apoio deverá conter #pr e #nextgenerationeu

## Exemplos:



Estantes de informação, placas informativas e cartazes sustentáveis devem ser obrigatoriamente fabricados. Assim que começam os projetos que recebem apoio do PRR e cujo **custo total ultrapassa os 0.5M EUR**, a implementação real, que inclui investimentos materiais ou a instalação de equipamentos adquiridos, **exige que o beneficiário do financiamento instale obrigatoriamente placas de informação claramente visíveis ao público.**

- Os modelos devem ter uma dimensão superior a A3.
- Sugere-se uma dimensão mínima de 40cm (L) x 40cm (A), embora os beneficiários possam optar por modelos de maior dimensão, como por exemplo 100 cm (L) x 150 cm (A). Em determinadas situações é possível substituir um cartaz por um ecrã eletrónico.
- No caso de este ecrã passar outros conteúdos que não apenas a alusão ao financiamento PRR, o tempo de exposição do PRR deverá ser, no mínimo 50%, intercalando os outros conteúdos.
- Os painéis ou placas permanentes devem manter-se durante a existência do projeto. No caso de não ser possível, devem manter-se pelo período mínimo de 10 anos.

**Exemplos:**

Modelo 100x150cm (placa temporária) e 40x40cm (placa permanente) para financiamentos superiores a 0.5M EUR



Nos projetos financiados pelo PRR, cujo **custo total não ultrapassa os 0.5M EUR** e que não incluem investimentos materiais ou a instalação de equipamentos, o beneficiário do financiamento é obrigado a **exibir em local visível pelo menos um cartaz com tamanho mínimo de A3**, ou um **anúncio eletrónico equivalente, que apresente informações sobre o projeto e destaque o apoio recebido do PRR.**

**Exemplos:**

## Modelo A3 para financiamentos inferiores a 0.5M EUR (versão vertical e horizontal)



**#Construir o Futuro**

ENTIDADE PROMOTORA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

OBJETIVOS

**FINANCIAMENTO PRR  
VALOR TOTAL DO PROJETO**



**#Construir o Futuro**

ENTIDADE PROMOTORA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

OBJETIVOS

**FINANCIAMENTO PRR  
VALOR TOTAL DO PROJETO**



## Dicas e recomendações práticas sobre como melhorar os materiais de comunicação exibidos em painéis de informação e o seu impacto:

Abordagem de Comunicação	Design Visual
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Avalie o público-alvo:</b> Avalie se o público-alvo identificado deve ser abordado com materiais em formato digital ou impresso.</li><li>• <b>Estabeleça os objetivos de comunicação:</b> Se é informar, educar, ou motivar à ação - é importante ajustar as mensagens e a informação apropriada, evitando conteúdo desnecessário.</li><li>• <b>Identifique os expositores de informação disponíveis e os formatos de material de apoio:</b> Colabore com parceiros, identifique as oportunidades de disponibilização de informação que oferecem e desenvolva materiais técnicos adequados às exigências.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Não se esqueça dos requisitos obrigatórios:</b> Cumpra todas as exigências de comunicação do PRR.</li><li>• <b>Utilize fotografias "reais" sempre que possível:</b> Utilize fotografias corretas que representem os projetos ou iniciativas, se estiverem disponíveis em alta qualidade e resolução, especialmente em soluções de impressão de grande formato.</li><li>• <b>Destaque os dados e factos de forma criativa:</b> Muitas vezes, os diversos projetos e reformas do PRR envolvem vários benefícios e resultados numéricos, que podem ser transmitidos de forma mais eficaz visualizando-os, por exemplo, em infografias.</li><li>• <b>Certifique-se da proteção de dados e dos direitos de autor:</b> Ao utilizar fotografias de outras pessoas ou instituições, certifique-se de obter a devida autorização e de atribuir corretamente os créditos aos fotógrafos e/ou instituições detentoras dos direitos das fotografias.</li></ul>
Texto	Outras Recomendações
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Adapte o comprimento do texto ao tamanho e formato do material:</b> Nos expositores digitais, coloque materiais com pouco texto e formatados (consulte as recomendações anteriores), especialmente se houver rotação de materiais. Nos expositores onde são colocados materiais impressos, os textos podem ser mais longos e explicativos, mas avalie as capacidades do público-alvo para ler o texto (por exemplo, a acessibilidade ao material, se é seguro ficar muito tempo a familiarizar-se com a informação, etc.).</li><li>• <b>Utilize factos e nomes precisos:</b> Corrigir erros, especialmente em materiais impressos, será demorado e dispendioso.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Poupe recursos:</b> Utilize os expositores digitais disponíveis para colocar placas informativas obrigatórias ou cartazes.</li><li>• <b>Nem todos os materiais a serem colocados nos expositores digitais podem ser impressos:</b> Certifique-se da qualidade dos materiais impressos e dos códigos de cor, é importante preparar o material de impressão de acordo com requisitos específicos, ou seja, com diferentes códigos de cor (CMYK).</li><li>• <b>A qualidade é importante nos materiais de impressão de grande formato:</b> Certifique-se de que a qualidade dos elementos utilizados (por exemplo, logótipo, fotografias) seja adequada para impressão de grande formato.</li><li>• <b>Utilize códigos QR:</b> Em materiais impressos, é recomendável incluir códigos QR que levem os leitores para informações mais detalhadas online.</li></ul>



## Materiais de Divulgação Impressos

Apesar de, por toda a Europa, o uso de materiais impressos estar cada vez mais reduzido devido à tendência verde, podem surgir situações em que as soluções digitais não alcançam a audiência necessária ou é preciso produzir materiais de divulgação impressos para transmitir informações.

## Requisitos

### Barra de Financiamento

Referência ao financiamento PRR, indicando-o no texto e complementando os materiais visuais com o Logótipo

- Inclusão do Logótipo da barra de financiamento nos materiais visuais (obrigatório)<sup>6</sup>
- Fonte Roboto (altamente recomendada)
- Cores correspondentes à dimensão do PRR do projeto (recomendado)

Referência ao autor da opinião expressa no conteúdo do material.

