

Programa do Fundo para o Asilo,
a Migração e a Integração 2030

Estratégia e Plano de Comunicação



Cofinanciado pela
União Europeia

Os Fundos Europeus mais próximos de si.



Fundo Asilo, Migração e Integração 2030

Autoridade de Gestão Programa do Fundo para o Asilo, a Migração e a Integração (FAMI 2030)

Campus APP, Avenida João XXI, n.º 63, 1000-300 Lisboa
fami.geral@fami2030.gov.pt | WWW.FAMI2030.GOV.PT

Versão	Data de reporte	Data de aprovação	Descrição
01	27/11/2023	07/12/2023	Versão inicial Deliberação n.º 8/CAFAMI2030/2023



Cofinanciado pela
União Europeia

Os Fundos Europeus mais próximos de si.

Índice

1. Enquadramento Geral	5
2. Diagnóstico	13
3. Sinergias entre a Estratégia de Comunicação do Programa FAMI 2030 e do Portugal 2030	15
4. Públicos-alvo	17
5. A Identidade FAMI 2030	19
6. Estratégia de Comunicação do Programa FAMI 2030	20
6.1. Eixos	20
6.2. Objetivos	21
6.3. Linhas estratégicas de intervenção	21
7. Plano de Comunicação	23
7.1. Fases e Ações	23
7.2. Outras ações complementares ao plano	50
8. Monitorização e Avaliação	51
9. Orçamento	54

Anexos

Anexo I – Principais marcos temporais do Programa FAMI 2030

Anexo II – Cronograma do Plano de Comunicação Programa FAMI 2030

Índice de Quadros

1. Sistematização de partilha de responsabilidades
2. Sistematização dos requisitos legislativos e regulamentares específicos de comunicação e notoriedade para a Autoridade de Gestão
3. Plano de Comunicação – Cronograma da Fase de Lançamento
4. Plano de Comunicação – Cronograma da Fase de Construção da notoriedade
5. Plano de Comunicação – Cronograma da Fase de Consolidação da Notoriedade Mediática e Institucional
6. Plano de Comunicação – Cronograma da Fase de Avaliação
7. Indicadores de avaliação do Plano de Comunicação

1. Enquadramento Geral

Os fundos europeus para o período de programação 2021-2027 para a área dos assuntos internos visam contribuir para apoiar os Estados-Membros (EM) na prossecução de uma política europeia que privilegia a imigração legal, a integração dos nacionais de países terceiros (NPT) e o acolhimento de requerentes e beneficiários de proteção internacional.

No atual período de programação, o foco reside também na reestruturação e simplificação significativa dos fundos da União Europeia (UE), nomeadamente do Fundo para o Asilo, a Migração e a Integração (FAMI), permitindo assim:

- › Maior disponibilidade para suporte à integração;
- › Nova geração de políticas que necessita de agências públicas à escala nacional que acentuem a dimensão de coordenação e integração dos instrumentos de âmbito nacional em relação à focalização na gestão dos fundos europeus;
- › Reforço do princípio da parceria, enquanto esforço para envolver as autoridades regionais e locais, bem como a sociedade civil no planeamento e implementação de programas.

Com o objetivo de reforçar ainda mais a execução coordenada e harmonizada dos fundos da UE executados em regime de gestão partilhada — a saber, o Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), o Fundo Social Europeu Mais (FSE+), o Fundo de Coesão, o Fundo para uma Transição Justa (FTJ), o Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos, das Pescas e da Aquicultura (FEAMPA), o Fundo para o Asilo, a Migração e Integração (FAMI), o Fundo para a Segurança Interna (FSI) e o Instrumento de Apoio Financeiro à Gestão das Fronteiras e à Política de Vistos (IGFV) —, foram estabelecidas regras financeiras e disposições comuns para todos estes fundos, especificando claramente o âmbito de aplicação das disposições pertinentes e específicas de cada um¹.

É também neste contexto que o próprio Plano de Ação Europeu sobre a Integração e Inclusão para 2021-2027, tem em conta a necessidade de investimentos ao longo de toda a via de integração e de apoio financeiro nos domínios do emprego, da educação, dos cuidados sociais e de saúde e da habitação, através de maior sinergia e complementaridade do FAMI, do FSE+, do FEDER e de outros fundos como o FEADER e o Erasmus+.

Sendo que o FAMI² tem como objetivo geral contribuir para a gestão eficaz dos fluxos migratórios e para a aplicação, o reforço e o desenvolvimento da política comum em matéria de asilo e da política comum em matéria de imigração, em consonância com o acervo da União aplicável e no pleno respeito das obrigações internacionais da União e dos Estados-Membros decorrentes dos instrumentos internacionais de que são parte.

1 Retificação do Regulamento (UE) 2021/1060; Regulamento (UE) 2021/1060

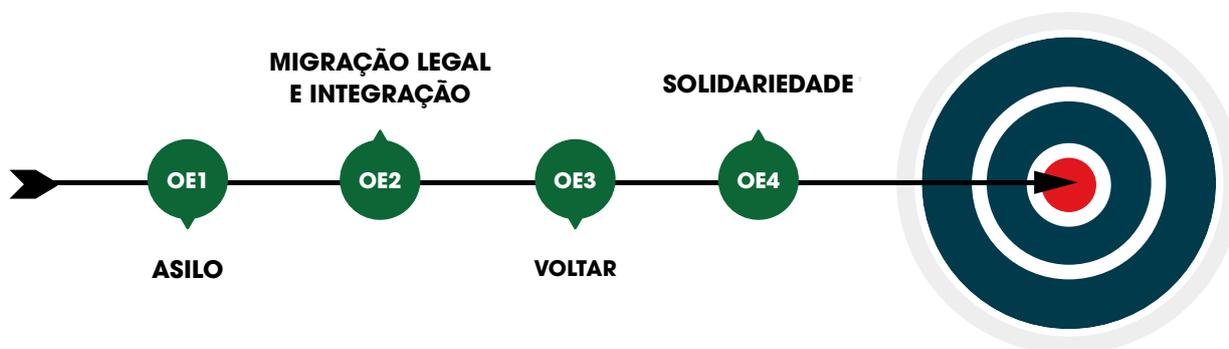
2 Regulamento (UE) 2021/1147

O Programa do Fundo para o Asilo, a Migração e a Integração, doravante Programa FAMI 2030, para Portugal foi aprovado pela Comissão Europeia através de Decisão C(2022)9332, de 8 de dezembro, tendo uma alocação inicial de 70.2 milhões de euros.

Em outubro de 2023, através da Decisão C(2023) 7348, a Comissão Europeia aprovou a 1.ª proposta de alteração ao Programa do FAMI 2030, que permitiu, para além de alguns ajustamentos de medidas à luz do diagnóstico atual e de natureza redatorial:

- › Alinhamento com as disposições do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro e da Resolução do Conselho de Ministros n.º 14/2023, de 10 de fevereiro, que introduziram uma alteração substantiva no modelo de governação do Programa FAMI 2030, com a modificação da sua Autoridade de Gestão, bem como da coordenação política e técnica do Fundo.
- › Acomodação da aprovação, por parte da Comissão Europeia, do segundo exercício de *pledging* para a reinstalação e admissão por motivos humanitários 2023, no Objetivo Específico 4 – Solidariedade, reforçando o montante do apoio da Comissão Europeia para o programa que é, agora, fixado em 72.2 milhões de euros
- › Adequação à mudança de paradigma na forma como a Administração Pública se relaciona com os cidadãos estrangeiros, com a criação da Agência para a Integração, Migrações e Asilo, I. P. (AIMA, I. P.), conforme disposto no Decreto-Lei n.º 41/2023, de 2 de junho.
- › Reforço da coordenação, complementaridade e coerência entre os fundos europeus.

O FAMI 2030 é, assim, gerido em regime de gestão partilhada com a Comissão Europeia e está alocado a quatro Objetivos Específicos (OE) do Programa, mais a assistência técnica:



ASILO (OE1)

Reforçar e desenvolver Sistema Comum Europeu de Asilo, com o aumento da capacidade e da qualidade no tratamento dos pedidos de proteção internacional, bem como da resposta de acolhimento.

MIGRAÇÃO LEGAL E INTEGRAÇÃO (OE2)

Reforçar e favorecer a migração legal com medidas de captação de Nacionais de Países Terceiros, e de promoção da integração e inclusão social efetivas.

VOLTAR (OE3)

Contribuir para lutar contra a migração irregular, com melhoria da eficácia, da segurança e da dignidade do regresso e da readmissão, e promovendo uma reintegração inicial efetiva em países terceiros.

SOLIDARIEDADE (OE4)

Aumentar a solidariedade e a partilha equitativa da responsabilidade dos Estados-Membros, a proteção dos direitos daqueles que procuram proteção internacional.

ASSISTÊNCIA TÉCNICA

Permitir o cumprimento da obrigatoriedade de o Estado Português garantir a existência de um modelo de governação e um sistema de gestão e controlo do Programa robustos e rigorosos, e que engloba 6 medidas prioritárias, nomeadamente:

- › Gestão e acompanhamento - reporta-se à gestão regular do Fundo;
- › Governança e representação - refere-se ao modelo de governação do Fundo e à participação da Autoridade de Gestão do Programa FAMI 2030 em várias plataformas institucionais a nível nacional e europeu;
- › Informação, notoriedade e comunicação - refere-se ao desenho e implementação da estratégia de comunicação;
- › Monitorização e avaliação de resultados - refere-se ao sistema de monitorização e avaliação do Programa FAMI 2030;
- › Preparação do pós-2027 - refere-se ao desenvolvimento de estudos prospetivos e à participação em ações de preparação do próximo período de programação;
- › Capacitação - visa promover a capacitação do ecossistema do FAMI 2030, ou seja, a Autoridade de Gestão, os membros do Comité de Acompanhamento e, principalmente, os beneficiários.

