



Estrategia Global Gateway.

IDENTIDAD DE MARCA

ÍNDICE

MISIÓN	3	EJEMPLOS	19
VISIÓN	3	ROLL-UPS	19
VALORE	3	INFOGRAFÍAS	20
MARCA	3	FICHAS INFORMATIVAS	21
VOZ DE MARCA	4	MATERIALES GRÁFICOS EN REDES SOCIALES	22
ESLÓGAN	5	BANNERS	23
REDES SOCIALE	5	FONDOS	24
FOTOGRAFÍA	6	PRESENTACIONES	25
VÍDEO	7	CO-BRANDING CON SOCIOS IMPLEMENTADORES - EJEMPLOS	26
ESTILO GRÁFICO	8		
LOGOTIPO	8		
PALETA DE COLORES	10		
TIPOGRAFÍA	11		
FORMAS	11		
USO CORRECTO E INCORRECTO	12		
OPCIONES DE MARCAS COMBINADAS	14		
MARCA COMBINADA CON EQUIPO EUROPA	15		
CO-BRANDING CON SOCIOS IMPLEMENTADORES	17		
MARCA COMBINADA CON EL SECTOR PRIVADO	18		

MISIÓN

Global Gateway promueve conexiones sostenibles y fiables útiles para las personas y el planeta. Ayuda a hacer frente a los retos mundiales más acuciantes, desde la lucha contra el cambio climático hasta la mejora de los sistemas sanitarios y el impulso de la competitividad y la seguridad de las cadenas mundiales de suministro.

El objetivo de Global Gateway consiste en movilizar inversiones a través de un enfoque de Equipo Europa, que reúne a la UE, sus Estados miembros y sus instituciones financieras y de desarrollo. Pretende lograr un impacto transformador en los sectores digital, climático y de la energía, del transporte, la salud, la educación y la investigación.

En los Balcanes Occidentales y las regiones vecinas, Global Gateway se materializa a través de planes económicos y de inversión.

VISIÓN

En un mundo en continua transformación, las asociaciones fiables e igualitarias son importantes.

Nuestra visión Global Gateway está basada en conexiones estratégicas, sostenibles y de beneficio mutuo entre la UE y los países socios. Se trata de una oferta en positivo de la UE a sus socios en su deseo de reducir las dependencias estratégicas e impulsar la competitividad y la seguridad de las cadenas de suministro mundiales.

Al aumentar las inversiones de alta calidad, ayudaremos a los países socios a lograr una transición justa, ecológica y digital.

VALORES

Mantenemos nuestros valores, unos valores que compartimos con nuestros socios en todo el mundo.

Estas son las bases sobre las que se asienta todo nuestro trabajo:

Sostenibilidad: invertimos para construir un mundo mejor para todos. Esto significa poner el foco en todos los aspectos de la sostenibilidad: social, medioambiental, económico y político.

Asociacionismo: creemos en el poder de las asociaciones y en trabajar codo con codo con nuestros socios a nivel mundial, regional, nacional y local.

Igualdad: los proyectos y la inversión serán accesibles de manera justa e igualitaria, además de inclusivos, especialmente en lo relativo a la igualdad de género.

Transparencia: nuestro objetivo es invertir en proyectos útiles para las personas. Para lograr una inversión sostenible, los proyectos se desarrollarán siguiendo normas rigurosas, con transparencia y buena gobernanza.

MARCA

Global Gateway deberá promoverse como marca. La marca Global Gateway puede usarse por parte de distintas comunidades, organizaciones, instituciones, actores del Equipo Europa, comunidades locales y empresas para actividades independientes ajenas a las iniciativas y a la ayuda financiera de la Comisión Europea. Puede usarse también en combinación con marcas nacionales o multilaterales pertinentes ([véase la sección relativa a marcas combinadas](#)).

De la Comunicación sobre Global Gateway:

"Global Gateway intentará movilizar inversiones de hasta 300 000 millones de euros entre 2021 y 2027. Lo hará con una sola marca, adoptando un enfoque de "Equipo Europa", que reúna recursos de la UE, los Estados miembros, las instituciones financieras europeas y las instituciones nacionales de financiación del desarrollo"



VOZ DE MARCA

Trabajar para cumplir la misión de Global Gateway en todo el mundo significa comunicar a diferentes públicos, a través de distintos canales, y adoptar tácticas diversas. Nuestra voz de marca debe ser coherente independientemente del público y del medio que se utilice.

Nuestra voz de marca es decidida, comunica los avances positivos e inspira para seguir trabajando.

Se centrará en mensajes sencillos, claros y fáciles de comprender, que ensalcen casos de éxito de los valores y el trabajo de la Unión Europea y sus socios, basados en el intercambio concreto entre comunidades. Reforzará las prioridades de Global Gateway, demostrando que se puede avanzar juntos y que se pueden lograr resultados tangibles, mutuamente beneficiosos y sostenibles.

Decidida: la UE y sus socios son los impulsores de la oferta de cambio positivo de Global Gateway. Nuestros mensajes deben ser decididos y demostrar que nuestra posición es firme y positiva.

«Debemos»

«Estamos seguros»

«Firmes»

«Será»

Comunica avances positivos: nuestro mensaje muestra los cambios positivos y se centra en nuestros objetivos, resaltando los resultados constructivos y sostenibles de las iniciativas de Global Gateway.

«Construimos»

«Creamos oportunidades»

«Hacia un futuro mejor»

«Transformador»

Inspira para seguir trabajando: Global Gateway es el motor del cambio, haciendo posible la inversión, la creación de empleos, los intercambios, así como inspirando la transformación positiva.

«Empodera»

«Impulsa el cambio sostenible»

«Inspira»



ESLÓGANES



REDES SOCIALES

Utilice las [plantillas para redes sociales](#) de Global Gateway.

Las formas deben combinarse con fotografías que muestren a personas o infraestructuras. Las fotografías de personas deben ser retratos o de personas en acción, en posturas naturales, evitando las fotografías de estudio que parecen preparadas. Las formas deben interactuar con los objetos y las personas, pero no pueden tapar las caras.

Las formas pueden integrarse en fotografías que muestren proyectos, infraestructuras o paisajes. Las formas pueden ser de un color liso o degradado. Debe haber un buen contraste entre la forma y el fondo.

Incluya siempre etiquetas: **#GlobalGateway #TeamEurope #EquipoEuropa** y **#EIP #PEI** (para vecindad de la UE y Balcanes Occidentales)



FOTOGRAFÍA

La fotografía es una poderosa herramienta para contar historias. Contemplamos el mundo con una mirada crítica, fresca e inquisitiva.

Ya sea con una única instantánea o a través de una serie de imágenes, se puede captar la atención de las personas y emocionar al espectador. Sabemos que los temas serios pasarían desapercibidos si no estuvieran acompañados de imágenes emotivas.

Las formas deben combinarse con fotografías que muestren a personas o infraestructuras.

Las fotografías de personas deben ser retratos o de personas en acción, en posturas naturales, evitando las fotografías de estudio que parecen preparadas. **Las formas deben interactuar con los objetos y las personas, pero no pueden tapar las caras.**

En el [portal audiovisual de la CE](#) puede consultar la galería fotográfica con la identidad visual de Global Gateway.