Nos materiais de divulgação que contenham textos mais extensos e informações além das básicas sobre o projeto, é obrigatório incluir uma referência textual no final do material: *"Financiado pela União Europeia - NextGenerationEU. No entanto, as opiniões expressas são apenas as dos autores e não refletem necessariamente as opiniões da União Europeia ou da Comissão Europeia. Nem a União Europeia nem a Comissão Europeia são responsáveis por essas opiniões."*

## Dicas e recomendações práticas sobre como melhorar os materiais de divulgação impressos e o seu impacto:

Abordagem de Comunicação	Design Visual
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Defina o objetivo da comunicação:</b> Seja para informar, educar, ou incentivar à ação - é importante adaptar as mensagens e informações, evitando incluir conteúdo desnecessário.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Não se esqueça dos requisitos obrigatórios:</b> Cumpra todas as exigências de comunicação do PRR.</li><li>• <b>Utilize fotografias "reais" sempre que possível:</b> Utilize fotografias corretas que representem os projetos ou iniciativas, se estiverem disponíveis em alta qualidade e resolução, especialmente em soluções de impressão de grande formato.</li><li>• <b>Destaque os dados e factos de forma criativa:</b> Muitas vezes, os diversos projetos e reformas do PRR envolvem vários benefícios e resultados numéricos, que podem ser transmitidos de forma mais eficaz visualizando-os, por exemplo, em infografias.</li><li>• <b>Certifique-se da proteção de dados e dos direitos de autor:</b> Ao utilizar fotografias de outras pessoas ou instituições, certifique-se de obter a</li></ul>

<sup>6</sup> Em caso de impossibilidade da colocação da barra de financiamento na imagem, o texto de apoio deverá conter #pr e #nextgenerationeu

	devida autorização e de atribuir corretamente os créditos aos fotógrafos e/ou instituições detentoras dos direitos das fotografias.
<b>Texto</b>	<b>Outras Recomendações</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Adapte o comprimento do texto ao objetivo, tamanho e formato do material:</b> Se o material impresso for altamente informativo e educacional, isso permite o uso de texto longo. No entanto, se o objetivo for fornecer uma informação superficial sobre um tópico amplo, escolha textos curtos e específicos, utilizando uma linguagem compreensível para o público-alvo.</li> <li>• <b>Utilize factos e nomes precisos:</b> Corrigir erros, especialmente em materiais impressos, será caro e demorado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seja amigo da natureza e do meio ambiente:</b> Avalie sempre a necessidade de produção de materiais e, sempre que possível, utilize soluções de reciclagem.</li> <li>• <b>Garanta a qualidade dos materiais impressos e dos códigos de cores:</b> É importante observar que, para garantir a qualidade dos materiais impressos e cores adequadas, o material deve ser preparado de acordo com requisitos específicos, ou seja, com diferentes códigos de cor (CMYK).</li> <li>• <b>Utilize códigos QR:</b> Em materiais impressos, é recomendável incluir códigos QR que direcionem os leitores para informações mais detalhadas <i>online</i>.</li> </ul>

### 2.3.3 Eventos

<b>Materiais do Evento: design do evento, convite e apresentações</b>	<b>Requisitos</b>
Uma boa prática na organização de eventos é o desenvolvimento de uma identidade visual unificada. A identidade visual do PRR permite uma variedade de soluções criativas que se encaixam perfeitamente no design do evento. A identidade visual do evento deve ser integrada nos convites, materiais publicitários do evento, se forem criados, apresentações, programas entre outros.	<b>Barra de Financiamento</b>
	Referência ao financiamento PRR, indicando-o no texto e complementando os materiais visuais com o Logótipo
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusão do Logótipo da barra de financiamento nos materiais visuais (obrigatório)<sup>7</sup></li> <li>• Fonte Roboto (altamente recomendada)</li> <li>• Cores correspondentes à dimensão do PRR do projeto (recomendado)</li> </ul>
	Para os implementadores de projetos estrategicamente importantes - pelo menos um evento de publicidade em larga escala para atrair o interesse dos canais de media e da atenção pública.
	Referência ao autor da opinião expressa no conteúdo do material.

<sup>7</sup> Em caso de impossibilidade da colocação da barra de financiamento na imagem, o texto de apoio deverá conter #pr e #nextgenerationeu

## Dicas e recomendações práticas sobre como melhorar materiais de comunicação relacionados a eventos e o seu impacto:

Planeamento do design do evento e dos materiais necessários	Elaboração do design do evento e produção dos materiais necessários
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Utilize os modelos e a identidade oferecidos pelo PRR para poupar tempo e recursos:</b> Os modelos desenvolvidos podem ajudar a criar completamente os materiais de comunicação necessários para um evento específico.</li><li>• <b>Defina o objetivo, formato, participantes do evento e planeie os materiais de comunicação apropriados:</b> Para eventos pequenos, para um público interno ou grupo específico, pode ser suficiente ter material informativo e/ou uma apresentação. No entanto, para eventos maiores, como conferências, serão necessários materiais informativos, convites, uma agenda detalhada, apresentações, entre outros materiais. Se o evento envolver uma participação ampla de audiências parcialmente informadas sobre o tema do evento, integre mais materiais explicativos e informativos nas atividades de comunicação e no decorrer do evento.</li><li>• <b>Inicie o desenvolvimento dos materiais necessários com antecedência para garantir uma comunicação construtiva e oportuna.</b></li><li>• <b>Materiais de comunicação e design mais comuns para eventos incluem:</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Material informativo e visual para <i>websites</i> (contendo informações principais sobre o evento - local, hora, nome),</li><li>• Convite,</li><li>• Programa ou agenda,</li><li>• Decoração do palco,</li><li>• Apresentações.</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Não se esqueça dos requisitos obrigatórios:</b> Cumpra todas as exigências de comunicação do PRR.</li><li>• <b>Seja amigo do ambiente:</b> Avalie a necessidade de produção de materiais impressos específicos para um único evento. Em vez disso, utilize soluções digitais e projete informações em ecrãs, se as capacidades técnicas permitirem. Se for necessário usar materiais impressos, sempre que possível, opte por soluções de reciclagem.</li><li>• <b>Utilize diferentes formatos de materiais:</b> Especialmente se as soluções digitais forem possíveis no evento, utilize os materiais já disponíveis - como <i>banners</i> informativos, vídeos, entre outros - para diversificar as informações fornecidas ao público.</li></ul>
	<h3 data-bbox="1124 726 2033 774">Outras Recomendações</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Distribua os materiais com antecedência:</b> A utilização da identidade visual unificada e dos modelos oferecidos pelo PRR permitirá poupar tempo na criação de uma identidade visual específica para o evento. Comece com materiais informativos básicos e visuais que incluam a data e hora do evento, para que os participantes possam reservar o seu tempo. Detalhes mais específicos podem ser adicionados posteriormente.</li><li>• <b>Utilize o mesmo material de formas diferentes:</b> Conheça as capacidades técnicas do local do evento e os materiais visuais importantes planeados, compare os formatos e otimize as oportunidades de utilização.</li></ul> <p data-bbox="1124 1117 2033 1157"><b>Exemplos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Um visual informativo no formato 16:9, horizontal, pode ser criado a partir de um modelo de apresentação e colocado em sites ou incluído num convite escrito ou email "save the date" antes mesmo da criação de um convite específico. Este material pode ser utilizado como indicação do local específico do evento ou como o primeiro slide de um evento online.</li><li>• Um visual informativo no formato 16:9, horizontal, ou o slide principal de uma apresentação pode ser colocado em ecrãs de</li></ul>

televisão ou projetado numa parede, utilizado como decoração do evento em vez de *roll-ups* ou *banners* impressos.