Na mesma linha do supra contextualizado, o Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, estabelece o modelo de governação dos fundos europeus bem como dos respetivos programas, para o período de programação 2021-2027, nos termos do Regulamento (UE) 2021/1060, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de junho de 2021, abrangendo, nomeadamente os fundos europeus do Portugal 2030 e o FAMI, definindo as competências da Autoridade de Gestão do Programa do FAMI 2030 para o mesmo período de programação.

O cumprimento das obrigatoriedades regulamentares e legais, em que se destaca o disposto no Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho, bem como no Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, e no De-

creto-Lei n.º 20-A/2023, de 22 de março, implica que sejam criadas as condições para o exercício eficaz e eficiente das competências e atribuições da Autoridade de Gestão, nomeadamente as relativas às atividades de conceção, preparação, gestão, controlo, acompanhamento, monitorização e avaliação, informação, publicidade e divulgação do Programa FAMI 2030, e também a capacitação dos agentes relevantes, garantindo um apoio adequado aos beneficiários e uma ampla divulgação aos cidadãos e aos diferentes agentes.

Por outro lado, também a Estratégia Nacional Antifraude no âmbito da Prevenção e Combate à Fraude na aplicação dos Fundos do Orçamento da União Europeia para o período de 2023-2027, aprovada pelo Despacho n.º 7833/2023, de 31 de julho, reforça a importância de se assegurar uma adequada comunicação, transparência e integridade na gestão e controlo dos fundos europeus.

É neste enquadramento que são agregadas as regras gerais relativas à estratégia de comunicação e publicidade a adotar, nomeadamente ao nível da Estratégia Global de Comunicação do Portugal 2030 e do Plano Global de Comunicação do Portugal 2030 e do FAMI 2030, que incorpora algumas das principais componentes do Plano de Comunicação do FAMI 2030, estando expresso o princípio de maximização de sinergias entre programas nesta matéria.

Refere-se, igualmente, que nos termos do Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho, é competência do Comité de Acompanhamento do Programa FAMI 2030³ examinar as ações de comunicação e de promoção da notoriedade do Programa. Ainda nesta vertente, e nos termos do Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro, cabe ao Comité de Acompanhamento aprovar, sob proposta da Autoridade de Gestão, o Plano de Comunicação do Programa e eventuais alterações ao mesmo.

Em suma, e em linha com as novas disposições para o período de programação 2021-2027 que defendem uma abordagem que procure alcançar um equilíbrio entre o reforço das responsabilidades dos Estados-Membros/das autoridades de gestão e dos beneficiários, a comunicação sobre os fundos europeus deve ser uma responsabilidade conjunta, partilhada entre as instituições europeias, nacionais e locais, nomeadamente:

Quadro 1 | Sistematização de partilha de responsabilidades

Responsabilidade	Práticas
Estratégia de comunicação	As autoridades de gestão devem especificar a abordagem planeada para a comunicação numa secção específica do programa
Emblema da UE	Emblema da União Europeia deve ocupar um lugar de destaque em todos os materiais de comunicação, juntamente com a declaração «(Co)financiados pela União Europeia» mencionada por extenso

3 Instituído pelo Despacho n.º 3469/2023, de 17 de março.

Responsabilidade	Requisito
Redes e responsáveis de comunicação	Os Estados-Membros/autoridades de gestão devem nomear um coordenador/responsável de comunicação
Responsabilidades das autoridades de gestão	As autoridades de gestão devem criar um sítio de internet com informações sobre o programa
Responsabilidades dos beneficiários	Aos beneficiários que não cumpram as obrigações de notoriedade serão aplicadas correções financeiras até 3 % do valor do apoio recebido.
Obrigações em matéria de relatórios	Os Estados-Membros devem fornecer informações à Comissão relativas à execução de ações de comunicação e notoriedade de programas para a preparação da reunião de avaliação anual.
Comités de Acompanhamento	Os Comités devem examinar a execução de ações de comunicação e notoriedade.

Neste sentido, a Estratégia de Comunicação do Programa do FAMI 2030 constitui-se como um instrumento central, mobilizador e agregador de todos os parceiros e potenciais beneficiários e beneficiários, bem como de toda a sociedade civil e população.

A presente Estratégia de Comunicação materializa-se num plano de comunicação que apresenta os objetivos a atingir com as medidas de informação e publicidade e o planeamento plurianual das ações a desenvolver, bem como as formas de atuação para assegurar a monitorização e avaliação das ações realizadas durante o período de programação do FAMI 2030.

A Estratégia e o Plano de Comunicação do Programa FAMI 2030 pretendem assim assegurar o pleno cumprimento do normativo da União Europeia em vigor, com forte incidência na transparência, publicação e informação sobre o Programa, garantindo sempre que a informação seja pública, acessível, exata, clara e atualizada.

Face ao exposto, importa que a Estratégia e o Plano de Comunicação do FAMI 2030 assegurem um conjunto de requisitos legislativos e regulamentares específicos em matéria de comunicação que devem nortear a intervenção da Autoridade de Gestão, e que se sistematizam e resumizam no quadro seguinte⁴.

4 Para informação mais detalhada, bem como outras referências, deve ser consultada a legislação e regulamentação em vigor, nomeadamente: Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho; Regulamento (UE) 2021/1147, de 7 de julho; Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro; Resolução do Conselho de Ministros n.º 14/2023, de 10 de fevereiro; Decreto-Lei n.º 20-A/2023, de 22 de março; Despacho n.º 3469/2023, de 17 de março, e Despacho n.º 7833/2023, de 31 de julho.

Quadro 2 | Sistematização dos requisitos legislativos e regulamentares específicos de comunicação e notoriedade para a Autoridade de Gestão

Responsabilidade	Requisito	Periodicidade / Prazo
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho	Promover a sensibilização para as realizações do financiamento da União e informar das mesmas o público em geral. As atividades de transparência, comunicação e promoção da notoriedade são essenciais para a notoriedade da ação da União no terreno e deverão basear-se numa informação verdadeira, exata e atualizada.	Todo o período de programação
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho	Utilizar o emblema da União nos termos do anexo IX sempre que, os Estados-Membros, as autoridades de gestão e os beneficiários realizem atividades de promoção da notoriedade, de transparência e de comunicação.	Todo o período de programação
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho	Designar um responsável de comunicação.	Todo o período de programação
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho e Regulamento (UE) 2021/1147, de 7 de julho	Assegurar a existência de um sítio da internet em que estejam disponíveis informações sobre o programa sob as quais devem incidir nos objetivos, atividades, possibilidades de financiamento disponíveis e realização do programa.	6 meses a contar da data de aprovação do programa
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho	Garantir que os materiais de comunicação e de promoção da notoriedade, incluindo ao nível dos beneficiários, sejam disponibilizados, mediante pedido, às instituições, órgãos ou organismos da União.	Todo o período de programação

Responsabilidade	Requisito	Periodicidade / Prazo
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho	Destacar o emblema em todos os suportes de comunicação, tais como produtos impressos ou digitais, sítios da internet e suas versões móveis, relacionados com a execução de uma operação e destinados ao público ou aos participantes.	Todo o período de programação
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho	Seguir as normas gráficas regulamentares em vigor.	Todo o período de programação
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho	Integrar requisitos em matéria de notoriedade, transparência e comunicação no relatório de auditoria.	Todo o período de programação
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho	Abranger critérios relevantes como a notoriedade nas avaliações do programa.	Todo o período de programação
Regulamento (UE) 2021/1060, de 24 de junho e Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro	Publicitar no sítio da internet do programa os documentos e informações relevantes, nomeadamente relatórios, regulamentos, avisos, operações aprovadas, deliberações, entre outros	Todo o período de programação Plano Anual de Avisos atualizado trimestralmente Lista de Operações Aprovadas atualizada pelo menos, trimestralmente.
Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro	Colaborar na elaboração e implementação do plano global de comunicação do Portugal 2030, no âmbito da rede de comunicação	N/A
Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro	Elaborar e submeter para aprovação pelo respetivo comité de acompanhamento, e tendo em conta o plano global de comunicação, o plano de comunicação do programa e assegurar a respetiva execução, garantindo o cumprimento dos requisitos em matéria de informação e publicidade estabelecidos nos normativos europeus e nacionais aplicáveis	N/A

Responsabilidade	Requisito	Periodicidade / Prazo
Decreto-Lei n.º 5/2023, de 25 de janeiro	Conceber e desenvolver o sítio na internet em estrito respeito pela legislação nacional e da União Europeia em matéria de acessibilidade aos sítios da internet e aplicações móveis e de acordo com as estratégias nacionais adotadas para a inclusão de pessoas com deficiência	N/A
Regulamento (UE) 2021/1147, de 7 de julho	Incluir no relatório anual de desempenho informações sobre a execução de ações de comunicação e de promoção da notoriedade	Anual
Lei n.º 93/2021, de 20 de dezembro	Publicar no respetivo sítio na Internet, em secção separada, facilmente identificável e acessível, informações sobre o respetivo canal de denúncias.	Todo o período de programação
Despacho n.º 7833/2023, de 31 de julho	Assegurar uma adequada comunicação, transparência e integridade na gestão e controlo dos fundos europeus, no âmbito do combate aos riscos associados à fraude	Todo o período de programação
Despacho n.º 7833/2023, de 31 de julho	Divulgar e realizar ações sobre mitigação do risco de fraude	

2. Diagnóstico

Atento o Eurobarómetro sobre “Conhecimento e perceções dos cidadãos sobre a política regional da UE”⁵, a “Sondagem Uso dos Fundos Europeus - Os fundos europeus e as políticas públicas em Portugal”⁶, e até o mais recente “Barómetro de Perceção Pública sobre FEEI, Portugal 2020 e Portugal 2030”, e embora os mesmos não abranjam diretamente o FAMI, denota-se transversalmente algum desconhecimento e distanciamento sobre o modo como os fundos são aplicados e controlados.