VÍDEO

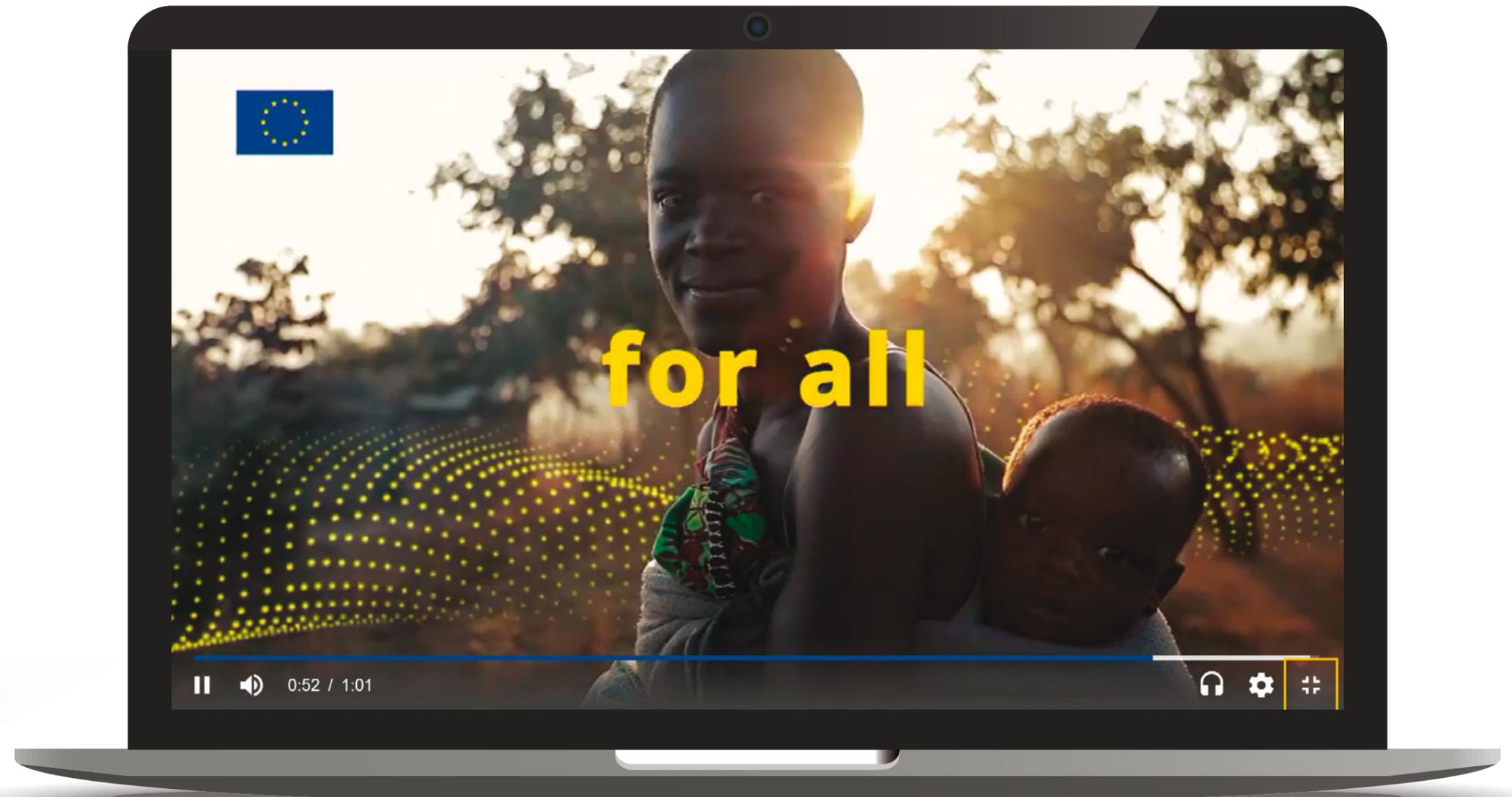
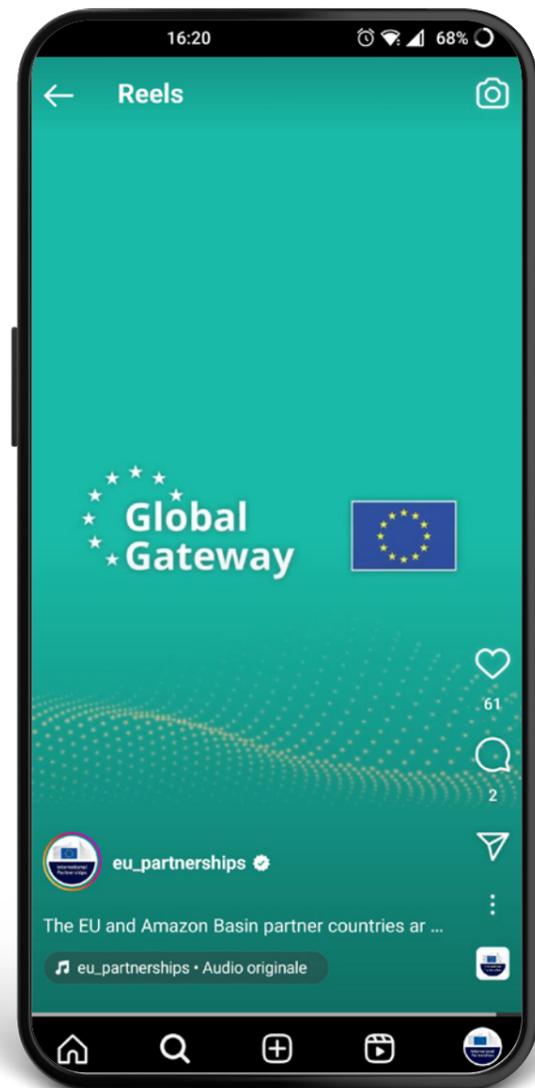
Las personas son seres visuales, por lo que el video sigue ganando protagonismo como medio de comunicación. Los espectadores recuerdan mejor el mensaje cuando lo ven en vídeo que cuando lo leen en un texto, lo que demuestra que el vídeo desempeña un papel fundamental a la hora de comunicar tanto intencionalidad como impacto.

Ya sea con un enfoque en las personas o basados en datos, los vídeos deben conectar primero con los valores y las emociones para atrapar al espectador.

La cortinilla final de vídeo de Global Gateway deben añadirse al final de todos los vídeos de esta iniciativa.

En el [sitio web de recursos de comunicación de Global Gateway](#) están disponibles el logotipo con elementos animados, la cortinilla final y otros activos visuales.

En el [EC Audiovisual Portal](#) puede consultar la galería de vídeos con la identidad visual de Global Gateway.



ESTILO GRÁFICO

El estilo gráfico de Global Gateway evoca modernidad y acción, la forma de onda representa los vínculos entre las personas y la conectividad para lograr el progreso.

LOGOTIPO

VERSIÓN POSITIVO



POSITIVE VERSION



NEGATIVE VERSION



El logotipo está disponible en varios colores, pero **las dos versiones principales son azul oscuro y blanco**. Pueden utilizarse las otras versiones del logotipo, aunque debe tener siempre un **alto contraste con el fondo**, para que sea completamente visible.

Espacio de seguridad del logotipo



Logotipo y emblema de la UE



El emblema de la UE debe tener la misma altura que el texto del logotipo de Global Gateway. Ambos elementos deben aparecer en todos los materiales gráficos.

El logotipo de Global Gateway está disponible en el [sitio web de recursos de comunicación de Global Gateway](#).

El logotipo debe aparecer siempre junto con el emblema de la UE. Asegúrese de que el logotipo/emblema de la UE sea lo más visible posible sobre el fondo. El logotipo aparecerá siempre en primer lugar seguido del emblema de la UE. En los materiales gráficos podrán aparecer de dos formas distintas.

Opción A: el logotipo y el emblema de la UE están alineados en la parte superior del material gráfico. El logotipo se coloca a la izquierda y el emblema de la UE a la derecha en la parte superior.

Opción B: el logotipo y el emblema están alineados a la izquierda. El logotipo se coloca en la parte superior izquierda y el emblema de la UE en la parte inferior izquierda.

Materiales gráficos **cuadrados**



Materiales gráficos **verticales**

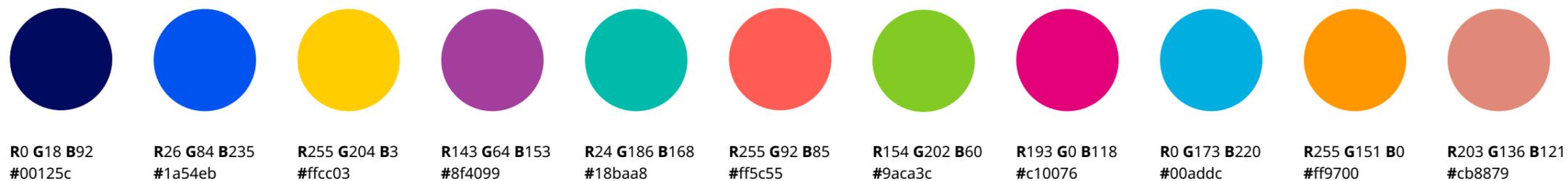


Materiales gráficos **horizontales**



PALETA DE COLORES

PALETA PARA MATERIAL DIGITAL



EJEMPLOS DE COMBINACIONES DE COLOR



PALETA PARA MATERIAL IMPRESO



TIPOGRAFÍA

TÍTULOS: NOTO SANS BOLD

Títulos.

Títulos.