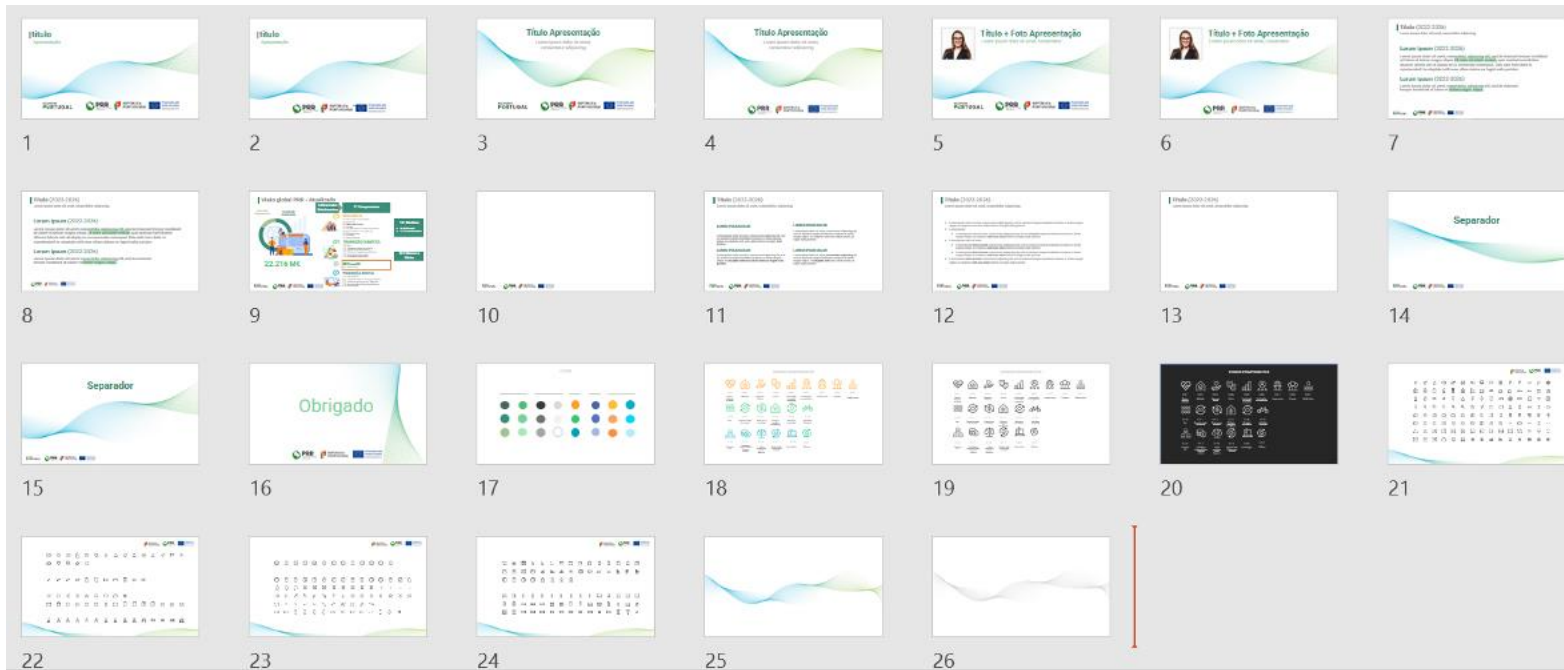
- Um convite com a agenda incluída pode servir como programa do evento e ser colocado em ecrãs digitais no local do evento.
- **Utilize soluções digitais para envolver o público:** Já não é necessário distribuir questionários em papel para avaliar o evento ou obter *feedback* - utilize soluções digitais, como o *sli.do*.

## Exemplos:

### Modelo de Apresentação (PowerPoint)

The image displays four examples of presentation slides, each featuring a decorative wavy background in shades of blue and green. At the bottom of each slide, there are three logos: the PRR (Plano de Recuperação e Resiliência) logo, the logo of the República Portuguesa, and the logo of the European Union with the text 'Financiado pela União Europeia NextGenerationEU'.

- Slide 1:** Title: **titulo**, Subtitle: Apresentação
- Slide 2:** Title: **Título Apresentação**, Subtitle: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing
- Slide 3:** Includes a photo of a woman. Title: **Título + Foto Apresentação**, Subtitle: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
- Slide 4:** Title: **Título (2022-2026)**, Subtitle: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing. Content: **Lorum Ipsum (2022-2026)** followed by a paragraph of Lorem Ipsum text, and another **Lorum Ipsum (2022-2026)** section with another paragraph of Lorem Ipsum text.



## Convite para o evento

SAVE THE DATE

Ação de Capacitação Beneficiários PRR

**Eficiência Energética e Requisitos DNSH no PRR**

5 de maio 14.30h - 18h Centro cultural de Belém Sala Luís de Freitas Branco

PRR REPÚBLICA PORTUGUESA Financiado pela União Europeia NextGenerationEU

RECUPERAR PORTUGAL ACADEMIA PRR

Formação online

**A ética, os instrumentos e as medidas do RGPC**

Regime Geral da Prevenção da Corrupção

6 de dezembro das 14h30 às 16h

PRR REPÚBLICA PORTUGUESA Financiado pela União Europeia NextGenerationEU

ACADEMIA PRR

Formação online

**ÉTICA e INTEGRIDADE II**

Conflitos de interesses, fraude e corrupção  
Caracterização, causas, contextos e impactos

10 de novembro 7 horas

PRR REPÚBLICA PORTUGUESA Financiado pela União Europeia NextGenerationEU

**RECUPERAR PORTUGAL** **ACADEMIA PRR**

Ação de Capacitação Beneficiários PRR

### Eficiência Energética e Requisitos DNSH no PRR

05.05.2023

- 1430 Receção
- 1436 **Nota de Boas-vindas**  
Fernando Afonso - Presidente da Estrutura de Missão Recuperar Portugal
- 1439 Abertura  
Nelson Lago - Presidente da AGENE
- 1505 **DNSH - Do No Significant Harm**  
Anna Ameghí Torto - Policy Officer - Secretariado Geral "Recovery and Resilience Task Force" da Comissão Europeia
- 1548 **O Princípio de "Não Prejudicar Significativamente" no Plano de Recuperação e Resiliência**  
Patricia Cerqueira - Coordenadora Transição Climática da Estrutura de Missão Recuperar Portugal
- 1615 Coffee break
- 1635 **Introdução**  
Rui Fragoso - Diretor da Direção de Edifícios e Eficiência de Recursos da AGENE
- 1645 **Desempenho energético dos edifícios - Regime geral**  
Crista Brito - Gestora da Direção de Edifícios e Eficiência de Recursos da AGENE
- 1715 **Desempenho energético dos edifícios em programas de financiamento**  
Nuno Baptista - Coordenador da Direção de Serviços e Eficiência de Recursos da AGENE
- 1745 **Perguntas e respostas**
- 1815 **Encerramento**  
Fernando Afonso - Presidente da Estrutura de Missão Recuperar Portugal