Por outro lado, no concernente, ao fenómeno das migrações, e segundo o Eurobarómetro Especial n.º 469⁷, Portugal era o segundo país da União Europeia onde a perceção sobre a integração de migrantes era mais positiva. Num estudo baseado em mais de 28.000 entrevistas, sendo mais de 1.000 em Portugal, 77% dos portugueses consideram que a integração de imigrantes é bem-sucedida, um número muito superior à média da União Europeia, que se fixava nos 54%. Os dados deste Eurobarómetro revelaram também que os portugueses acreditam que a inclusão bem-sucedida é uma responsabilidade partilhada entre sociedade e imigrantes (83%), que fomentar a integração de imigrantes é um investimento necessário a longo prazo para o país (85%), e que a imigração é mais uma oportunidade (32%) do que um problema (26%).

Contudo, o mesmo estudo mostrava que apenas 1% dos portugueses se considerava “muito bem informado” e 22% “razoavelmente bem informado” sobre questões relacionadas com a imigração e a integração. Estes números são mais baixos do que a média da União Europeia, onde os valores são de 4% e 33%, respetivamente.

Para os inquiridos em Portugal, os fatores de maior importância para uma integração bem-sucedida eram: “Ser capaz de falar a língua do país” (98%), “Contribuir para o sistema de previdência social” (98%) e “Estar comprometido com a forma de viver do país, aceitando os valores e as normas da sociedade” (97%).

No que concerne às medidas de apoio à integração, mais de 90% dos inquiridos no nosso país “concordava” com a necessidade de “Oferecer ou melhorar os cursos de línguas”, “Introduzir ou melhorar os programas de integração” e “Apoiar a inscrição dos filhos dos imigrantes na pré-escola”.

Já no Eurobarómetro Especial n.º 519⁸, publicado em junho de 2022, que deu continuidade ao estudo mencionado acima, sobre a integração de migrantes na União Europeia, 4 em cada 10 inquiridos (38%) disseram estar bem informados sobre a imigração e a integração. Em Portugal, 73% dos inquiridos considera que a integração da maioria dos imigrantes é bem-sucedida, sendo que a média da União Europeia é de 42%.

5 Eurobarómetro sobre “Conhecimento e perceções dos cidadãos sobre a política regional da UE”

6 Sondagem Uso dos Fundos Europeus - Os fundos europeus e as políticas públicas em Portugal

7 <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2169>

8 Eurobarómetro Especial n.º 519

Os dados sobre o nível de informação deste fenómeno em Portugal mantiveram-se inalterados face ao estudo de 2018, sendo que apenas 1% dos portugueses se considerava “muito bem informado” e 22% “razoavelmente bem informado”. Também a média na União Europeia manteve a tendência invariável, com 4% e 34%, respetivamente.

Estes dados demonstram que a presente Estratégia de Comunicação deve ter um alcance alargado, assumindo como principais públicos-alvo:



Neste sentido, e com o intuito de aumentar os níveis de literacia, conhecimento, informação e notoriedade destes temas, bem como, e especialmente, dos apoios dos fundos europeus para a obtenção de um melhor sistema de asilo e acolhimento, a presente Estratégia está em consonância com os objetivos definidos no Programa FAMI 2030, nomeadamente:

- › criar um ambiente informativo estimulante à utilização do apoio colocado à disposição das entidades beneficiárias, facilitando assim o acesso aos fundos europeus, em particular ao Programa FAMI 2030;
- › realçar os resultados e o valor acrescentado dos fundos europeus, em particular do Programa FAMI 2030;
- › desenvolver e sustentar uma identidade afirmativa e uma notoriedade pública diferenciadora e adequada ao conhecimento e ao sucesso do Programa FAMI 2030.

3. Sinergias entre a Estratégia de Comunicação do Programa FAMI 2030 e do Portugal 2030

A Estratégia de Comunicação do FAMI 2030 é influenciada pelos princípios gerais do Portugal 2030. É fundamental aproveitar todas as sinergias como um fator positivo e potenciador das complementaridades estabelecidas quer na Rede de Comunicação do Portugal 2030, rede esta que tem por objeto contribuir para o desenvolvimento de atividades de promoção da notoriedade, de transparência e de comunicação relacionadas com o apoio dos fundos europeus do Portugal 2030 e do FAMI 2030, bem como, na rede INFORM EU, que é uma rede à escala da UE de coordenadores de comunicação, de responsáveis de comunicação e representantes da Comissão, com vista ao intercâmbio de informações sobre as atividades de promoção da notoriedade, de transparência e de comunicação.

Apesar de todos os programas temáticos e regionais, bem como o Programa FAMI 2030, possuírem missões e objetivos próprios, todos estão ligados aos mesmos vetores, e responsabilidades regulamentares, essencialmente na área da comunicação, definindo-se assim quatro objetivos de comunicação comuns:



Objetivo 1:

Aumentar a notoriedade dos fundos europeus em Portugal, em particular do Portugal 2030, dos seus Programas e do Programa FAMI 2030



Objetivo 2:

Reforçar a perceção pública positiva sobre a aplicação dos fundos europeus em Portugal, em particular do Portugal 2030, dos seus Programas e do Programa FAMI 2030



Objetivo 3:

Aumentar a perceção de simplificação no acesso aos fundos europeus em Portugal



Objetivo 4:

Melhorar a perceção pública sobre a gestão dos fundos europeus em Portugal

Existem ainda sinergias claras, ao nível de iniciativas de comunicação comuns, potenciando redes de divulgação, de informação e de esclarecimento junto dos públicos-alvo, beneficiários e destinatários dos apoios, nomeadamente:

- › **Balcão dos Fundos**, que centraliza os dados relevantes de e para promotores e beneficiários, contribuindo definitivamente para a aplicação do princípio do *only once*;
- › **Linha dos Fundos**, enquanto serviço de contacto e apoio de proximidade dirigido a beneficiários e potenciais beneficiários consubstancia-se num ponto de acesso único de articulação do ecossistema dos fundos europeus em Portugal;

- › **Multisite Portugal 2030**, enquanto ponto central de toda a comunicação do Portugal 2030, onde são permanentemente atualizadas todas as informações, entre notícias, eventos, lista de operações aprovadas, dados de monitorização e avaliação, divulgação de projetos apoiados, funcionando também como portal, ao fazer a ligação a todos os programas incluindo o FAMI 2030, e sendo a porta de entrada privilegiada para o Balcão dos Fundos, onde são submetidas as candidaturas.

4. Públicos-Alvo

Uma componente decisiva da Estratégia de Comunicação do FAMI 2030 centra-se no relacionamento com os seus públicos-alvo, não só com os potenciais beneficiários e beneficiários, mas com aqueles que têm influência direta ou indireta na reputação do Programa, nomeadamente junto dos media e de outros atores de relevo.

Ao longo do tempo, irão sendo construídos relacionamentos efetivos, eficazes e duradouros com os públicos-alvo, através de uma política de informação ágil e transparente. Uma política de informação clara, atualizada e verdadeira. Uma política de comunicação simples, próxima e transparente.

Pretende-se chegar em tempo e de forma regular, a audiências cada vez mais vastas, com informação que represente valor para as pessoas e que contribua, sempre que possível, para um aprofundamento do conhecimento e literacia sobre as matérias no âmbito do FAMI 2030, informando os diversos públicos de forma clara e objetiva, mas também com uma linguagem mais simples e de perceção rápida.

Os públicos-alvo do FAMI 2030 podem ser identificados nos seguintes grupos:

POTENCIAIS BENEFICIÁRIOS E BENEFICIÁRIOS

- › Entidades públicas da administração central, regional e local;
- › Entidades privadas com ou sem fins lucrativos ou equiparadas;
- › Organizações internacionais;
- › Associações de refugiados ou de migrantes;
- › Associações empresariais;
- › Sindicatos e organizações representativas dos trabalhadores;
- › Entidades do ensino superior e centros de investigação.

DESTINATÁRIOS FINAIS

- › Nacionais de países terceiros.

STAKEHOLDERS DE RELEVO E DO ECOSSISTEMA DOS FUNDOS

- › Decisores políticos e órgãos de soberania;

- › Instâncias europeias e seus representantes;
- › Entidades do modelo de governação;
- › Equipas do FAMI 2030;
- › Outras entidades de gestão de fundos.

COMUNICAÇÃO SOCIAL

- › Comunicação Social de âmbito nacional, generalista e especializada;
- › Comunicação Social de âmbito regional e local.

OPINION MAKERS

- › Analistas e comentadores;
- › Especialistas e académicos;
- › Personalidades de reconhecido mérito, europeu, nacional, regional ou local;
- › Influenciadores.

POPULAÇÃO PORTUGUESA

- › Cidadãos com ou sem relação com o âmbito de atuação do FAMI 2030;
- › Grande público;
- › Comunidades regionais e locais.

5. A Identidade FAMI 2030

A marca e identidade gráfica desenhada para o Programa FAMI 2030 teve por base os seguintes conceitos:

- › **refugiados/migração**, definindo um caminho, uma rota e uma simbiose entre culturas;
- › **Portugal**, utilizando as suas cores e fazendo a ligação ao logo do Portugal 2030;
- › **acolhimento**, apresentando formas unidas, formando um logo coeso;
- › **segurança**, transmitida pela cor azul-escuro;
- › **parcerias/rede**, demonstrada através de uma linha de forma contínua e sem quebra;
- › por último, e não menos importante, a **diversidade**, demonstrada por formas geométricas irregulares.