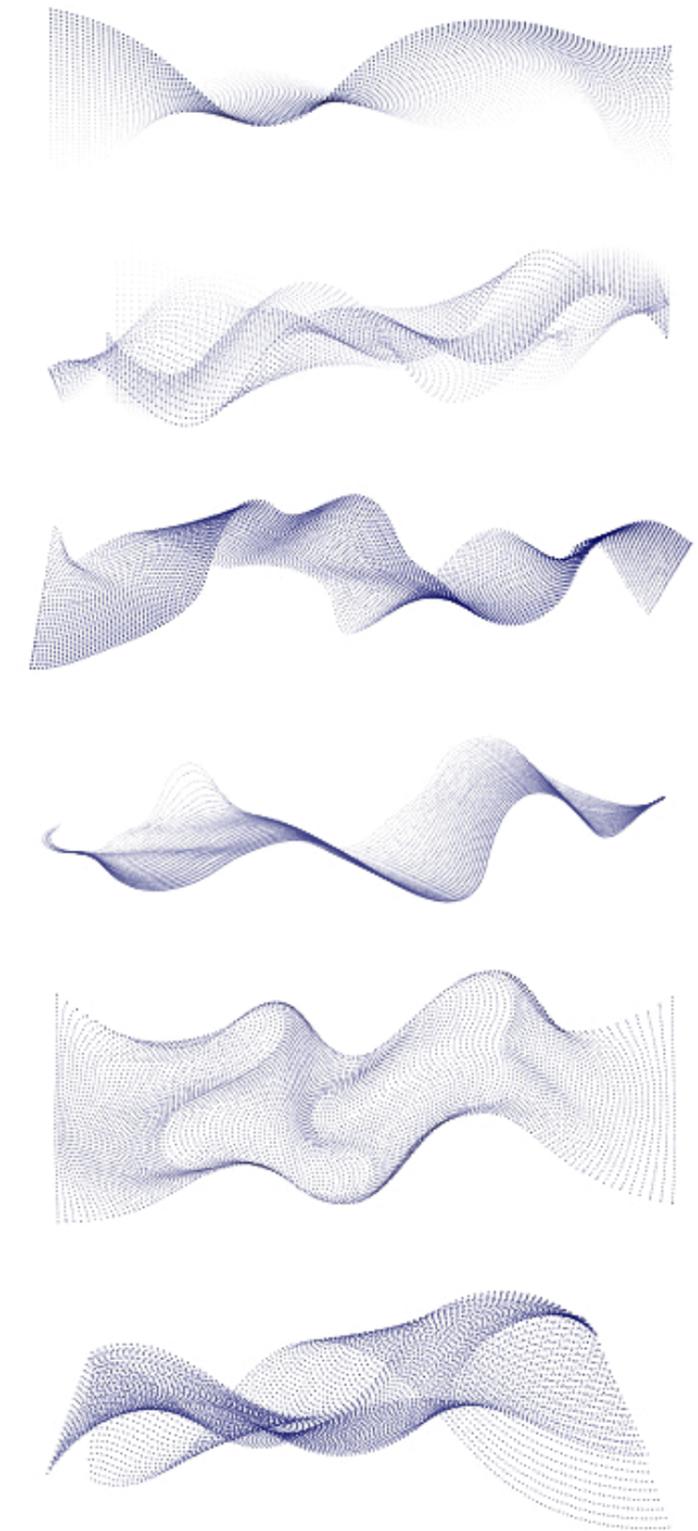
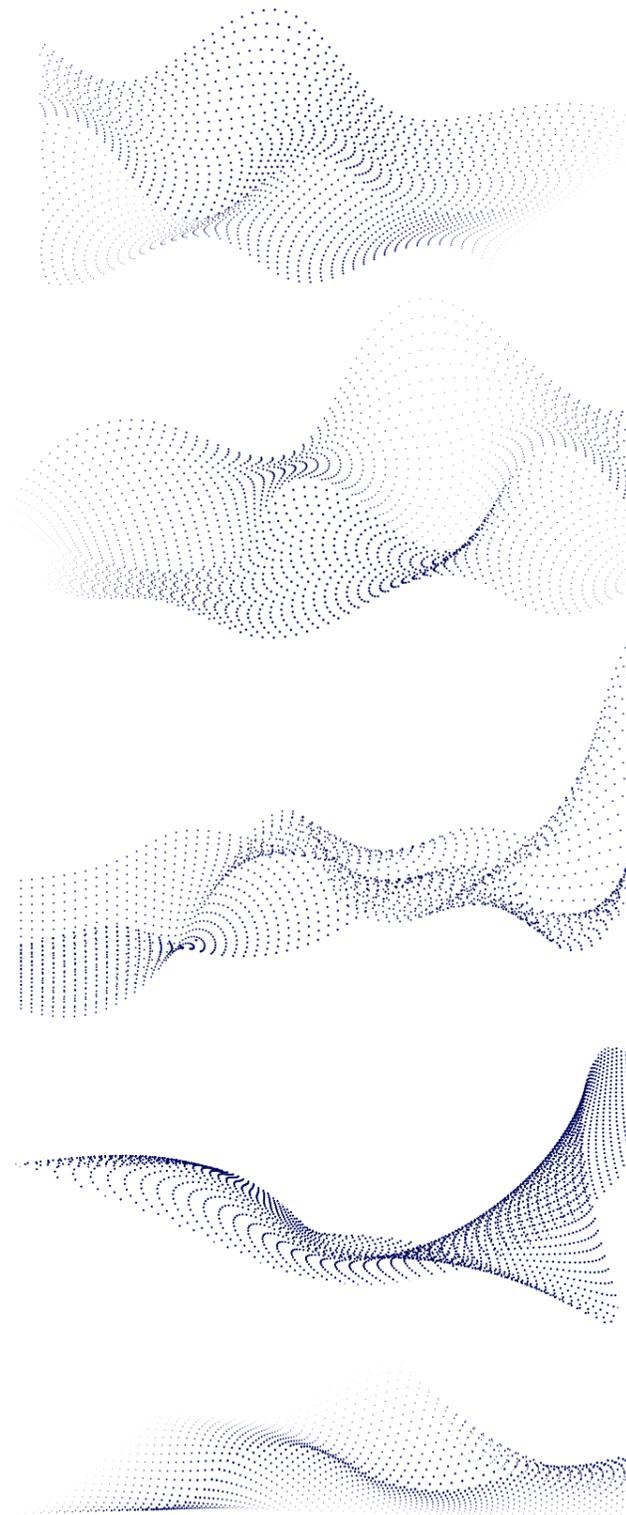
Títulos.