Com o apoio técnico de:

**RECUPERAR PORTUGAL** **ina** **ACADEMIA PRR**

### Masterclass

## Riscos na contratação pública

O caso específico do PRR

José Mouraz Lopes  
Juiz Conselheiro, no Tribunal de Contas

**SUMÁRIO**

1. A gestão e utilização adequada dos dinheiros públicos;
2. Fraude, patologias financeiras e o conceito amplo de corrupção;
3. As fragilidades dos sistemas de controlo;
4. A dimensão europeia dos fundos públicos;
5. O Plano de Recuperação e Resiliência

- 5.1. Regras e obrigações de controlo e fiscalização;
- 5.2. Linhas inultrapassáveis;
6. A Contratação Pública e o PRR
7. Riscos
- 7.1. Avaliação
- 7.2. Controlo
- 7.3. Mitigação
8. A responsabilização
- 8.1. Dimensão criminal
- 8.2. Dimensão financeira

🕒 **Horário: 9.30 - 13h**

**PRR** **REPÚBLICA PORTUGUESA** **Financiamento para o Plano de Recuperação e Resiliência**

**RECUPERAR PORTUGAL** **ACADEMIA PRR**

### Formação online

## A ética, os instrumentos e as medidas do RGPC

Regime Geral da Prevenção da Corrupção

**Objetivos Gerais**

- Ética, conduta e integridade e responsabilidade nas organizações
- Os instrumentos e as medidas do RGPC
- Referências normativas de âmbito específico do PRR
- Os instrumentos e os medidas de governação dos contributos de integridade nas entidades envolvidas na dinamização dos projetos no âmbito do PRR
- Apresentação do Canal de Denúncias do TARP

**6 de dezembro**

- 🕒 **Carga horária: 1h30 horas**
- ✅ **Método de avaliação:** Avaliação pontual, escrita e participativa em 15/20min

**PRR** **REPÚBLICA PORTUGUESA** **Financiamento para o Plano de Recuperação e Resiliência**

## Visual informativo em formato 16:9 - horizontal

**AVISO N.º 04/C09-101/2024**

### PLANO REGIONAL DE EFICIÊNCIA HÍDRICA DO ALGARVE: SM1 – REDUZIR PERDAS DE ÁGUA NO SETOR URBANO

Submissão de Candidaturas até dia 30/09/2024

## Feliz Dia da Mulher

**RECUPERAR PORTUGAL** **PRR** **REPÚBLICA PORTUGUESA** **Financiamento para o Plano de Recuperação e Resiliência**

# 3. Envolvimento das Partes Interessadas na Comunicação do PRR

## 3.1 Funções e Responsabilidades das Partes Interessadas

A estratégia de comunicação define as responsabilidades das diferentes estruturas de comunicação do PRR:

- 1. Entidade de Coordenação Técnica e de Monitorização (EMRP):** A Estrutura de Missão Recuperar Portugal (EMRP) foi criada por Resolução do Conselho de Ministros nº 46-B/2021, em 04 de maio de 2021, com os objetivos de **negociar, contratualizar e monitorizar a execução do Plano de Recuperação e Resiliência**. Esta entidade assegura o cumprimento da regulamentação nacional e comunitária na execução das Reformas e dos Investimentos do PRR e o cumprimento integral e atempado dos objetivos estratégicos e operacionais; realiza a interação com a Comissão Europeia, assegurando a consecução dos seus objetivos estratégicos e promovendo a monitorização e a concretização dos objetivos operacionais através de marcos e de metas; contratualiza com as entidades públicas responsáveis pela execução das Reformas e dos Investimentos do PRR as correspondentes condições para dar cumprimento aos marcos e metas; promove a divulgação das realizações e resultados do PRR a nível nacional e europeu; implementa um sistema de gestão e controlo interno, que previne e deteta irregularidades e permite a adoção das medidas corretivas oportunas e adequadas; Fornece apoio técnico às equipas das áreas governativas e entidades executoras das Reformas e Investimentos do PRR, disponibilizando orientações técnicas que assegurem a sua execução mais eficaz e eficiente.
- 2. Ministérios Operacionais e Outras partes interessadas relevantes que contribuem para a comunicação do PRR (MO):** entidades que asseguram a comunicação sobre as reformas e projetos de investimento incluídos no PRR, o progresso da sua implementação e resultados. Garantem, ainda, uma melhor comunicação sobre os projetos sob o seu controlo, identificados como estrategicamente importantes.
- 3. Potenciais Candidatos (PC):** executores da atividade económica, instituições estatais, municípios, instituições científicas, organizações não governamentais, etc., que tenham oportunidades e pré-requisitos para a implementação do projeto (potenciais proponentes do projeto) e que tenham celebrado um acordo sobre a implementação do projeto (destinatários do financiamento). Responsável pelo cumprimento dos requisitos de publicidade do PRR dentro do projeto implementado.
- 4. Beneficiários (B) – Beneficiário Diretos (BD), Beneficiários Intermediários (BI) e Beneficiários Finais (BF):** os Beneficiários Diretos são entidades públicas cuja função é executar investimentos previstos no Plano. Os Beneficiários Intermediários são entidades públicas responsáveis pela seleção de Beneficiários Finais, que são entidades privadas ou públicas que irão executar os investimentos. Globalmente, são instituições, empresas comerciais, pessoas singulares que direta ou indiretamente recebam apoio ou beneficiem de outros benefícios em resultado da implementação de reformas ou projetos. Têm obrigação de reconhecer a origem do financiamento da UE e garantir a sua visibilidade.

De acordo com os requisitos de comunicação obrigatórios da UE e nacionais (ver Capítulo 1), bem como os fundos da UE 2021-2027, de 2015 e as diretrizes de comunicação e design do Fundo para a Reabilitação, as principais responsabilidades dos principais intervenientes na comunicação estão contidas no Anexo 1.

### 3.2 Dicas para o Envolvimento das Partes Interessadas na Comunicação do PRR

O envolvimento das partes interessadas é essencial no processo de comunicação, garantindo tanto a circulação da informação como o envolvimento da sociedade nos processos de planeamento e tomada de decisão. Neste caso, será precisamente o envolvimento das partes interessadas que facilita chegar a diferentes públicos-alvo de forma mais eficiente e significativa, permitindo uma oportunidade de identificar melhor as necessidades destas partes, mas também de escolher um canal, tipo e conteúdo de comunicação mais apropriados.