Identidade da marca com a assinatura

Versão horizontal



Versão vertical



Identidade da marca sem a assinatura

Versão horizontal



Versão vertical



6. Estratégia de Comunicação do Programa FAMI 2030

6.1. Eixos

A implementação do Programa FAMI 2030, nas suas diferentes fases de ciclo de vida (planeamento, execução, monitorização e avaliação), privilegia o reforço das atividades de notoriedade, transparência e comunicação.

Ao longo de todo o ciclo de vida do Programa, a Autoridade de Gestão apostará na capacitação e reforço da ligação com os diferentes públicos-alvo, bem como na literacia mediática sobre estas matérias. Será fundamental disseminar um ambiente informativo, estimulante, aberto e positivo, respeitando sempre as regras de notoriedade da UE e dos Estados-Membros, garantindo que a informação seja pública, exata, verdadeira e atualizada.

A Estratégia de Comunicação do FAMI 2030 assentará nos seguintes eixos estratégicos de comunicação:



Estes eixos definem-se assim:

- › **simplificação:** dos processos de acesso aos fundos europeus; da linguagem, descodificando a terminologia dos fundos, com uma linguagem simples, clara e acessível, facilitando a compreensão das mensagens e dos procedimentos;
- › **proximidade:** através da criação de canais e mecanismos de apoio ao potencial beneficiário e beneficiário, ao longo de todo o processo de acesso aos fundos europeus; e da criação de um repositório de conhecimento dos conceitos, processos e funcionamento dos fundos europeus, que facilite a sua compreensão;
- › **transparência:** através da intensificação da divulgação da aplicação dos fundos europeus e dos seus resultados e de uma política de dados abertos assegurar que todos conhecem como são aplicados e geridos os fundos europeus, através de ações de divulgação do funcionamento do sistema dos fundos, bem como da sua aplicação e dos seus resultados.

6.2. Objetivos

Consciente e comprometida com essa responsabilidade, a Autoridade de Gestão do Programa FAMI 2030 pretende desenhar uma estratégia de comunicação com o intuito de privilegiar uma lógica abrangente, mas incisiva, capaz de permitir uma difusão tão alargada quanto possível dos seus mecanismos de informação e divulgação, através de um conjunto diversificado de ferramentas e meios de comunicação, visando a mais ampla cobertura mediática e usando várias formas e métodos de comunicação com os seguintes objetivos de comunicação:

- › Aumentar a perceção positiva da aplicação dos fundos europeus investidos em Portugal, em particular do FAMI 2030;
- › Informar de forma direta e clara como beneficiários e destinatários podem ter acesso aos fundos europeus em Portugal, em particular do FAMI 2030;
- › Reforçar a imagem do país que cresce inclusivo e sustentável, junto dos beneficiários e destinatários diretos, do público em geral, dos órgãos de governação e de soberania e do ecossistema dos Fundos europeus, da comunicação social e *opinion makers*, dos parceiros económicos e sociais e dos organismos relevantes da sociedade civil, dos centros de informação na Europa e da representação da Comissão Europeia em Portugal;
- › Melhorar a perceção da população portuguesa sobre os fenómenos migratórios e os migrantes.

6.3. Linhas estratégicas de intervenção

A Estratégia de Comunicação do FAMI 2030 pretende ser um mecanismo abrangente, que possa impactar diversos públicos-alvo, aumentando a notoriedade dos fundos europeus, mas, simultaneamente, potenciar a literacia sobre os fenómenos migratórios, do asilo e da integração dos migrantes.

Para atingir tal desiderato, é fundamental que sejam utilizadas diversas ferramentas de comunicação, numa visão holística, que chegue de forma fácil, clara e eficaz a todos os interessados, sejam eles os *stakeholders* mais institucionais ou a população portuguesa em geral.

Nesse sentido, são previstas ações que necessitam de ser trabalhadas em diversos domínios da área da comunicação, nomeadamente nas seguintes linhas estratégicas de intervenção:

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Produção de informação especializada, ainda que desconstruída do ponto de vista técnico, com periodicidade regular, que possa impactar os meios de comunicação social tradicionais, sejam eles impressos ou digitais.

Manter constante o fluxo de informação para os órgãos de comunicação social, regionais, locais, nacionais ou especializados, é fundamental para atingir os diversos objetivos previstos na estratégia de comunicação.

RELAÇÕES PÚBLICAS

Uma das mais abrangentes linhas estratégicas de intervenção, que se caracteriza pela proximidade com os públicos-alvo, bem como com a simplificação dos conceitos e das mensagens a passar.

As Relações Públicas são um processo estratégico de comunicação que constrói relações de benefício mútuo entre as organizações e seus públicos, sendo por isso fundamentais para os objetivos aqui preconizados.

CRIATIVIDADE, DESIGN E BRANDING

A criatividade, o *design* e o *branding* são áreas da comunicação que estão intimamente relacionadas. O *branding* compreende a criação e a gestão de uma marca, incluindo a definição da identidade da marca, a criação de uma imagem positiva e a construção de uma conexão emocional com o público. A criatividade e o *design*, por sua vez, são a capacidade de pensar e gerar ideias de forma original e inovadora, que possam potenciar a conexão emocional. Quando combinadas, estas áreas podem levar a soluções criativas e eficazes para a construção da identidade da marca.

Neste sentido, é fundamental que a presente estratégia, tendo em conta os seus objetivos, fomente uma ligação quase emocional entre o FAMI 2030 e os públicos-alvo.

DIGITAL

A comunicação digital é, em primeiro lugar, a digitalização dos meios de informação. Esta deve ser considerada e integrada na comunicação institucional como um ecossistema completo, um ambiente que engloba e atua nas diversas dimensões do digital.

A comunicação digital define, num ecossistema digital, a estratégia e as ações de comunicação a serem realizadas na internet, redes sociais e dispositivos móveis.

Os benefícios da comunicação digital, se comparados com a comunicação centrada nos meios mais “tradicionais” são: alargar o alcance da mensagem com menos interferência; potenciar as principais mensagens; fomentar a ligação diária com os públicos-alvo.

Por isso, é fundamental criar uma estratégia coerente de ações digitais no âmbito da presente estratégia.

7. Plano de Comunicação

Com o diagnóstico traçado, com a identificação dos objetivos, com a análise à identidade gráfica, com a definição dos eixos de comunicação e dos públicos-alvo e com a sinalização das linhas estratégicas de intervenção, completa-se a primeira fase desta Estratégia de Comunicação para o FAMI 2030.

Neste sentido, importa materializar todos estes vetores num plano de ação cronológico que preveja fases e ações específicas para chegar a todos os públicos-alvo através das linhas estratégicas de intervenção assumidas. Cumpre, agora, delinear e traçar o plano de comunicação, incluindo a identificação de ações específicas, sejam estruturais ou conjunturais. Este plano é cronologicamente identificado e dividido, permitindo uma melhor articulação entre os objetivos em cada uma das suas fases de implementação. Em todas as fases, ainda que com objetivos distintos, serão utilizadas as diversas linhas estratégicas de intervenção permitindo, desta forma, uma coordenação abrangente das técnicas da comunicação. Assim, em cada uma das ações identificadas no plano de comunicação, estão identificados o respetivo eixo estratégico, linha de intervenção e público-alvo a impactar, para o período 2023 - 2026.

Importa realçar que o presente plano de comunicação, não obstante prever uma fase específica para uma avaliação mais robusta, estará constantemente em análise e escrutínio, podendo, e devendo, ser calibrado em função das circunstâncias que, à data, não são possíveis de prever.

7.1. Fases e Ações

São quatro as fases de implementação do plano de comunicação distribuídas pelo seguinte período temporal 2023 - 2026:

- › **Fase de lançamento**
- › **Fase de construção da notoriedade**
- › **Fase de consolidação da notoriedade mediática e institucional**
- › **Fase de avaliação**



1 - Fase de Lançamento

Esta é uma das fases mais importantes, pois estrutura e sustenta todo o plano de comunicação do Programa FAMI 2030.

Nesta fase é necessário preparar documentos informativos genéricos, suportes de comunicação variados e para diversos usos, treinar e capacitar porta-vozes, bem como definir o posicionamento mediático e institucional. É o momento em que se prepara tudo para fazer chegar a mensagem aos públicos-alvo identificados. É o momento pré-mediático, mas sem o qual não existem as fases posteriores. É, pois, a fase em que é construído o ecossistema digital, em que são potenciados os documentos de enquadramento mediático e institucional, bem como são organizados e dinamizados os primeiros momentos de relações públicas.

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Ação	Criação de um media kit digital
Descrição	Documento ágil, com uma linguagem simples e direta que sirva para, a qualquer momento, explicar o que é o FAMI 2030, com destaque para indicadores de relevo.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Transparência
Público(s)-alvo	Comunicação Social; <i>Stakeholders</i> de relevo

Ação	Preparação de Porta-vozes da Autoridade de Gestão
Descrição	Capacitação dos principais porta-vozes para lidar com situações públicas e mediáticas.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Proximidade #Transparência
Público(s)-alvo	<i>Stakeholders</i> de relevo

Ação	Encontro informal com jornalistas especializados
Descrição	Momento de enquadramento sobre o FAMI 2030 e os desafios desta temática. Um encontro menos focado no “valor-notícia”, mas mais centrado no “enquadramento” sobre o período de programação do FAMI 2030, com regras de funcionamento a acordar com os jornalistas.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Comunicação Social

Ação Serviço de *clipping* e de monitorização de notícias e referências mediáticas

Descrição Serviço que permite monitorizar as notícias e referências ao FAMI 2030 no espaço mediático. Essencial também para a avaliação da estratégia de comunicação.