CUERPO DE TEXTO: NOTO SANS

Enlace de descarga: fonts.google.com/noto/specimen/Noto+Sans

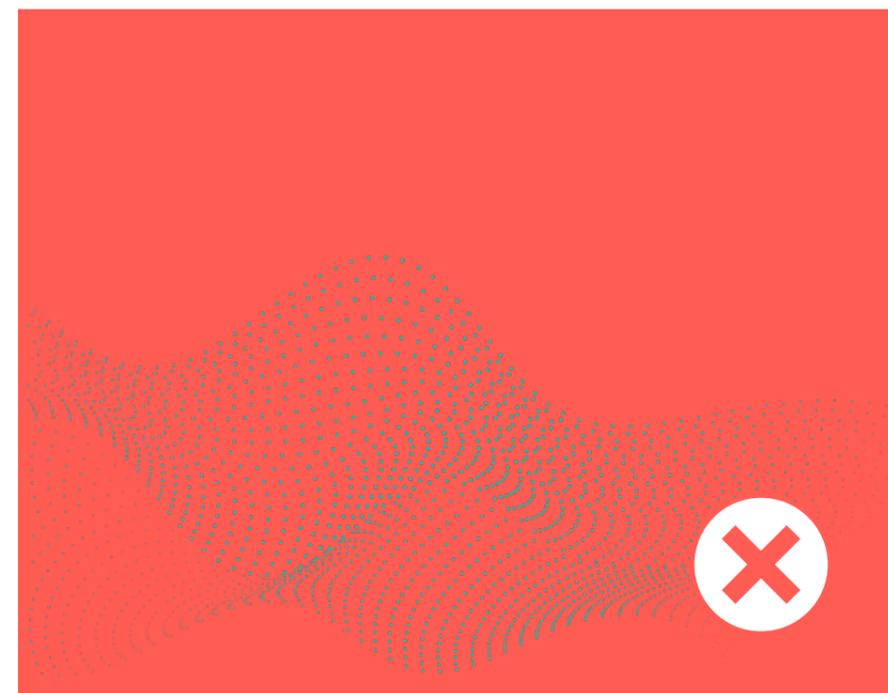
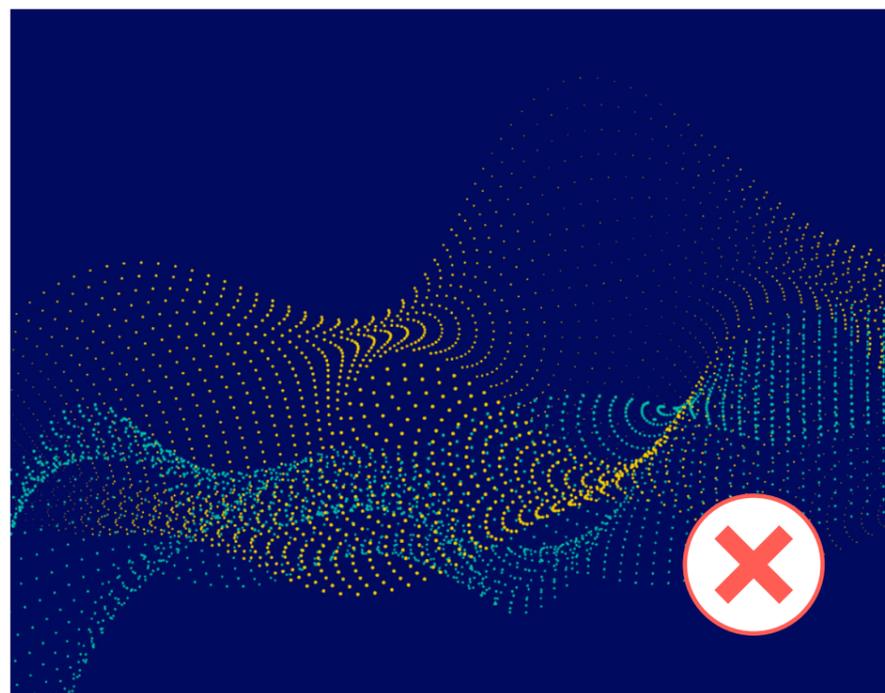
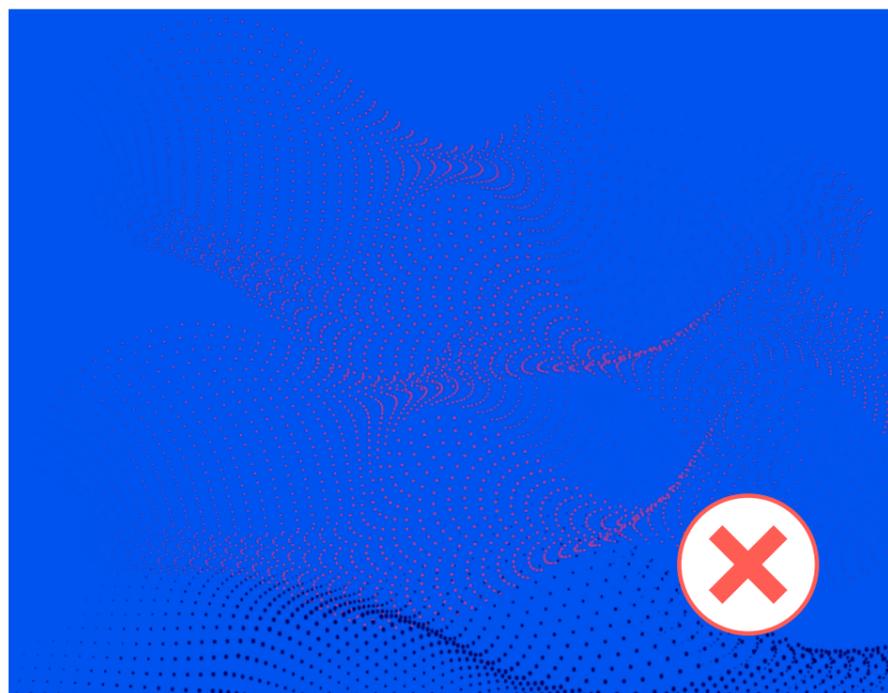
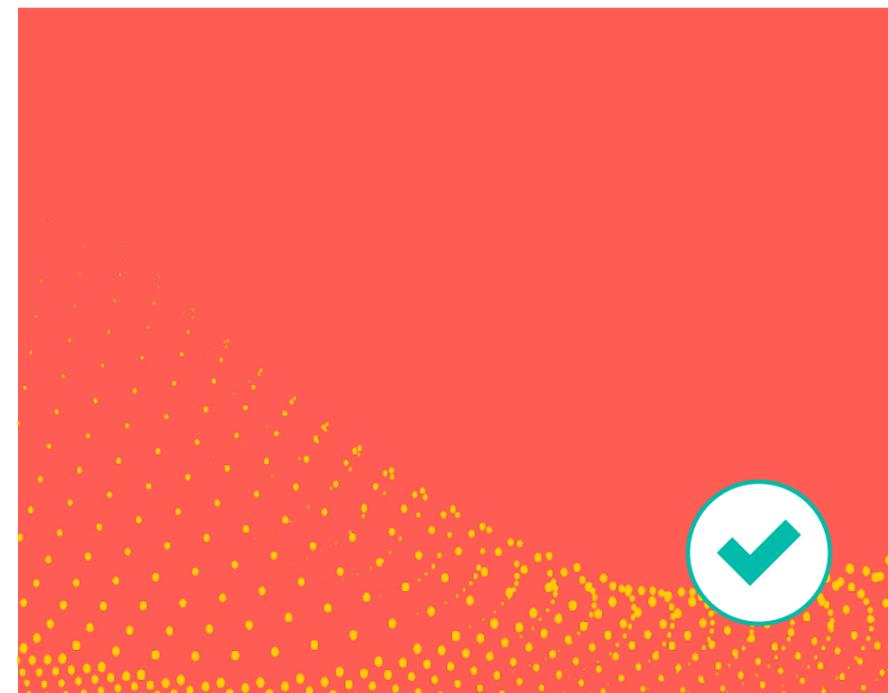
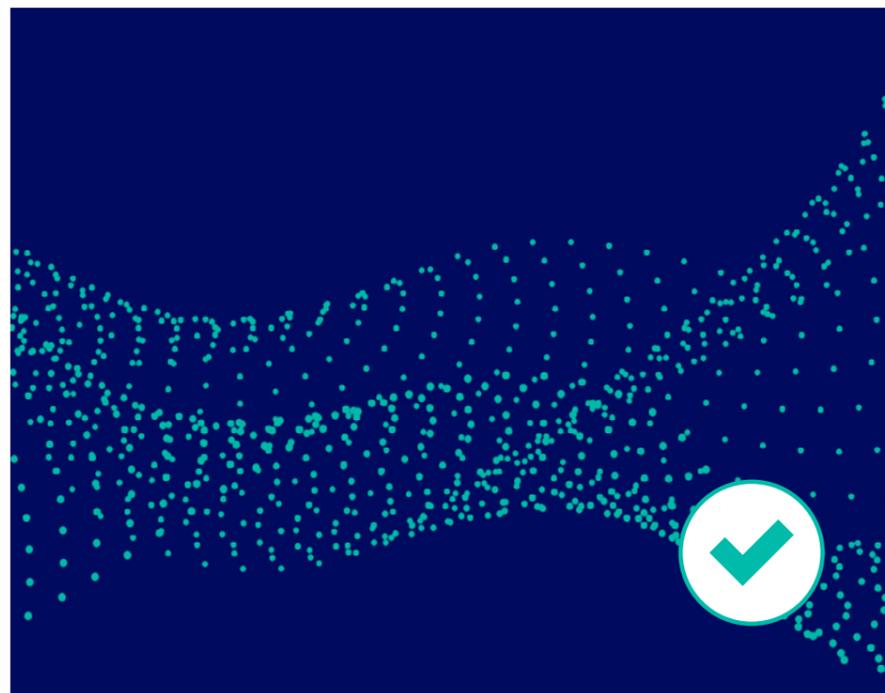
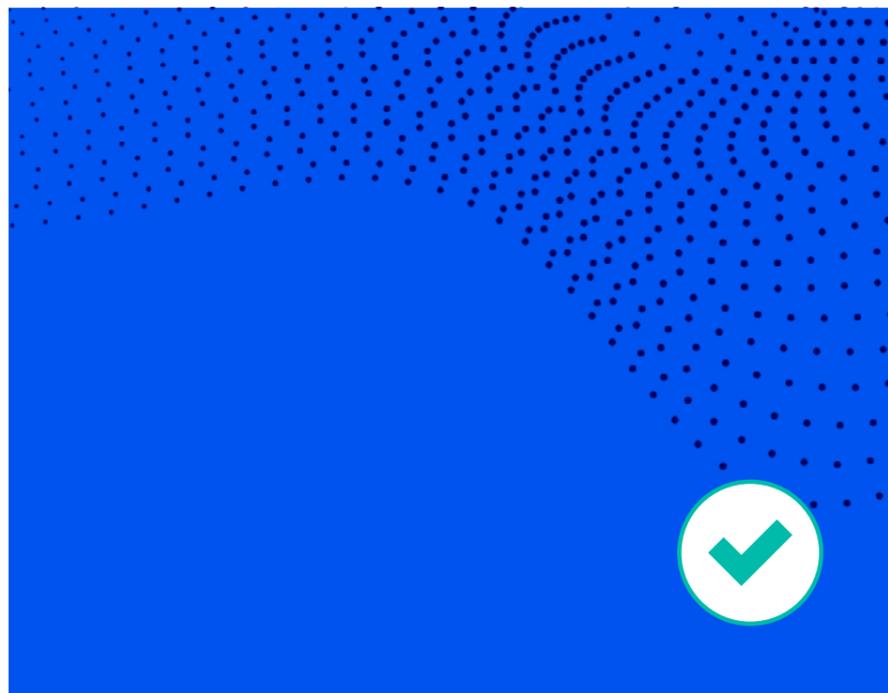
Other font option (ARIAL, solo si el tipo de letra Noto no está disponible)

FORMAS



Las formas pueden integrarse en fotografías que muestren proyectos, infraestructuras o paisajes. Las formas pueden ser de un color liso o degradado. Debe haber un buen contraste entre la forma y el fondo. Las formas están disponibles en el [sitio web de recursos de comunicación de Global Gateway](#).

USO CORRECTO E INCORRECTO



Problema de contraste.
Formas difusas.

Formas de distintos colores.
Formas difusas.

Problema de contraste.
Formas difusas.

USO CORRECTO E INCORRECTO



El emblema de la UE tiene distinta altura que el texto del logotipo de Global Gateway y los dos elementos no están alineados.

Falta el emblema de la UE: tiene que aparecer siempre junto con el logotipo de Global Gateway.

La forma tapa la cara y no interactúa con la persona.