Este envolvimento na comunicação do PRR será possível garantindo a comunicação bilateral e promovendo a discussão, nomeadamente ao garantir a transferência de informação relevante (comunicação unidirecional), a oportunidade de fornecer *feedback*, promover a discussão e participação na criação da comunicação, bem como avaliar a eficácia da comunicação.

#### Utilização das ferramentas de comunicação criadas no sistema de implementação do PRR:

1. **Aproveitar as oportunidades proporcionadas pelas reuniões do grupo de gestão da comunicação dos fundos da UE**, nas quais participam também as instituições envolvidas na gestão do PRR. Por exemplo, obter ideias de outras instituições para garantir uma comunicação coordenada, trocar exemplos de boas práticas, etc.
2. **Promover a cooperação com especialistas** em comunicação envolvidos na gestão de fundos PRR e da UE e combinar iniciativas de comunicação com outras instituições sempre que possível.
3. Utilizar a secção do PRR criada no *website* da Recuperar Portugal ([recuperarportugal.gov.pt](http://recuperarportugal.gov.pt)). **Utilizar e publicar ativamente informação sobre o PRR**, tornando este o canal principal, informativo e mais conveniente para os beneficiários e outras partes envolvidas.
4. **Participar ativamente na implementação de projetos estratégicos** no grupo de trabalho especialmente criado, onde os ministérios responsáveis e os implementadores de projetos estratégicos incluídos no plano PRR trocam informações e boas práticas, bem como oportunidades de envolvimento na comunicação estratégica fornecidas pelas instituições da EU.



**Cooperação mais ativa com os municípios:** envolvimento multifacetado e regular dos municípios em diferentes formas e níveis, tais como informação, consultas, envolvimento e participação.

1. **Promover a cooperação com os governos locais** e as suas organizações representativas para garantir a informação e comunicação eficazes do público-alvo.
2. **Utilizar as ferramentas já disponíveis** para informar e envolver os municípios na comunicação do PRR, por exemplo participar periodicamente em comités/grupos de trabalho organizados pela EMRP com o objetivo de discutir a implementação do PRR, ou candidatar-se e participar na preparação de seminários/discussões informativas. Tanto quanto possível, tentar implementar a cooperação com os governos locais a vários níveis, por exemplo, fornecendo informações ao governo local, envolvendo e recebendo feedback (quando necessário), e informando ainda mais o público, avaliando também as ferramentas de comunicação mais adequadas disponíveis para os governos locais.
3. **Convidar representantes do governo local** para participarem em seminários informativos e eventos sobre o PRR.
4. **Criar listas de contactos**, identificando os responsáveis pela implementação dos fundos comunitários em cada município, e manter um fluxo regular de informação, informando e convidando à partilha sobre projetos no respetivo município.

**Promoção do envolvimento de organizações não-governamentais:** Em Portugal existe um número significativo de associações e fundações que representam organizações não-governamentais e empresários, pelo que devem estar envolvidas na comunicação do PRR a vários níveis e formatos para garantir a circulação eficaz da informação e atingir os objetivos.

1. **Facilitar discussões e consultas mais amplas** para a promoção de um maior envolvimento e participação dos parceiros sociais e parceiros de cooperação do governo. Por exemplo, considerar a possibilidade de representação de organizações não governamentais na gestão da comunicação ou outros grupos de trabalho.
2. **Avaliar as possibilidades de envolvimento de outras organizações não governamentais e associações** e fundações que representam comerciantes em atividades de comunicação do PRR, garantindo a publicação da informação nos canais de informação mais populares que utilizam.
3. **Convidar representantes de organizações não governamentais para participarem em seminários e eventos** informativos sobre o PRR, prestando especial atenção à explicação de aspetos relacionados com a gestão prática de fundos. Ao manter uma comunicação regular e informar proactivamente sobre potenciais planos, consolidando a confiança, o que pode resultar numa maior cooperação na realização prática de projetos e atividades de comunicação.

**Cooperação com os meios de comunicação social:** para garantir uma circulação eficaz da informação, bem como para comunicar com mais sucesso em situações de crise, a cooperação com os meios de comunicação social deve ser aberta, regular e cooperativa.

1. **Criar listas de contatos** identificando meios de comunicação, os seus editores e jornalistas.
2. **Informar regularmente os media** sobre as notícias do PRR. Enviar as informações do email do colaborador responsável em vez de usar o email informativo. Assim, é possível identificar o ponto de contato em caso de dúvidas.
3. **Fornecer informações completas, versáteis e precisas** para evitar más interpretações e reportagens erradas, indicando mais informações históricas (também chamadas de “background”) no caso de tópicos mais complexos.
4. **Responder e prestar esclarecimentos sobre informações incorretas divulgadas.** Se for identificado um erro significativo no conteúdo relacionado ao PRR, entrar em contato com para fornecer as informações corretas e solicitar que o erro seja corrigido.
5. Estar aberto e disponível e **não evitar perguntas dos meios de comunicação.** Não usar frases genéricas e sem sentido, reduzindo assim o risco de os meios de comunicação interpretarem mal a informação e transmitirem a mensagem errada ao público em geral.
6. **Responder prontamente às perguntas.** Muitas vezes, na agenda acelerada dos media, a informação será preparada independentemente de quando será recebida a resposta, pelo que é fundamental contactar a comunicação social o mais rapidamente possível, mesmo que não seja possível dar uma resposta mais extensa de imediato. Esclarecer a finalidade do pedido e os prazos pretendidos e, em seguida, informar os meios de comunicação social sobre as suas opções.
7. **Indicar tópicos de notícias ou conteúdo de entrevistas de forma proativa,** construindo assim uma conexão mais forte com os representantes dos canais de comunicação.
8. **Realizar conferências de imprensa** para informar os canais de comunicação sobre temas importantes. Eventos mediáticos são úteis para obter comentários exclusivos dos oradores e material audiovisual, desta forma é uma boa-prática convidar os meios de comunicação social para eventos que não sejam diretamente destinados apenas a este público (tais como apresentações ou reuniões importantes, lançamentos de projetos, etc.). O mesmo se adequa a eventos/sessões *online*.
9. **Monitorizar a atividade dos media.** Acompanhar como as notícias sobre o PRR e tópicos relacionados são abordadas de forma a avaliar a eficácia da cooperação mediática e mudar a abordagem de comunicação e reagir a notícias incorretas, se necessário.