Eixo(s) Estratégico(s) #Transparência

Público(s)-alvo Stakeholders de relevo

RELAÇÕES PÚBLICAS

Ação Criação de um glossário

Descrição Documento, com linguagem simples, que explica “de A a Z” os principais conceitos relacionados com as temáticas do asilo, das migrações e da integração no âmbito do FAMI 2030.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade

Público(s)-alvo Todos

Ação Criação de um guião para “Perguntas mais Frequentes”

Descrição Documento que prevê, de forma simples e descomplicada, um leque alargado de respostas às perguntas mais recorrentes por parte dos beneficiários, destinatários e grande público.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade

Público(s)-alvo Todos

Ação “FAMI 2030 de Portas Abertas”

Descrição Encontro entre quadros de outros programas, beneficiários, ONG, Associações de migrantes, académicos e especialistas das temáticas em apreço com a Autoridade de Gestão. Este encontro visa recolher sugestões, ouvir experiências e anseios,

detetar oportunidades e ter um diagnóstico mais assertivo, bem como informar e capacitar no âmbito do FAMI 2030.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade

Público(s)-alvo Potenciais beneficiários e beneficiários; *Stakeholders* de relevo

Ação *Open Day*

Descrição Encontro específico destinado a primeiros contactos, esclarecimentos de dúvidas e construção de pontes entre Autoridade de Gestão e potenciais beneficiários e beneficiários.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade

Público(s)-alvo Potenciais beneficiários e beneficiários

Ação *Aquisição de um acervo fotográfico*

Descrição Aquisição de um número específico de fotografias originais dedicadas ao tema das migrações que possa, nesta fase inicial, apoiar a comunicação do FAMI 2030.

Eixo(s) Estratégico(s) #Transparência

Público(s)-alvo Todos

CRIATIVIDADE, *DESIGN* E *BRANDING*

Ação *Produção de uma linha de estacionamento e merchandising*

Descrição Produção de um conjunto de artigos, feitos com materiais sustentáveis, que promovam e fortaleçam o brand awareness do FAMI 2030.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade

Público(s)-alvo Todos

Ação *Mupis, roll ups, photowall, entre outros*

Descrição Produção e aquisição de um conjunto de materiais de apoio a eventos, conferências, vídeos, etc.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade

Público(s)-alvo Todos

Propostas ilustrativa

Estacionário



Merchandising



DIGITAL

Ação **Atualização do sítio de internet (www.fami2030.gov.pt)**

Descrição

Inserção de materiais genéricos produzidos (media kit; glossário; perguntas frequentes, etc.). Atualizações do plano anual de avisos, publicação periódica da lista de operações aprovadas, entre outras informações legalmente exigidas. Criação de áreas dedicadas como:

- › Imprensa, com contactos para o efeito, informações de relevo sobre execução e outros aspetos, agenda, etc.);
- › Evolução e execução, com informações atualizadas constantemente, entre outras ações para fortalecer a transparência, usabilidade e facilidade de recolher informação no sítio da internet, tal como exigem os regulamentos.
- › Instrumentos de gestão e transparência, com informação institucional.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação **Aquisição / subscrição de plataforma de e-mail marketing advertising (ex: Mailchimp, Constant Contact, etc)**

Descrição

Utilização regular de uma plataforma para envio de e-mails informativos, fundamental para estreitar laços entre a Autoridade de Gestão e os diversos públicos-alvo, contribuindo para alcançar muitos dos objetivos de divulgação, conhecimento e transparência da informação. Preferencialmente deve ser utilizada uma plataforma profissional, que respeite toda as regras de privacidade de dados, estando alinhada com as melhores práticas em termos de RGPD – Regime Geral de Proteção de Dados.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação **Produção da newsletter “Rede FAMI 2030”**

Descrição

Newsletter com periodicidade mensal visando a partilha regular de informação de relevo sobre o Programa, a sua execução, os avisos, os beneficiários, entre outros. Um local para partilhar boas práticas e casos de sucesso.

Descrição Newsletter com periodicidade mensal visando a partilha regular de informação de relevo sobre o Programa, a sua execução, os avisos, os beneficiários, entre outros. Um local para partilhar boas práticas e casos de sucesso.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Potenciais beneficiários e beneficiários; *Stakeholders* de relevo

Ação Criação da página no Instagram “FAMI 2030”

Descrição Página com o intuito de promover pequenas notícias, dados e curiosidades.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação Criação da página no Facebook “FAMI 2030”

Descrição Página mais focada para a condução de utilizadores para o sítio institucional. Uma ferramenta para partilhar avisos, informações de relevo e prazos de candidatura.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação Criação da página no LinkedIn “FAMI 2030”

Descrição Página mais institucional de todas as redes sociais do Programa. Muito direcionada para a partilha de informações operacionais, explicação de conceitos e para a condução de utilizadores para o sítio da internet do FAMI 2030.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação Criação do canal no Youtube “FAMI 2030”

Descrição Canal para divulgação de vídeos institucionais, sessões com live streaming, entre outros.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Quadro 3 | Plano de Comunicação – Cronograma da Fase de Lançamento

Linha Estratégica de Intervenção	Ação	Públicos-Alvo	4.º T 2023	1.º T 2024	Observações
Assessoria de imprensa	Media Kit Digital	Comunicação Social; Stakeholders de relevo			Com atualização quando necessário
Relações Públicas	Glossário	Todos			Com atualização quando necessário
Assessoria de imprensa	Preparação de Porta-vozes da Autoridade de Gestão	Stakeholders de relevo			
Relações Públicas	Perguntas mais frequentes	Todos			Com atualização quando necessário
Criatividade, Design e Branding	Estacionário e Merchandising	Todos			
Criatividade, Design e Branding	Mupis, Roll Ups, etc.	Todos			
Relações Públicas	Acervo fotográfico	Todos			
Assessoria de imprensa	Serviço de Clipping	Stakeholders de relevo			
Assessoria de imprensa	Encontro informal com jornalistas	Comunicação social			Preferencialmente em janeiro de 2024
Relações Públicas	“FAMI 2030 de Portas Abertas”	Potenciais beneficiários e beneficiários; Stakeholders de relevo			Preferencialmente em janeiro de 2024
Relações Públicas	“Open day”	Potenciais beneficiários e beneficiários			Preferencialmente em janeiro de 2024
Digital	Atualização do sítio da internet	Todos			Atualização constante

Linha Estratégica de Intervenção	Ação	Públicos-Alvo	4.º T 2023	1.º T 2024	Observações
Digital	Aquisição / subscrição de plataforma de e-mail marketing	Todos			Preferencialmente em janeiro / fevereiro de 2024
Digital	Produção da <i>newsletter</i> "Rede FAMI 2030"	Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo			Preferencialmente em janeiro de 2024
Digital	Instagram	Todos			Preferencialmente em fevereiro de 2024
Digital	Facebook	Todos			Preferencialmente em janeiro de 2024
Digital	LinkedIn	Todos			Preferencialmente em janeiro de 2024
Digital	Youtube	Todos			Preferencialmente em março de 2024

2 - Fase de Construção da Notoriedade

A segunda fase do plano de comunicação caracteriza-se pela maior aproximação ao espaço público e mediático. Nesta fase, as redes sociais do FAMI 2030 e a *newsletter* já têm atualizações programadas e calendarizadas, sendo suportes constantes de informação para o exterior e interior da organização.

É nesta fase que são intensificados os contactos com os media e com os demais *stakeholders*. Será uma fase mais distendida no tempo, não devendo nunca ser inferior a 12 meses (4 trimestres), possibilitando uma maior presença do FAMI 2030 no espaço público. É igualmente, uma fase com maior presença territorial de nível local, dando relevo a ações de proximidade e fora dos grandes centros urbanos.

Nesta fase são dinamizadas ações das linhas de intervenção estratégica: assessoria de imprensa, relações públicas e digital.

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Ação	Consultoria de Comunicação - assessoria mediática e de imprensa
Descrição	Trabalho estratégico em assessoria mediática e de imprensa. Envio de comunicados de imprensa, promoção de entrevistas à Autoridade de Gestão. Envio de notas de agenda e <i>fact sheets</i> regulares aos órgãos de comunicação social (nacionais e regionais). Promoção e preparação de encontros com jornalistas e <i>opinion makers</i> .
Eixo(s) Estratégico(s)	#Transparência
Público(s)-alvo	Comunicação Social

Ação	Encontro com jornalistas regionais
Descrição	Momento para dar a conhecer o Programa FAMI 2030, os seus objetivos, destinatários e apoios financeiros aos órgãos de comunicação social regionais, privilegiando uma maior proximidade do fundo ao território.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Transparência
Público(s)-alvo	Comunicação Social

Ação	Encontro informal com jornalistas
Descrição	Momento para fazer acompanhamento da evolução do Programa Operacional, aumentando assim os níveis de conhecimento e de publicitação da informação. Deve estar ligado ao momento anual de balanço.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Transparência

Público(s)-alvo Comunicação social

Ação **Serviço de *clipping* e de monitorização de notícias e referências mediáticas (manutenção)**

Descrição Serviço para monitorizar as notícias e referências ao FAMI 2030 no espaço mediático. Essencial também para a avaliação da estratégia de comunicação.

Eixo(s) Estratégico(s) #Transparência

Público(s)-alvo *Stakeholders* de relevo

RELAÇÕES PÚBLICAS

Ação **Roadshow FAMI 2030**

Descrição Durante 18 meses, realização de visitas aos distritos de Portugal continental, bem como às regiões autónomas da Madeira e dos Açores. O objetivo destes momentos é reunir parceiros e potenciais beneficiários de cada região, dando a conhecer o Programa FAMI 2030, os avisos, as formas de candidatura e demais etapas do ciclo de vida das operações, etc.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação **Realização de tutoriais, *webinars* ou *workshops* sobre avisos e processos de candidaturas, execução das operações aprovadas, entre outros**

Descrição Produção de materiais informativos ou promoção de encontros explicativos sobre os avisos a lançar, ou lançados, bem como os processos de candidaturas e execução das operações aprovadas..