OPCIONES CON MARCAS COMBINADAS

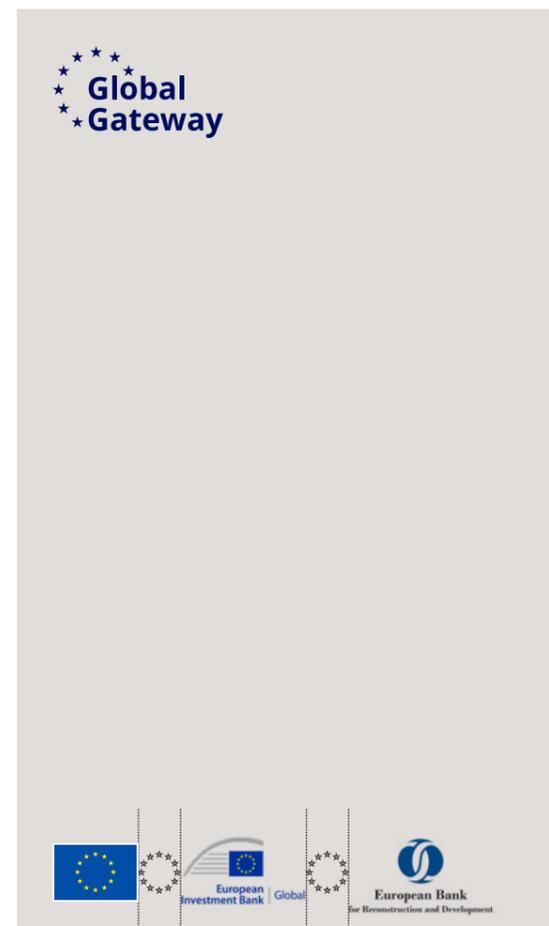
En caso de incluirse varias marcas, los logotipos de los socios deberán aparecer junto al emblema de la UE, respetando el espacio de seguridad (tamaño del círculo de estrellas del emblema de la UE).

Todos los logotipos deberán ser iguales y estar equilibrados desde el punto de vista visual, además de estar alineados horizontalmente entre ellos.

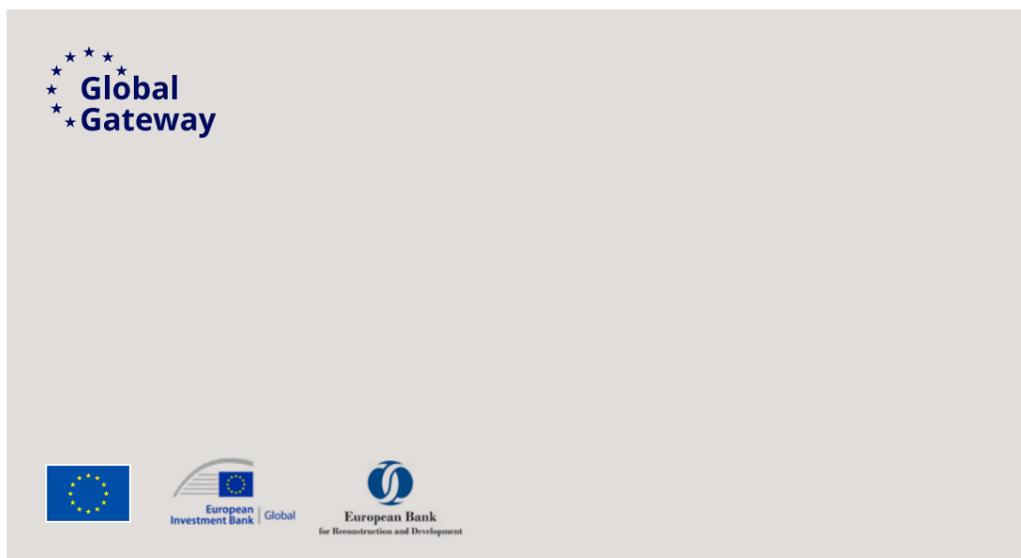
Materiales gráficos **cuadrados**



Materiales gráficos **verticales**



Materiales gráficos **horizontales**



MARCA COMBINADA CON EQUIPO EUROPA

En caso de combinarse la marca con actores del Equipo Europa, la bandera del Estado miembro de la UE o el logotipo de la agencia de ejecución del Estado miembro de la UE puede colocarse a la derecha de la bandera de la UE, alineado con el logotipo de Global Gateway. Puede utilizarse la bandera del Estado miembro de la UE o el logotipo de la agencia de ejecución del Estado miembro de la UE, pero no ambos.



MARCA COMBINADA CON EQUIPO EUROPA

En caso de combinarse la marca con un Estado miembro de la UE y un país socio tercero, la bandera del país socio deberá aparecer al final (tras la bandera del Estado miembro de la UE/logotipo de la agencia de ejecución del Estado miembro de la UE).

Global Gateway

EU-Kenya: Country project examples

#GlobalGateway #TeamEurope March 2023

and EU private sector engagement

DIGITAL (Priority 2023): Construction of optic fibre infrastructure and last mile connections.

DIGITAL (Priority 2023): Development of subsea digital cables linking Europe to Africa.

DIGITAL: Connecting data centres in Mombasa and Kampala (Uganda) and upgrading the National Optical Fibre Backbone Infrastructure network.

TRANSPORT (Priority 2023): Nairobi Green Mobility/Bus Lines (BRT 3).

TRANSPORT: 'Northern Corridor': upgrading 560km of highways.

TRANSPORT: Sea freight developed in alternative to air freight routes, reducing carbon footprint of exports from Kenya to the EU.

CLIMATE & ENERGY: Solar, wind and geothermal renewable energy generation.

CLIMATE & ENERGY: Development of hydrogen value chains.

These outputs do not capture the whole of the Team Europe engagement in country. They capture concrete infrastructure investments under Global Gateway. They will be accompanied by soft measures in a 360° approach, so as to improve the policy, regulatory and business environment, develop skills, foster innovation and transfer technology.

Global Gateway

EU-Mongolia: Country project examples

#GlobalGateway #TeamEurope March 2023

CLIMATE & ENERGY: Construction and rehabilitation of water network and pipes.

CLIMATE & ENVIRONMENT: Construction of new sanitary landfill and waste recycling plant in Ulaanbaatar.

CLIMATE & ENERGY: Creation of a Smart Land Management and Climate Responsive Digital Complex.

CLIMATE & ENERGY: Development of urban infrastructure such as roads, internet connection, and electricity networks.

CLIMATE & ENERGY (Priority 2023): Construction of the 220 km Choir-Sainshand double circuit 220kV transmission line.

CLIMATE & ENVIRONMENT (Priority 2023): Development of Forest partnerships to improve governance and sustainable management of forests.

These outputs do not capture the whole of the Team Europe engagement in country. They capture concrete infrastructure investments under Global Gateway. They will be accompanied by soft measures in a 360° approach, so as to improve the policy, regulatory and business environment, develop skills, foster innovation and transfer technology.

CO-BRANDING CON SOCIOS IMPLEMENTADORES

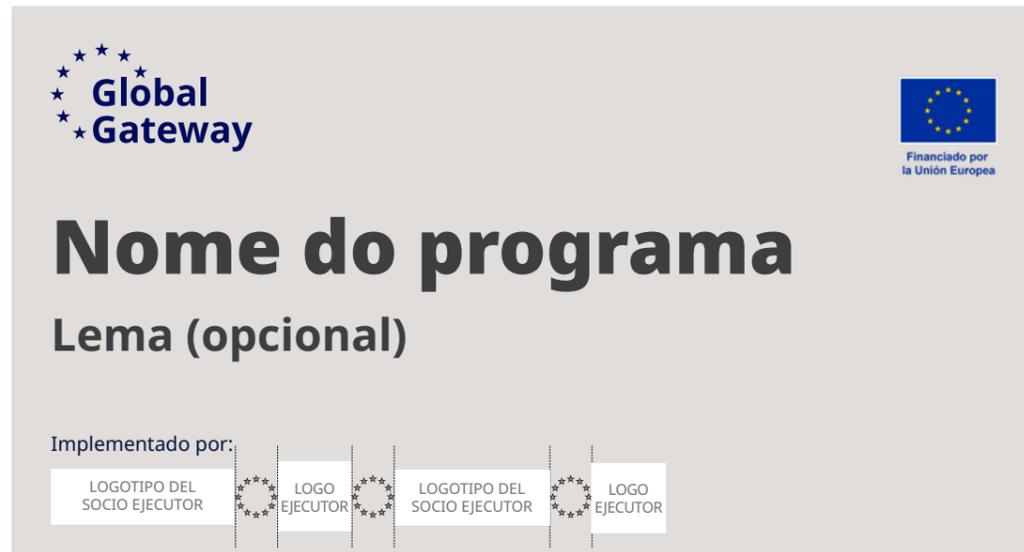
Los socios que implementen proyectos/programas financiados por la UE en el marco de Global Gateway deben incluir la declaración de financiación correspondiente ("Financiado por la Unión Europea" o "Cofinanciado por la Unión Europea") junto al emblema de la UE o debajo de este.

No se pueden crear logotipos para los programas financiados por la UE. No se deben añadir elementos gráficos al nombre del programa, que debe estar escrito en Noto Sans (tipografía de Global Gateway) sin modificaciones, salvo cambios en el color y en la negrita.