## 4. Recursos Adicionais

<a href="#">Regulamento (UE) 2021/241 do Parlamento Europeu e do Conselho (12 de fevereiro de 2021) que cria o Mecanismo de Recuperação e Resiliência</a>
<a href="#">Acordo de Financiamento do Mecanismo de Recuperação e Resiliência: Artigo 10</a>
<a href="#">Acordo de empréstimo do MRR: Artigo 19</a>
<a href="#">Regras de comunicação e visibilidade (programas de financiamento europeus 2021-2027). Orientações para os Estados-Membros.</a>
<a href="#">Orientação Técnica nº5 regras de comunicação PRR</a>
<a href="#">Estratégia, normas e materiais de comunicação para o Plano de Recuperação e Resiliência em Portugal</a>
<a href="#">Orientações visuais para a utilização do emblema da UE em relação aos programas da UE 2021-2027</a>
<a href="#">Centro de download de recursos visuais da Comissão Europeia</a> (Logótipo da UE e declaração de financiamento)
<a href="#">Kit de apoio à visibilidade da UE, livro de marca 2021-2027 para autoridades de gestão e beneficiários de projetos.</a>
<a href="#">Orientações operacionais para beneficiários de financiamento da UE</a> «A UTILIZAÇÃO DO EMBLEMA DA UE NO CONTEXTO DOS PROGRAMAS DA UE 2021-2027».
Material informativo « <a href="#">10 formas de os beneficiários do financiamento da UE comunicarem e garantirem a visibilidade da UE</a> »

# Anexos

## 1. Anexo 1: Requisitos obrigatórios da UE e requisitos nacionais recomendados na comunicação do PRR

Documento	Requerimento	Responsável	Detalhe
<a href="#">Regulamento (UE) 2021/241 do Parlamento Europeu e do Conselho (12 de fevereiro de 2021) que cria o Mecanismo de Recuperação e Resiliência</a> <b>Artigo 34.º</b> (Informação, comunicação e publicidade)	<b>A Comissão pode desenvolver atividades de comunicação para assegurar a notoriedade do financiamento</b> da União no que respeita ao apoio financeiro previsto no plano de recuperação e resiliência pertinente, nomeadamente através de atividades de comunicação conjuntas com as autoridades nacionais em causa. A Comissão pode, se for caso disso, assegurar que o apoio ao abrigo do mecanismo seja comunicado e reconhecido através de uma declaração de financiamento.	CE EMRP MO	<b>Envolver a UE na comunicação</b> para garantir a visibilidade do apoio financeiro da União, nomeadamente através da implementação de medidas de comunicação conjuntas com as autoridades nacionais relevantes
	<b>Os destinatários do financiamento da União devem dar reconhecimento à origem do financiamento e assegurar a respetiva notoriedade</b> , incluindo, se for caso disso, mediante a aposição do emblema da União e de uma declaração de financiamento adequada com a formulação «financiado pela União Europeia – NextGenerationEU», em especial ao promoverem as ações ou os respetivos resultados, mediante a prestação de informação coerente, eficaz e proporcionada, dirigida a diversos públicos, incluindo meios de comunicação social e público em geral.	MO B BF	<b>Obrigação geral de reconhecer a origem do financiamento da UE</b> e garantir a sua visibilidade, acrescentando o logótipo da União e as declarações de financiamento relevantes com o texto "financiado pela União Europeia - NextGenerationEU"
	<b>A Comissão realiza ações de informação e comunicação sobre o mecanismo, sobre as ações levadas a cabo ao seu abrigo e sobre os resultados obtidos.</b> A Comissão deve, se for caso disso, informar os gabinetes de representação do Parlamento Europeu sobre as suas ações e associá-los a essa tarefa. Os recursos financeiros afetados ao mecanismo contribuem igualmente para a comunicação institucional das prioridades políticas da União, na medida em que estejam relacionadas com os objetivos referidos no artigo 4.º.	N/A	N/A, uma vez que apenas as obrigações da CE são mencionadas
<a href="#">Acordo de financiamento do MRR</a>	A fim de respeitar as suas obrigações ao abrigo do artigo 34.º, n.º 2, do Regulamento MRR, e, em especial, para garantir a prestação de informação coerente, eficaz e proporcionada dirigida a diversos		a) garantir a existência de uma estratégia para aumentar a sensibilização e garantir o reconhecimento da contribuição da ANM

<p><b>Artigo 10.º</b> (Publicação de informações, visibilidade do financiamento da União e direito de utilização) estabelece disposições específicas sobre comunicação relacionada com o MRR</p> <p><a href="#">Acordo de empréstimo do MRR</a></p> <p><b>Artigo 19.º</b> (Publicação de informação, visibilidade do financiamento da União e direito de utilização)</p>	<p>públicos, incluindo meios de comunicação social e público em geral, o Estado-Membro deve:</p> <p>a) <b>dispor de uma estratégia a nível do Estado-Membro</b> para sensibilizar para e assegurar o reconhecimento do contributo do MRR para a recuperação da Europa e, em especial, para a dupla transição ecológica e digital.</p> <p>b) se for caso disso, <b>apresentar de forma correta e bem visível, em todas as atividades de comunicação</b> a nível do projeto e do Estado-Membro, <b>o emblema da UE acompanhado de uma declaração de financiamento</b> adequada com a seguinte redação (traduzida para as línguas locais, quando aplicável): «Financiado pela União Europeia – NextGenerationEU».</p> <p>c) criar e manter um <i>site</i> único que forneça informações sobre o PRR e os projetos conexos, comunicando a hiperligação específica à Comissão.</p> <p>d) garantir que os destinatários finais de financiamento da União ao abrigo do MRR reconhecem a origem e garantem a visibilidade do financiamento da União.</p>	<p>EMRP</p> <p>EMRP MO B</p> <p>EMRP MO</p> <p>B BF</p>	<p>para a recuperação da Europa e, em particular, para a transição ecológica e digital simultânea</p> <p>b) obrigação geral de reconhecer a origem do financiamento da UE e garantir a sua visibilidade, acrescentando o logótipo da União e as declarações de financiamento relevantes com o texto "financiado pela União Europeia – NextGenerationEU</p> <p>c) criar e manter um site único que forneça informações sobre o PRR e projetos relacionados</p> <p>d) obrigação geral de reconhecer a origem do financiamento da UE e garantir a sua visibilidade, acrescentando o logótipo da União e as declarações de financiamento relevantes com o texto "financiado pela União Europeia - NextGenerationEU</p>
	<p><b>Quando apresentado em conjunto com outros logótipos, o emblema da União Europeia tem de ser exibido, no mínimo, de forma tão destacada e visível quanto os restantes logótipos.</b> O emblema deve permanecer distinto e separado, e não pode ser modificado com o aditamento de outros sinais visuais, marcas ou texto. Para além do emblema, não pode ser utilizada qualquer outra identidade visual ou logótipo para destacar o apoio da UE.</p>	<p>EMRP MO B BF</p>	<p>Colocar o Logótipo da UE de forma tão clara e legível como os outros logótipos</p>
	<p><b>O Estado-Membro deve utilizar informações factualmente exatas</b> ao executar atividades de comunicação ou divulgação relacionadas com o PRR, independentemente da forma dessas atividades e dos meios utilizados.</p>	<p>EMRP MO B BF</p>	<p>Utilizar informações factualmente precisas em qualquer atividade de comunicação ou divulgação relacionada à ANP, sob qualquer forma e por qualquer meio</p>
	<p>Se for caso disso, <b>o Estado-Membro deve incluir</b> a seguinte <b>declaração de exoneração de responsabilidade</b> (traduzida para as línguas locais, quando aplicável) «Financiado pela União Europeia – NextGenerationEU. No entanto, os pontos de vista e opiniões expressos são os do(s) autor(es) e não refletem necessariamente os da União Europeia ou da Comissão Europeia. Nem a União Europeia nem a Comissão Europeia podem ser consideradas responsáveis pelos mesmos.».</p>	<p>EMRP MO B BF</p>	<p>Quando aplicável, incluir a seguinte isenção de responsabilidade: "Financiado pela União Europeia - NextGenerationEU. No entanto, os pontos de vista e opiniões expressos são exclusivamente do(s) autor(es) e não refletem necessariamente os pontos de vista e opiniões da União</p>