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade

Público(s)-alvo Potenciais Beneficiários e beneficiários

Ação Criação de um prémio anual para a melhor fotografia

Descrição Criação de um prémio anual para a melhor fotografia original sobre a temática das migrações. Para além de um prémio monetário, as melhores fotografias ficam em acervo na Autoridade de Gestão para que possam ser expostas em exposições e utilizadas em materiais de divulgação no Programa FAMI 2030. Para estas exposições podem ser convidadas altas personalidades públicas e governativas. Podem, igualmente, ser exposições itinerantes, presentes em diversas localidades.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade

Público(s)-alvo Todos

Ação 1.º vídeo institucional

Descrição Produção do primeiro vídeo institucional sobre o FAMI 2030, explicando o Programa e os seus objetivos, com uma linguagem simples e perceptível. Deve ser mais focado nos potenciais beneficiários e destinatários finais. Será um elemento central na comunicação, pelo seu âmbito e possibilidade de ser usado – e replicado – em diversos canais.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade

Público(s)-alvo Todos

Ação Realização de um evento anual - balanço FAMI 2030

Descrição Evento de balanço sobre os últimos 12 meses: apresentação de dados de execução, partilha de boas práticas e projetos de relevo, etc.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação Participação em eventos e seminários

Descrição Participação da Autoridade de Gestão em eventos e seminários de relevo

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

DIGITAL

Ação	Consultoria Digital – gestão de redes sociais
Descrição	<p>Planeamento semanal das publicações a fazer nas redes sociais (Instagram, Facebook e LinkedIn). Criação de conteúdos (<i>Design e copy</i>). Deve ser destacado um <i>Social Media Manager</i>, apoiado por um <i>community manager</i>, para o efeito.</p> <p>Alguns exemplos de publicações:</p> <ul style="list-style-type: none">› Celebrar efemérides, como o Dia Internacional dos Migrantes – 18 de dezembro› Colocação de informação sobre os avisos› Colocação de vídeos sobre as operações apoiadas.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Proximidade #Transparência
Público(s)-alvo	Todos
Ação	Envio da <i>newsletter</i> “Rede FAMI 2030”
Descrição	<p><i>Newsletter</i> com periodicidade mensal visando a partilha regular de informação de relevo sobre o Programa, a sua execução, os avisos, os beneficiários, entre outros. Um local para partilhar boas práticas e casos de sucesso.</p>
Eixo(s) Estratégico(s)	#Proximidade #Transparência
Público(s)-alvo	Potenciais beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo
Ação	Atualização dos conteúdos do sítio de internet (www.fami2030.gov.pt)
Descrição	<p>Atualização regular com conteúdos de interesse. Inserção do plano anual de avisos, publicação periódica da lista de de operações aprovadas, entre outras informações legalmente exigidas.</p>
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Proximidade #Transparência
Público(s)-alvo	Todos

Ação**Realização de websérie****Descrição**

Websérie com 5 episódios que retratem positivamente casos/testemunhos de como a migração bem apoiada é fundamental para o país. Divulgar nas redes sociais. Ter media partner para colocar no sítio de internet. Organizar evento para a antestreia do 1º episódio.

Eixo(s) Estratégico(s)

#Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo

Todos

Quadro 4 | Plano de Comunicação – Cronograma da Fase de Construção da notoriedade

Linha Estratégica de Intervenção	Ação	Públicos-Alvo	2.º T 2024	3.º T 2024	4.º T 2024	1.º T 2025	Observações
Digital	Gestão das redes sociais	Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo					Diário
Digital	Envio <i>Newsletter</i> "Rede FAM 2030I"	Comunicação Social					Mensal
Assessoria de imprensa	Assessoria mediática e de imprensa	Comunicação Social					novembro ou dezembro 2024
Assessoria de imprensa	Encontro informal com jornalistas	Todos					Atualização constante
Digital	Atualização do sítio da internet	Potenciais Beneficiários e beneficiários					Produção constante
Relações Públicas	Tutoriais, <i>webinars</i> ou <i>workshops</i>	Todos					Participação constante
Relações Públicas	Organização e participação em seminários e eventos	Todos					
Assessoria de imprensa	<i>Serviço de Clipping</i>	<i>Stakeholders</i> de relevo					
Relações Públicas	<i>Roadshow</i> "FAMI 2030"	Comunicação Social					1 evento p/ mês
Assessoria de imprensa	Encontro com jornalistas dos órgãos regionais	Todos					Preferencialmente em abril 2024
Digital	Web série	Todos					
Relações Públicas	Evento anual de balanço e de Balanço FAMI 2030	Todos					novembro ou dezembro 2024

Linha Estratégica de Intervenção	Ação	Públicos-Alvo	2.º T 2024	3.º T 2024	4.º T 2024	1.º T 2025	Observações
Relações Públicas	Primeiro vídeo institucional FAMI 2030	Todos					Preferencialmente em junho de 2024
Relações Públicas	Prémio Anual de Fotografia	Todos					Lançamento em data a determinar no âmbito de uma efeméride significativa.

3 - Fase de Consolidação da Notoriedade Mediática e Institucional

A presente fase, de consolidação da notoriedade mediática e institucional, pressupõe já a existência de um posicionamento público do Programa FAMI 2030 mais robusto, tendo em conta a expetável execução das fases anteriores do plano de comunicação.

Esta fase, mais curta que a anterior, preserva algumas das ações constantes, como são exemplo disso a assessoria de imprensa e a gestão das redes sociais, mas também visa potenciar alguns vetores estratégicos importantes, tendo em conta que será uma fase que coincide com a celebração dos 5 anos do Programa (2021 - 2025).

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Ação	Consultoria de Comunicação - assessoria mediática e de imprensa
Descrição	Trabalho estratégico em assessoria mediática e de imprensa. Envio de comunicados de imprensa, promoção de entrevistas à Autoridade de Gestão. Envio de notas de agenda e <i>fact sheets</i> regulares aos órgãos de comunicação social (nacionais e regionais). Promoção e preparação de encontros com jornalistas e <i>opinion makers</i> .
Eixo(s) Estratégico(s)	#Transparência
Público(s)-alvo	Comunicação Social

Ação	Encontro informal com jornalistas
Descrição	Momento para fazer acompanhamento da evolução do Programa FAMI 2030, aumentando assim os níveis de conhecimento e de publicitação da informação. Deve estar ligado ao momento anual de balanço.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Transparência
Público(s)-alvo	Comunicação social

Ação	“Minuto do Migrante”
Descrição	Produção do “Minuto do Migrante” através de um media partner (televisão ou rádio), produzir uma série de vídeos curtos, que sejam informativos e desmistifiquem preconceitos sobre as migrações e os migrantes no âmbito do FAMI 2030.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Proximidade
Público(s)-alvo	Todos

Ação **Serviço de *clipping* e de monitorização de notícias e referências mediáticas (manutenção)**

Descrição Serviço que permita monitorizar as notícias e referências ao FAMI 2030 no espaço mediático. Essencial também para a avaliação da estratégia de comunicação.

Eixo(s) Estratégico(s) #Transparência

Público(s)-alvo *Stakeholders* de relevo

RELAÇÕES PÚBLICAS

Ação **Grande evento de celebração do 5.º aniversário do FAMI 2030**

Descrição Evento marcante que permita fazer um balanço e lançar perspetivas para o futuro.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação **Roadshow FAMI 2030 (finalização)**

Descrição Durante 18 meses visitar os distritos de Portugal continental, bem como às regiões autónomas da Madeira e dos Açores. O objetivo destes momentos é unir parceiros e potenciais beneficiários de cada região, dando a conhecer o Programa, os avisos, as formas de candidatura, etc.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação **Prémio anual para a melhor fotografia (continuação)**

Descrição Continuação da promoção anual deste prémio, com novas candidaturas e novas exposições.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade

Público(s)-alvo Todos

Ação Realização de tutoriais, *webinars* ou *workshops* sobre processos de candidaturas e dos avisos

Descrição Produção de materiais informativos ou promoção de encontros explicativos sobre os avisos a lançar, ou lançados, bem como os processos de candidaturas e de execução das operações aprovadas.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade

Público(s)-alvo Potenciais Beneficiários e beneficiários

Ação Realizar evento anual – balanço FAMI 2030

Descrição Evento de balanço sobre os últimos 12 meses: apresentação de dados de execução, partilha de boas práticas e projetos de relevo, etc.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação Promoção da participação em eventos e seminários

Descrição Participação por parte da Autoridade de Gestão em eventos e seminários de relevo.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação 2.º vídeo institucional

Descrição Produção do segundo vídeo institucional sobre o FAMI 2030 para divulgar boas práticas e resultados, passando uma mensagem positiva sobre os apoios financeiros. É um elemento central na comunicação, pela sua capilaridade e possibilidade de ser usado – e replicado – em diversos canais

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade

Público(s)-alvo Todos

Ação “FAMI 2030 de Portas Abertas” (segunda edição)

Descrição Encontro entre quadros de outros programas, beneficiários, ONG, associações de migrantes, academia e peritos nas temáticas em apreço com a Autoridade de Gestão. O objetivo deste encontro é reunir sugestões, ouvir experiências e anseios, detetar oportunidades e ter um diagnóstico mais assertivo.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade

Público(s)-alvo Potenciais beneficiários e beneficiários; *Stakeholders* de relevo

Ação **Open Day (segunda edição)**

Descrição Encontro específico destinado a primeiros contactos, esclarecimentos de dúvidas e construção de pontes entre Autoridade de Gestão e os potenciais beneficiários.

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade

Público(s)-alvo Potenciais beneficiários e beneficiários

CRIATIVIDADE, DESIGN E BRANDING

Ação **Criação da publicação "5 anos de FAMI 2030"**

Descrição Edição única e comemorativa, que dê voz a alguns beneficiários com projetos de excelência, que apresente dados de execução e que possa ser distribuída pelos diversos *stakeholders* institucionais.