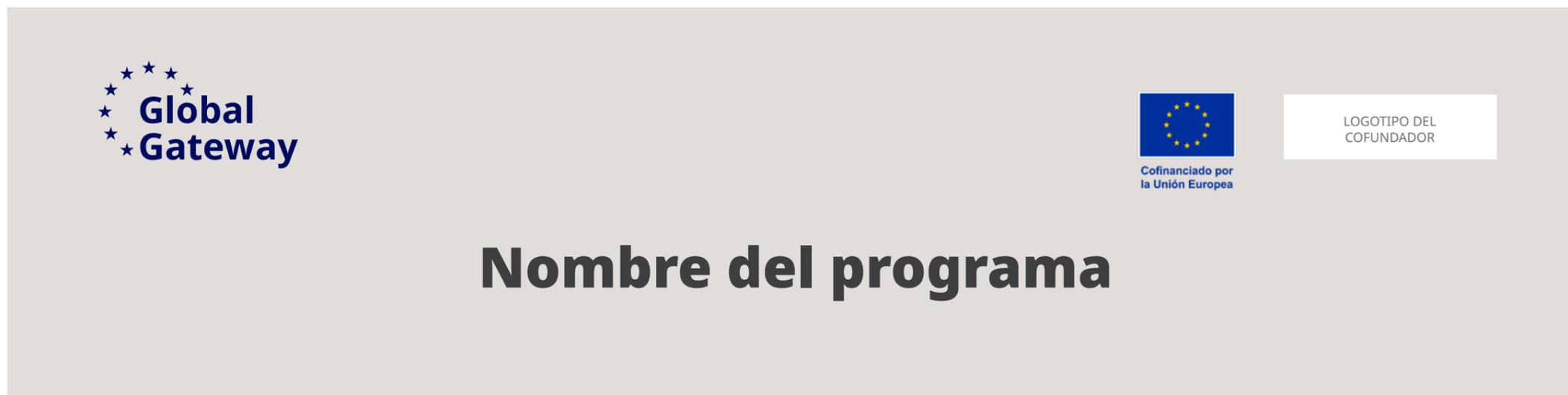
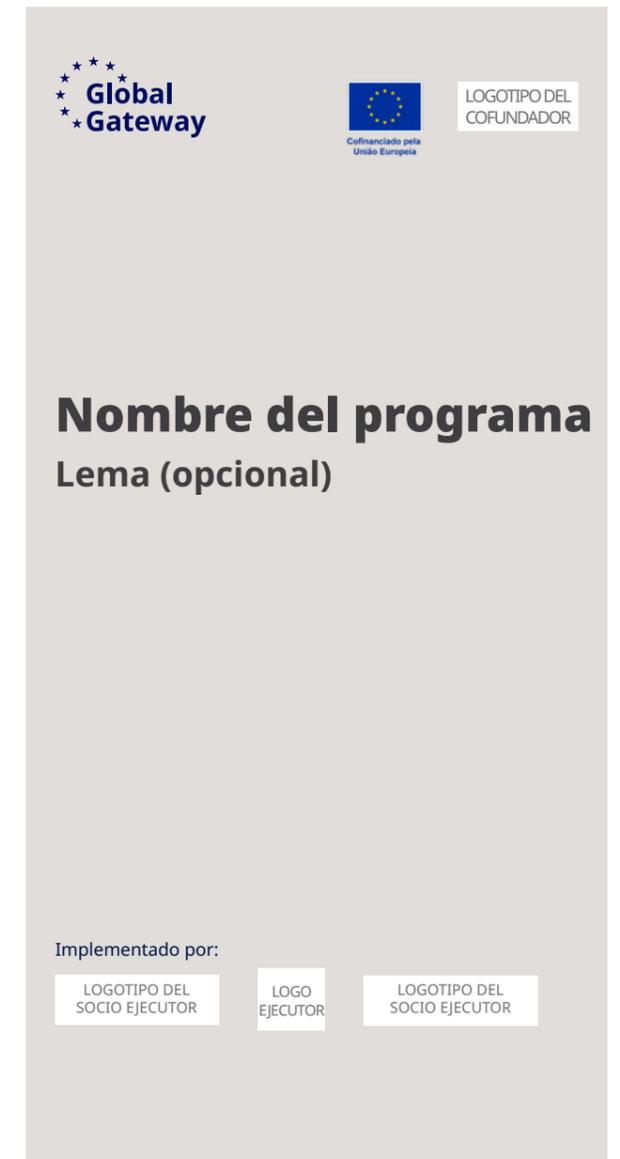
El nombre del programa debe integrarse dentro del contenido visual y no debe posicionarse al mismo nivel que el logo de GG, el emblema de la UE o cualquier otro logotipo.

Los logotipos y la identidad visual específicos de los programas existentes se irán eliminando y se adaptarán a los elementos de la marca Global Gateway (logo de GG, tipografía, paleta de colores y forma).

Horizontal visuals



Vertical visuals



MARCA COMBINADA CON EL SECTOR PRIVADO

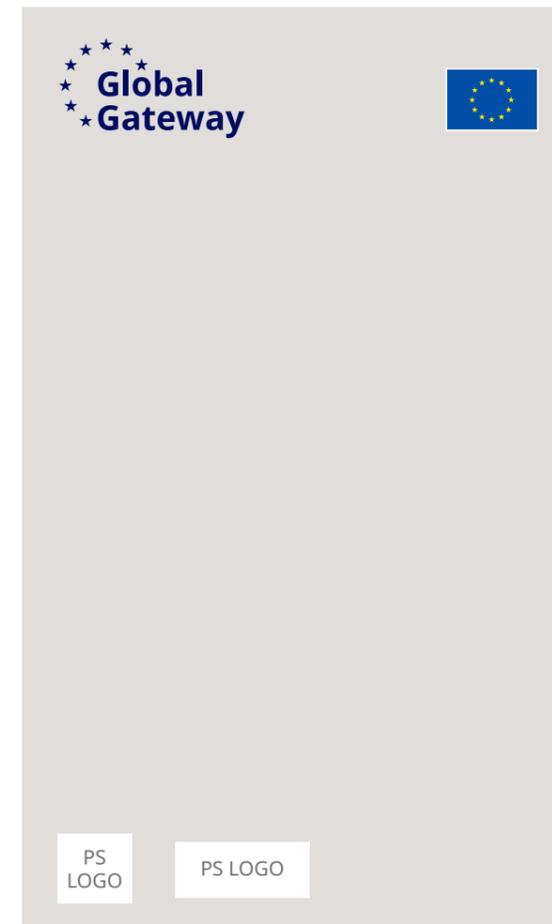
En caso de combinarse la marca con empresas del sector privado, los logotipos del sector privado deberán aparecer en la parte inferior del material gráfico, respetando el espacio de seguridad (tamaño del círculo de estrellas del emblema de la UE).

Todos los logotipos deberán ser iguales y estar equilibrados desde el punto de vista visual, además de estar alineados horizontalmente entre ellos.