			Europeia ou da Comissão Europeia. Nem a União Europeia nem a Comissão Europeia."
	O Estado-Membro concede à Comissão o direito de utilizar gratuitamente os materiais de comunicação relacionados com o PRR.	EMRP MO B BF	Conceder à Comissão o direito de utilização gratuita de materiais de comunicação relacionados com o PRR
Fundos da UE 2021-2027 e as Diretrizes de Comunicação do PRR	<p>Além dos requisitos da UE acima:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Em todos os documentos produzidos para comunicação interpares e nas reuniões com maior interesse público devem ser visíveis os Logótipos do <b>PRR nacional e a barra de financiamento</b> aplicável aos Fundos da Next Generation EU.</li> <li>2. Reconhecer o apoio recebido pelo PRR: <ul style="list-style-type: none"> <li>• os beneficiários diretos, intermediários e finais devem disponibilizar nos seus sítios web e nas redes sociais, sempre que existam, uma breve descrição da operação incluindo os seus objetivos e resultados, realçando sempre o respetivo apoio financeiro do PRR e da UE.</li> <li>• todos os documentos utilizados na comunicação com o público ou participantes em colóquios, workshops e outros eventos de divulgação pública, sejam sessões presenciais ou digitais, devem utilizar também num espaço visível a barra de financiamento respetiva. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Para as operações de importância estratégica cujo custo total seja superior a € 10 M, os beneficiários diretos e beneficiários finais devem organizar um evento ou uma atividade de comunicação com relevante impacto mediático, envolvendo em tempo útil a CE, a EMRP e outras entidades nacionais relevantes.</li> </ul> </li> <li>• os vídeos ou outro material audiovisual cofinanciados por fundos do PRR devem ter no final, antes da ficha técnica, a barra de cofinanciamento e esta deve aparecer separadamente da referência a quaisquer outros apoios ou Logótipos de outra natureza.</li> <li>• nos anúncios e programas de rádio é obrigatória a referência explícita ao financiamento do PRR e da UE. Nos casos de um</li> </ul> </li> </ol>	B	<p>1.Exibir ambos os Logótipos em todos os produtos impressos e digitais, <i>websites</i>, canais de media social e outros produtos de comunicação</p> <p>2.Reconhecer o apoio recebido pelo PRR:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No <i>website</i> oficial e nas redes sociais, destacando o apoio financeiro recebido da EU</li> <li>• Todos os documentos e materiais de comunicação do projeto incluem uma declaração sobre o apoio recebido da UE</li> <li>• Os implementadores dos projetos estrategicamente importantes devem desenvolver adicionalmente um plano de comunicação, organizar pelo menos um evento publicitário de grande escala e cooperar estreitamente com as instituições responsáveis pelo PRR e com a representação da CE em Portugal</li> <li>• Para projetos com um custo total superior a 0.5M EUR são instalados painéis sustentáveis ou painéis informativos claramente visíveis ao público</li> <li>• Para os demais projetos deverá ser afixado em local bem visível ao público pelo menos um póster com tamanho mínimo de A3 ou edital eletrónico</li> </ul>

	<p>pequeno anúncio pode ser usada a abreviatura PRR. Em programas a designação PRR deve ser feita por extenso.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• nos anúncios para a Imprensa é obrigatória a utilização da barra de logos, bem como a identificação do <i>website</i> da Recuperar Portugal.</li><li>• os beneficiários devem colocar em local público visível pelo menos um cartaz promocional alusivo ao apoio da UE, com uma dimensão mínima A3 no caso de projetos com apoio público inferior a € 0,5 M.</li><li>• nas operações de financiamento e construção de infraestruturas que atingirem um valor de apoio público superior a € 0,5 M os beneficiários devem colocar um painel de grandes dimensões - 100cm (L) x 150cm (A), ou superior – com a respetiva barra de cofinanciamento, em local público próximo das empreitadas ou local das intervenções.</li></ul>		<p>equivalente, descrevendo as informações sobre o projeto e destacando o apoio recebido</p>
--	--	--	--





























## 2. Anexo 2: Modelos para materiais de comunicação

As diretrizes juntamente com todos os modelos serão colocadas na página <https://recuperarportugal.gov.pt/> na seção **Comunicação** sob “Logótipos e Materiais Editáveis”.

- Como usar modelos editáveis nos programas Microsoft?
  - Escolha a pasta de materiais necessária onde encontrará os arquivos de origem.
  - Abra o arquivo necessário usando o programa adequado ou edite o formato necessário, se permitido pela edição automática (por exemplo, documentos do PowerPoint, Word).
  - Certifique-se de que seguiu todas as regras de criação de material visual, comparando com a seção de diretrizes correspondente.



# Modelo 1 - Apresentação

 <p>1</p>	 <p>2</p>	 <p>3</p>	 <p>4</p>	 <p>5</p>	 <p>6</p>	 <p>7</p>
 <p>8</p>	 <p>9</p>	 <p>10</p>	 <p>11</p>	 <p>12</p>	 <p>13</p>	 <p>14</p>
 <p>15</p>	 <p>16</p>	 <p>17</p>	 <p>18</p>	 <p>19</p>	 <p>20</p>	 <p>21</p>
 <p>22</p>	 <p>23</p>	 <p>24</p>	 <p>25</p>	 <p>26</p>	 <p>27</p>	 <p>28</p>