Eixo(s) Estratégico(s) #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Potenciais beneficiários e beneficiários; *Stakeholders* de relevo

DIGITAL

Ação **Consultoria Digital - gestão de redes sociais**

Descrição Planeamento semanal das publicações feitas nas redes sociais (Instagram, Facebook e LinkedIn).

Eixo(s) Estratégico(s) #Simplificação #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Ação Envio da *newsletter* “Rede FAMI 2030”

Descrição *Newsletter* com periodicidade mensal visando a partilha regular de informação de relevo sobre o Programa, a sua execução, os avisos, os beneficiários, entre outros. Um local para partilhar boas práticas e casos de sucesso.

Eixo(s) Estratégico(s)
#Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Potenciais beneficiários e beneficiários; *Stakeholders* de relevo

Ação Atualização dos conteúdos do sítio de internet
(www.fami2030.gov.pt)

Descrição Atualização regular com conteúdos de interesse. Inserção do plano anual de avisos, publicação periódica a lista de operações aprovadas, entre outras informações legalmente exigidas.

Eixo(s) Estratégico(s)
#Simplificação #Proximidade #Transparência

Público(s)-alvo Todos

Quadro 5 | Plano de Comunicação – Cronograma da Fase de Consolidação da Notoriedade Mediática e Institucional

Linha Estratégica de Intervenção	Ação	Públicos-Alvo	2.º T 2025	3.º T 2025	4.º T 2025	Observações
Digital	Gestão de redes sociais	Todos				Planeamento semanal
Assessoria de imprensa	Assessoria mediática e de imprensa	Comunicação social				Diário
Assessoria de imprensa	Encontro informal com jornalistas	Comunicação social				
Relações Públicas	Roadshow "FAMI 2030"	Todos				1 evento p/ mês (total 20 meses)
Digital	Envio <i>newsletter</i> "Rede FAMI 2030"	Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo				Mensal
Digital	Atualização do sítio da internet	Todos				Atualização constante
Relações Públicas	Organização e participação em eventos e seminário de relevo	Todos				Participação constante
Relações Públicas	Evento anual de balanço	Todos				novembro ou dezembro 2025
Relações Públicas	Prémio Anual de Fotografia	Todos				Lançamento sempre a 19 de agosto, Dia Mundial da Fotografia
Relações Públicas	Tutoriais ou <i>workshops</i>	Potenciais beneficiários e beneficiários				Produção constante
Assessoria de imprensa	Serviço de <i>Clipping</i>	<i>Stakeholders</i> de relevo				
Criatividade, design e branding	Publicação 5 anos FAMI 2030	Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo				Para sinalizar o 5.º aniversário do FAMI

Linha Estratégica de Intervenção	Ação	Públicos-Alvo	2.º T 2025	3.º T 2025	4.º T 2025	Observações
Relações Públicas	Evento 5.º aniversário FAMI 2030	Todos				Preferencialmente em dezembro de 2025
Assessoria de imprensa	Produção do “Minuto do Migrante”	Todos				
Relações Públicas	Segundo vídeo institucional	Todos				Para sinalizar o 5.º aniversário do FAMI
Relações Públicas	“FAMI 2030 de Portas Abertas”	Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo				
Relações Públicas	“Open Day”	Potenciais beneficiários				

4 - Fase de Avaliação

Esta fase será fundamentalmente curta e muito pragmática, pretendendo-se que, concomitantemente, sejam realizadas entre duas ou três ações específicas de balanço sobre a comunicação do Programa, sobre o alcance das metas a que o mesmo se propôs e sobre a sua eficácia no cumprimento das obrigações regulamentares. Esta fase de comunicação acompanha, assim, as avaliações feitas com outros instrumentos e previstas regulamentarmente.

Desta forma, esta fase não pressupõe que as ações regulares e constantes de comunicação cessem, apenas pretende que sejam acompanhadas por outras ações específicas para momentos de balanço e reflexão, permitindo à Autoridade de Gestão e a todas as entidades do modelo de governação do FAMI 2023 um eventual reposicionamento estratégico.

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Ação	Consultoria de Comunicação - assessoria mediática e de imprensa
Descrição	Trabalho estratégico em assessoria mediática e de imprensa. Envio de comunicados de imprensa, promoção de entrevistas à Autoridade de Gestão. Envio de notas de agenda e <i>fact sheets</i> regulares aos órgãos de comunicação social (nacionais e regionais). Promoção e preparação de encontros com jornalistas e <i>opinion makers</i> .
Eixo(s) Estratégico(s)	#Transparência
Público(s)-alvo	Comunicação Social

Ação	Serviço de <i>clipping</i> e de monitorização de notícias e referências mediáticas (manutenção)
Descrição	Serviço que permite monitorizar as notícias e referências ao FAMI 2030 no espaço mediático. Essencial também para a avaliação da estratégia de comunicação
Eixo(s) Estratégico(s)	#Transparência
Público(s)-alvo	<i>Stakeholders</i> de relevo

RELAÇÕES PÚBLICAS

Ação	Organização de um grande evento internacional
Descrição	Organização de um grande evento com peritos nacionais e internacionais para debater o futuro das migrações e da integração e inclusão de migrantes.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Proximidade #Transparência
Público(s)-alvo	Todos
Ação	Realização de Tutoriais ou <i>workshops</i>
Descrição	Produção de materiais informativos ou promoção de encontros explicativos sobre os avisos a lançar, ou lançados, bem como os os processos de candidaturas, execução de operações, entre outros.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Proximidade
Público(s)-alvo	Potenciais Beneficiários
Ação	Promoção da participação em eventos e seminários
Descrição	Participação da Autoridade de Gestão em eventos e se-minários de relevo.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Proximidade #Transparência
Público(s)-alvo	Todos

DIGITAL

Ação	Consultoria Digital - gestão de redes sociais
Descrição	Planeamento semanal das publicações feitas nas redes sociais (Instagram, Facebook e LinkedIn).
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Proximidade #Transparência
Público(s)-alvo	Todos
Ação	Envio da <i>newsletter</i> “Rede FAMI 2030”
Descrição	<i>Newsletter</i> com periodicidade mensal visando a partilha regular de informação de relevo sobre o Programa, a sua execução, os avisos, os beneficiários, entre outro. Um local para partilhar boas práticas e casos de sucesso.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Proximidade #Transparência
Público(s)-alvo	Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo
Ação	Atualização dos conteúdos do sítio de internet (www.fami2030.gov.pt)
Descrição	Atualização regular com conteúdos de interesse. Inserção do plano anual de avisos, publicação periódica da lista de operações, entre outras informações legalmente exigidas.
Eixo(s) Estratégico(s)	#Simplificação #Proximidade #Transparência
Público(s)-alvo	Todos

Quadro 6 | Plano de Comunicação – Cronograma da Fase de Avaliação

Linha Estratégica de Intervenção	Ação	Públicos-Alvo	1.º T 2026	2.º T 2026	Observações
Digital	Gestão de redes sociais	Todos			Planeamento semanal
Assessoria de imprensa	Assessoria mediática e de imprensa	Comunicação Social			Diário
Digital	Envio <i>newsletter</i> "Rede FAMI 2030"	Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo			Mensal
Digital	Atualização do sítio da internet	Todos			Atualização constante
Relações Públicas	Organização e participação em eventos e seminário de relevo	Todos			Participação constante
Relações Públicas	Tutoriais ou <i>workshops</i>	Potenciais Beneficiários e beneficiários			Produção constante
Assessoria de imprensa	Serviço de <i>clipping</i>	<i>Stakeholders</i> de relevo			
Relações Públicas	Evento internacional	Todos			

7.2. Outras ações complementares ao plano

Importa realçar que, complementarmente ao presente plano, a Autoridade de Gestão do Programa FAMI 2030 pode potenciar outras ações que, não sendo diretamente por si promovidas, as mesmas fomentam a obtenção dos resultados definidos.

Neste sentido, é importante que sejam analisados eventuais instrumentos de apoio a potenciais beneficiários para que desenvolvam ações como:

- › Publicações físicas ou digitais regulares e periódicas sobre as temáticas das migrações, asilo e integração;
- › Estudos nacionais e internacionais que possam analisar estas temáticas, fornecendo ao debate público informação qualitativa e quantitativa de qualidade;
- › Criação de sítios de internet ou microsítios com informações pedagógicas;

8. Monitorização e Avaliação

O Regulamento (UE) 2021/1147, bem como o Regulamento de Execução (UE) 2023/169, preveem que o relatório anual de desempenho deve incluir informações sobre a execução de ações de comunicação e de promoção da notoriedade.

É fundamental definir um conjunto de indicadores, que possam ser recolhidos e partilhados pela Autoridade de Gestão do Programa FAMI 2030.

Neste sentido, a tabela seguinte identifica um conjunto de indicadores quantitativos que deverão ser considerados durante a monitorização da implementação da Estratégia de Comunicação e consequente plano.

A monitorização dos indicadores constantes da Estratégia e Plano de Comunicação deverá ser realizada periodicamente e submetida ao Comité de Acompanhamento do Programa FAMI 2030 nos termos regulamentares. A mesma deve ser analisada e apreciada pelo Comité, o qual emitirá, se assim o entender, recomendações a transmitir à Autoridade de Gestão com vista ao cumprimento da Estratégia de Comunicação aprovada bem como ao cumprimento das metas formuladas.