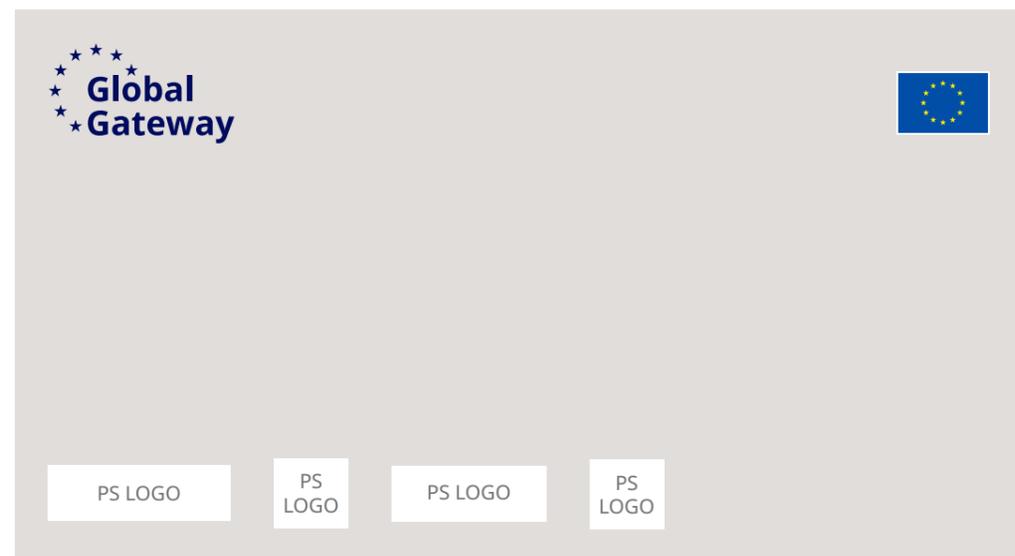
Materiales gráficos **cuadrados**



Materiales gráficos **verticales**

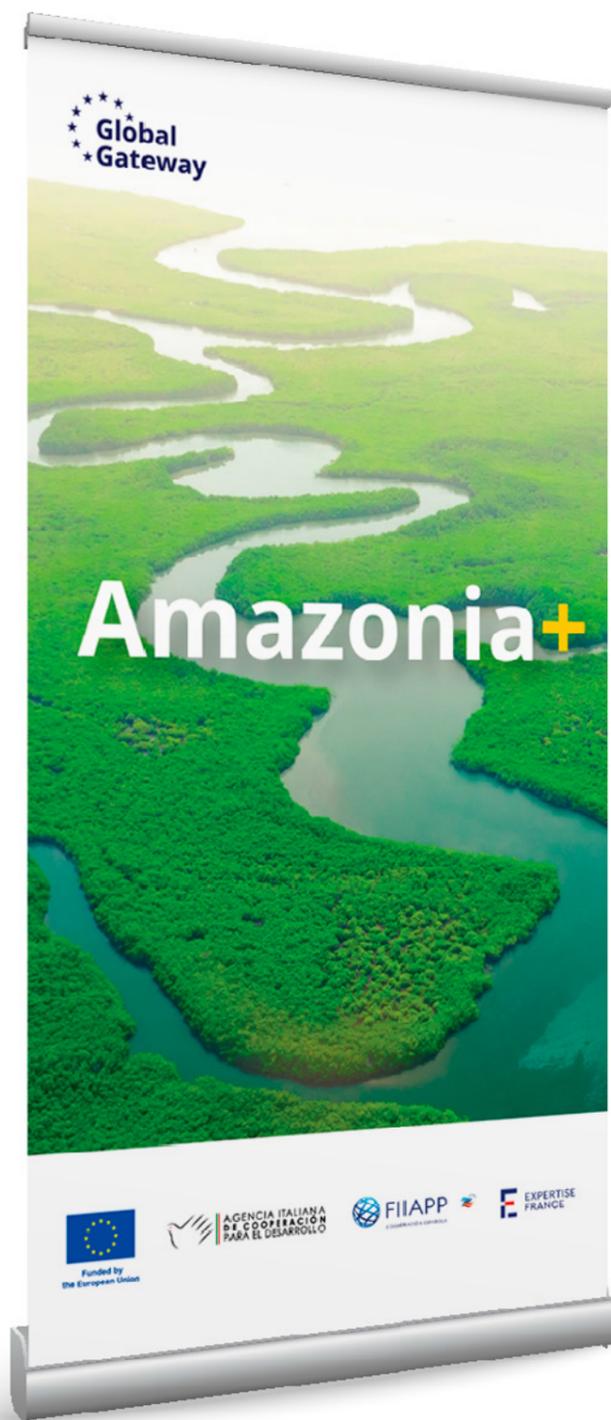


Materiales gráficos **horizontales**

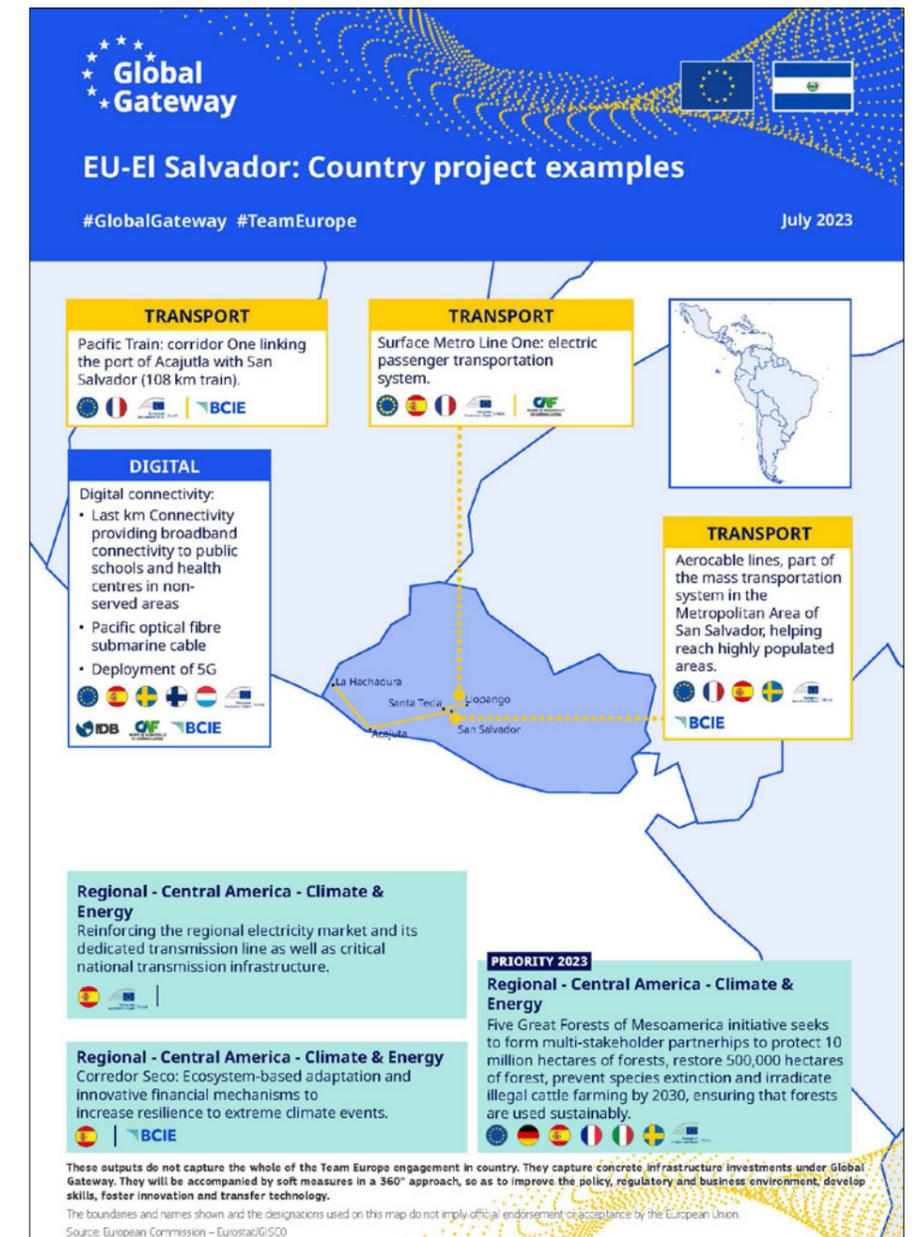
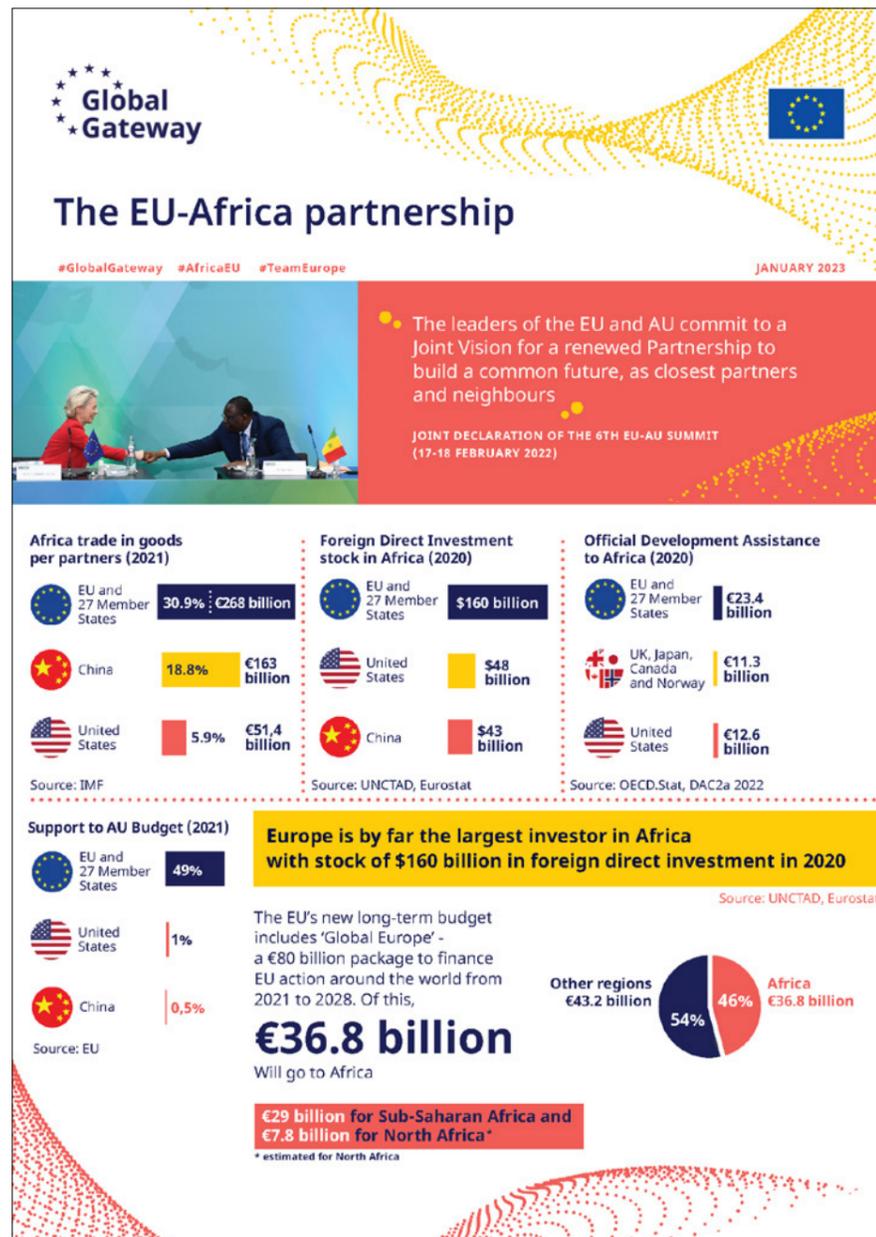


EJEMPLOS

ROLL-UPS



INFOGRAFÍAS



FICHAS INFORMATIVAS



Relationship with the EU

- The EU's Arctic policy has been updated regularly since it was first outlined in 2008, including the joint communication of 27 April 2016
- Joint Communication on "A stronger EU engagement for a greener, peaceful and prosperous Arctic" (13 October 2021)

Total EU funding for external action

- EU Arctic-related funding is provided through several programmes and initiatives, including Interreg, InvestEU, HorizonEurope, as well as the Copernicus and Galileo space programmes
- The EU invested around €200 million in Arctic-related research under Horizon 2020 (2014-2020), and will support Arctic science via the Horizon Europe Programme (2021-2027)

Initiatives

The EU has strategic and day-to-day interests, both in the European Arctic as well as the broader Arctic region, and shares the responsibility for sustainable development there. Increased maritime connectivity and natural resource availability in the Arctic region due to the decrease of the Arctic ice present new opportunities, but their environmental and strategic implications require close monitoring. At the same time, digital connectivity is needed to remove dead zones and ensure cohesion across the Arctic and with EU Member States.