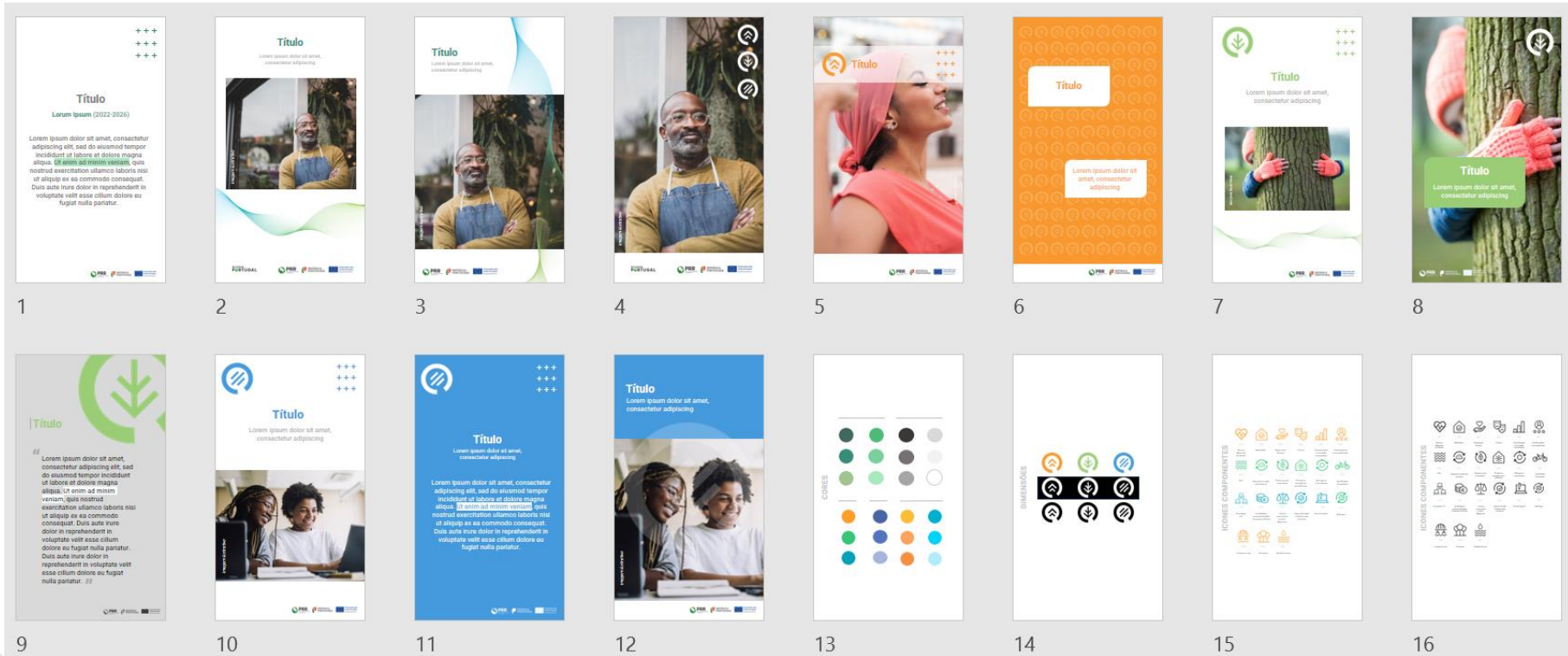
# Modelo 2 – Documento Word

1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24

## Modelo 3 – Post Redes Sociais (1080x1080)



# Modelo 4 – Post Redes Sociais (1080x1920)



# Modelo 5 – Poster

The image displays 16 poster design templates arranged in two rows of eight. Each template is numbered and includes a title, placeholder text, and various visual elements:

- 1:** White background with a title, placeholder text, and logos at the bottom.
- 2:** Green and white background with a photo of a man in a blue apron, a title, and logos.
- 3:** White background with a photo of a man in a blue apron, a title, and logos.
- 4:** White background with a photo of a man in a blue apron, a title, and logos.
- 5:** White background with a photo of a woman in a red top, a title, and logos.
- 6:** Orange background with a repeating pattern of a leaf icon, a title, and logos.
- 7:** White background with a photo of hands holding a tree trunk, a title, and logos.
- 8:** Green background with a photo of hands holding a tree trunk, a title, and logos.
- 9:** White background with a green leaf icon, a title, and placeholder text.
- 10:** White background with a blue icon, a title, and a photo of two people working at a computer.
- 11:** Blue background with a white icon, a title, and placeholder text.
- 12:** Blue background with a white icon, a title, and a photo of two people working at a computer.
- 13:** White background with a grid of colored circles and the word 'CORES'.
- 14:** White background with a grid of icons and the word 'DIRECÇÕES'.
- 15:** White background with a grid of icons and the word 'ÍCONES COMPONENTES'.
- 16:** White background with a grid of icons and the word 'ÍCONES COMPONENTES'.

## Modelo 6 – Ficha de Comunicação para os Beneficiários Diretos e Finais

+++  
+++  
+++

**Ficha de Comunicação e Publicidade**

<b>INVESTIMENTO / SUBINVESTIMENTO</b>	<b>AAC</b>
<b>DESIGNAÇÃO DO BENEFICIÁRIO</b>	<b>NIPC</b>
	<b>N.º CANDIDATURA</b>

<b>Página Web</b>	
-------------------	--




  

<b>Redes Sociais</b>	<b>Facebook</b> <b>Instagram</b> <b>LinkedIn</b> <b>Tik Tok</b> <b>Outra</b>
----------------------	--

<b>Componente</b>	
<b>Investimento</b>	
<b>Aviso / OT</b>	
<b>Nome Beneficiário</b>	
<b>Tipo de publicidade</b>	
<b>Data de publicação</b>	
<b>Hiperligação ou nome do ficheiro de evidência</b>	
<b>Observações</b>	

Este documento foi produzido com o apoio financeiro da União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade dos autores. As opiniões expressas neste documento não refletem de forma alguma a opinião oficial da União Europeia.

O projeto é financiado pela União Europeia através do Instrumento de Apoio Técnico, gerido pela Direção-Geral da Comissão Europeia para o Apoio à Reforma Estrutural.

© União Europeia, 2024



A política de reutilização de documentos da Comissão Europeia é regida pela Decisão 2011/833/UE da Comissão, de 12 de dezembro de 2011, relativa à reutilização de documentos da Comissão (JO L 330 de 14.12.2011, p. 39). Salvo indicação em contrário, a reutilização do presente documento é autorizada ao abrigo da licença «Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0)» da Creative Commons (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Tal significa que a reutilização é autorizada desde que seja feita uma menção adequada da origem do documento e que sejam indicadas eventuais alterações.

Para qualquer utilização ou reprodução de elementos que não sejam propriedade da União Europeia, pode ser necessário obter autorização diretamente junto dos respetivos titulares dos dir

**Desenvolvido no âmbito do projeto financiado pela Comissão Europeia  
“Desenvolver Capacidades para uma Comunicação Eficaz dos Benefícios do  
Plano de Recuperação e Resiliência”**



**PRR**  
Plano de Recuperação  
e Resiliência



**REPÚBLICA  
PORTUGUESA**



**Financiado pela  
União Europeia**  
NextGenerationEU