Quadro 7 | Indicadores de monitorização do Plano de Comunicação

Indicador	Unidade	Tipo
Notícias na comunicação social	n.º	Realização proativa (resultado de ação de assessoria de imprensa)
Notícias na comunicação social	n.º	Realização passiva (menção sem ação)
Notícias favoráveis	n.º	Realização
Notícias equilibradas	n.º	Realização
Notícias negativas	n.º	Realização
Comunicados de imprensa	n.º	Realização
Alcance das notícias positivas	n.º	Realização
Alcance das notícias equilibradas	n.º	Realização
Alcance das notícias negativas	n.º	Realização
Ratio entre notícias positivas e negativas	%	Realização

Indicador	Unidade	Tipo
Retorno sobre o Investimento (ROI)	€	Realização
Subscritores da <i>newsletter</i> “Rede FAMI 2030”	n.º	Realização
Ratio entre subscritores e subscritores que abrem a <i>newsletter</i> “Rede Fami 2030”	%	Realização
Alcance das publicações da página do Instagram	n.º	Realização
Seguidores nas redes sociais	n.º	Realização
Alcance das publicações da página do Facebook	n.º	Realização
Alcance das publicações da página do LinkedIn	n.º	Realização
Alcance do canal no Youtube	n.º	Realização
Alcance de visualizações da websérie	n.º	Realização
Visitantes do sítio da internet (www.fami2030.gov.pt)	n.º	Realização
Pessoas que assistem aos <i>workshops</i> e tutorias	n.º	Realização
Pessoas que assistem aos eventos do FAMI 2030	n.º	Realização
Eventos realizados pelo FAMI 2030	n.º	Realização
Notícias publicadas no sítio da internet (www.fami2030.gov.pt)	n.º	Realização

No âmbito da avaliação estão previstos dois momentos:

- › Avaliação Intercalar da Estratégia de comunicação do Programa do Fundo para o Asilo, a Migração e a Integração, a realizar em 2026, com o objetivo de melhorar a forma como o Programa FAMI 2030 implementa as suas responsabilidades em matéria de notoriedade, comunicação e visibilidade, através de um conhecimento sistematizado sobre os resultados obtidos com a implementação da Estratégia de Comunicação. Esta avaliação deverá, ainda, lançar as bases para a conceção do segundo Plano de Comunicação e eventuais ajustes à Estratégia de Comunicação do Programa FAMI 2030, bem como para a avaliação final do Programa.
- › Avaliação Final do Programa do Fundo para o Asilo, a Migração e a Integração para o período de programação 2021-2027, a realizar em 2028 com o objetivo de apreciar o impacto do Programa FAMI 2030 e conhecer o seu contributo para a gestão eficaz dos fluxos migratórios e para a aplicação, o reforço e o desenvolvimento da política comum em matéria de asilo e da política comum em matéria de imigração.

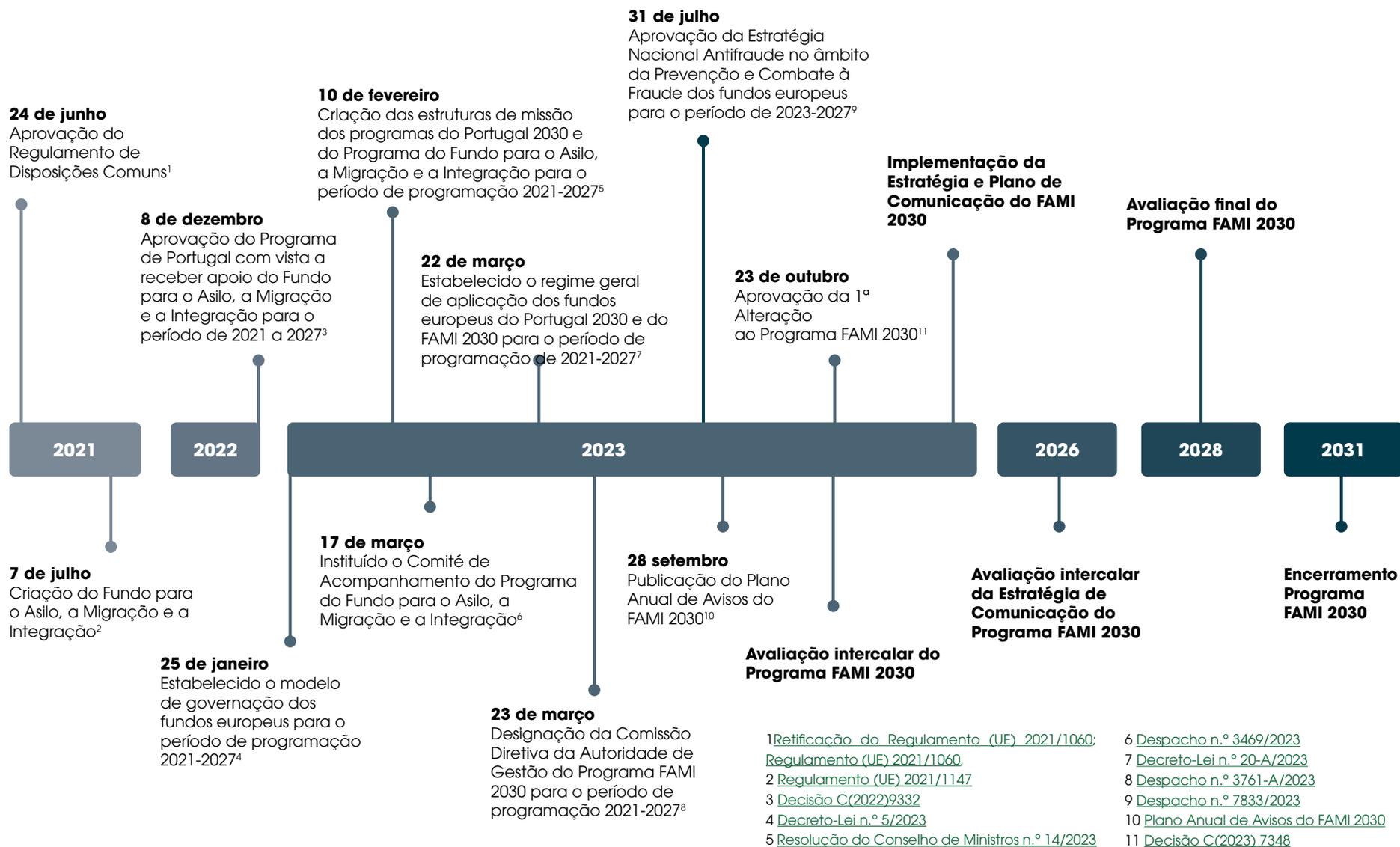
Concomitantemente, pretende-se que a avaliação de impacto do Programa FAMI 2030 gere informação sobre o contributo da estratégia de comunicação (e dos respetivos planos) para o aumento da notoriedade do Fundo e do modelo de governação para uma gestão mais rigorosa, eficaz e eficiente do Fundo.

9. Orçamento

O orçamento total do Programa FAMI 2030 para a implementação da Estratégia e respetivos planos de comunicação plano de comunicação corresponde a cerca de 300.000€ para todo o período de programação.

Tal valor apresenta-se como um exercício condicionado, que deve ser visto como meramente indicativo.

Anexo I – Principais marcos temporais do Programa FAMI 2030



Cofinanciado pela
União Europeia

Anexo II – Cronograma do Plano de Comunicação Programa FAMI 2030

	4.º T 2023	1.º T 2024	2.º T 2024	3.º T 2024	4.º T 2024	1.º T 2025	2.º T 2025	3.º T 2025	4.º T 2025	1.º T 2026	2.º T 2026
Media Kit Digital Comunicação Social; <i>Stakeholders</i> de relevo											
Glossário Todos											
Porta-vozes da Autoridade de Gestão <i>Stakeholders</i> de relevo											
Perguntas mais frequentes Todos											
Estacionário e Merchandising Todos											
Mupis, Roll Ups, etc. Todos											
Acervo fotográfico <i>Stakeholders</i> de relevo											
Serviço de Clipping Todos											
Encontro informal com jornalistas Comunicação Social											

	4.º T 2023	1.º T 2024	2.º T 2024	3.º T 2024	4.º T 2024	1.º T 2025	2.º T 2025	3.º T 2025	4.º T 2025	1.º T 2026	2.º T 2026
“FAMI 2030 de Portas Abertas” Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo											
“Open Day” Potenciais beneficiários e beneficiários											
Atualização do sítio da internet Todos											
Aquisição / subscrição de plataforma de e-mail marketing Todos											
Criação da newsletter “Rede FAMI” Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo											
Criação de Instagram Todos											
Criação de Facebook Todos											
Criação de LinkedIn Todos											
Criação de Youtube Todos											
Gestão das redes sociais Todos											

	4.º T 2023	1.º T 2024	2.º T 2024	3.º T 2024	4.º T 2024	1.º T 2025	2.º T 2025	3.º T 2025	4.º T 2025	1.º T 2026	2.º T 2026
Envio newsletter “Rede FAMI 2030” Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo											
Assessoria mediática e de imprensa Comunicação Social											
Tutoriais, webinars ou workshops sobre processos de candidaturas e dos avisos Potenciais Beneficiários e beneficiários											
Produção da newsletter “Rede FAMI 2030” Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo											
Organização e participação em seminários e eventos Todos											
Roadshow “FAMI 2030” Todos											
Encontro com jornalistas dos órgãos regionais Comunicação Social											

	4.º T 2023	1.º T 2024	2.º T 2024	3.º T 2024	4.º T 2024	1.º T 2025	2.º T 2025	3.º T 2025	4.º T 2025	1.º T 2026	2.º T 2026
Websérie Todos											
Publicação 5 anos FAMI 2030 Potenciais beneficiários e beneficiários; <i>Stakeholders</i> de relevo											
Evento anual de balanço e de Balanço FAMI 2030 Todos											
Primeiro vídeo institucional FAMI 2030 Todos											
Prémio Anual de Fotografia <i>Stakeholders</i> de relevo											
Evento 5.º aniversário FAMI 2030 Todos											
Produção do “Minuto do Migrante” Todos											
Segundo vídeo institucional Todos											
Evento internacional Todos											



Cofinanciado pela
União Europeia

Os Fundos Europeus mais próximos de si.