Promote **digital connectivity** between the EU and the Arctic region through support to the implementation of 5G cross-border corridors.



Invest in **renewables and clean energy**, including renewable hydrogen, in Greenland. These investments will also support the development of CO2 free raw materials value chains in Greenland.

© European Union, 2021. Reuse of this document is allowed, provided appropriate credit is given and any changes are indicated (Creative Commons Attribution 4.0 International license). For any use or reproduction of elements that are not owned by the EU, permission may need to be sought directly from the respective right holders. All images © European Union, unless otherwise stated.



Africa's Great Green Wall Initiative



Africa's Great Green Wall Initiative aims to green the Sahel, improve climate resilience and restore dignified and sustainable living conditions, contributing to improve stability and security across the region. Spanning 18 countries, EU funding for this pan-African priority will contribute to restoring land fertility and support value-chain development and livelihoods, thereby:

- ensuring food and nutrition security
- protecting biodiversity and ecosystems
- fighting climate change
- improving energy security



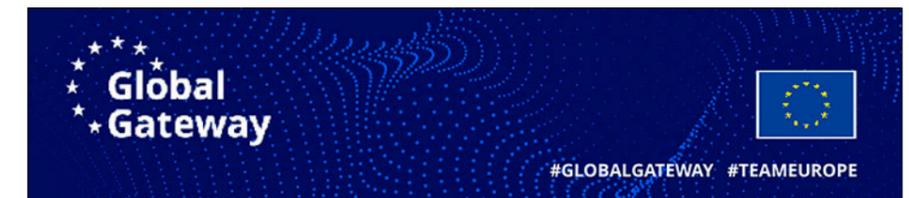
€3.5 billion

in EU funding over five years, with further contributions from Team Europe foreseen



© European Union, 2022. Reuse of this document is allowed, provided appropriate credit is given and any changes are indicated (Creative Commons Attribution 4.0 International license). For any use or reproduction of elements that are not owned by the EU, permission may need to be sought directly from the respective right holders. All images © European Union, unless otherwise stated.

Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2022
 Print ISBN 978-92-76-47943-7 doi:10.2775/820412 NA-07-22-004-EN-C
 PDF ISBN 978-92-76-47923-9 doi:10.2775/051268 NA-07-22-004-EN-N



Top tips for launching a Team Europe Initiative (TEI)

- 1. Ensure the TEI is part of your strategic communication plan**
 In line with the new approach to strategic communication and public diplomacy, the aim is to communicate in a coherent manner and use Global Gateway underpinned by TEIs as a vehicle to bring us closer to key overall political objectives.
- 2. Liaise with the relevant HQ comms team**
 Ensure that your regional press and social media officer from EEAS StratComm/NEAR A1/ INTPA 02/ is informed and involved early on (e.g. before you decide on a date and the format).

This is particularly crucial for flagship TEIs as these have high political importance and require Global Gateway branding with the potential for the Commissioner's attendance/involvement.

- 3. Launch together as Team Europe**
 TEIs are joint EU-MS-EDFI initiatives and should be launched collectively with the participation of all contributing TE members, led at the highest possible level, and be presented as representative of what Europe stands for and offers to the country.
- 4. Tag onto an important event or organise your own event to launch the TEI**
 Consider whether the launch can be done in connection with a summit, high level mission, national event or equivalent high-level political event.

Timing is important and should reflect on your strategic calendar and national context. Ideally, the launch would be followed up by direct action on the ground.

Depending on the type of event you foresee (in presence, hybrid or virtual) promote actively and share your invitations/links with the all interested stakeholders, including Brussels HQ, in particular INTPA 02, D1 or on the TE platform.

- 5. Include a high level partner country representative**
 Strongly consider whether a partner country representative (e.g. a relevant minister) can take part and make a statement, as well as other relevant heads of stakeholders, such as CSOs, local authorities and national and international private sector – this also goes for regional TEIs.

- 6. Focus on target audiences**
 It is good practice to identify key target audiences, partners and beneficiaries and demonstrate how the EU actions are relevant for them through concrete success stories.

- 7. Develop joint messaging**
 Agree on key political messages with the Member States and other participating TE members to make sure that everyone's press announcements and social media outreach are aligned. The narrative should focus not only on what we will do, but why. This includes emphasising shared values,

MATERIALES GRÁFICOS EN REDES SOCIALES

Global Gateway

EU - Argentina
flagship projects
in 2023 under
Global Gateway

This graphic features a dark blue background with a white map of Argentina on the left. The Global Gateway logo and the European Union flag are in the top left corner, and the Argentine flag is in the top right corner. The text is in white and yellow.

Developing Gran Chaco and expanding the electricity transmission network covering 23 provinces nationwide

This graphic shows a high-voltage electricity pylon against a blue sky with white clouds. The text is in white and red.

Developing critical raw materials value chains for lithium and copper

This graphic depicts a vast, flat landscape with a light blue sky and a body of water in the foreground. The text is in white and purple.

Producing Green Hydrogen

This graphic shows industrial storage tanks with a large 'H₂' symbol on one of them. The background is a blue sky with white clouds. The text is in white and red.

Enhanced digital literacy, digital skills and business skills for youth, with a focus on girls and those living in vulnerable situations in Mozambique.

This graphic features a young girl in a blue hijab pointing upwards. The background is purple with white dots. The text is in white. Logos for the EU, Sweden, and Mozambique are at the bottom.

Intra-Africa Academic Mobility Scheme

This graphic shows four diverse young people walking together outdoors. The background is a mix of blue and white. The text is in white and red.

Intra-Africa Academic Mobility Scheme

This graphic has a dark blue background with white dots at the bottom. The text is in white and red. The EU flag is in the top right corner.

Sustainable.
Establishing links with other energy systems and markets consistent with the renewable energy revolution

This graphic features a large wind turbine in a desert landscape. The background is a mix of blue and white. The text is in white and blue. The Global Gateway logo and EU flag are in the top left corner.

Education
Regional Teacher Programme
in Sub-Saharan Africa

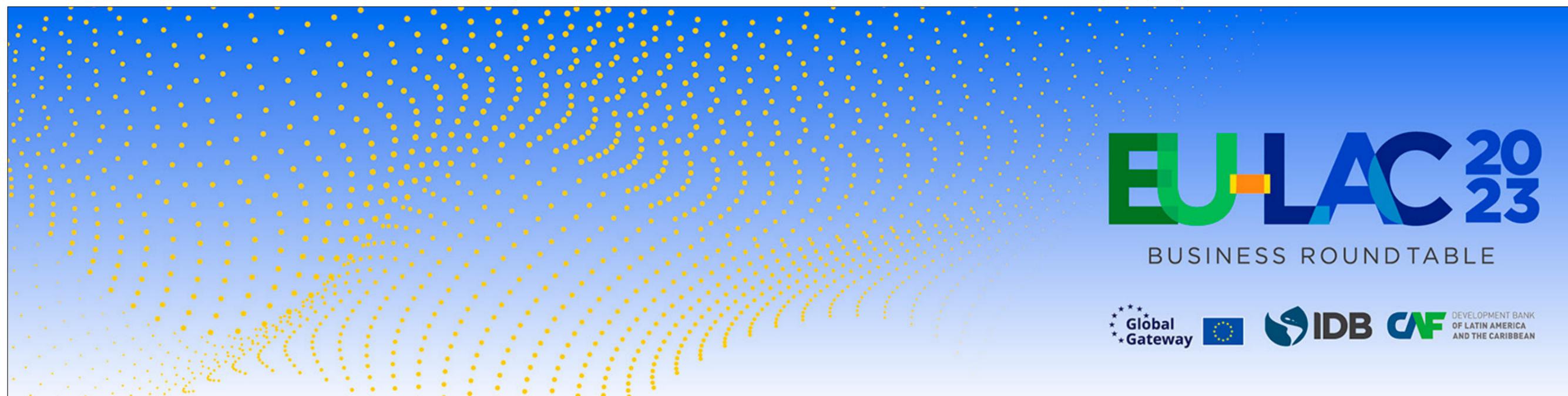
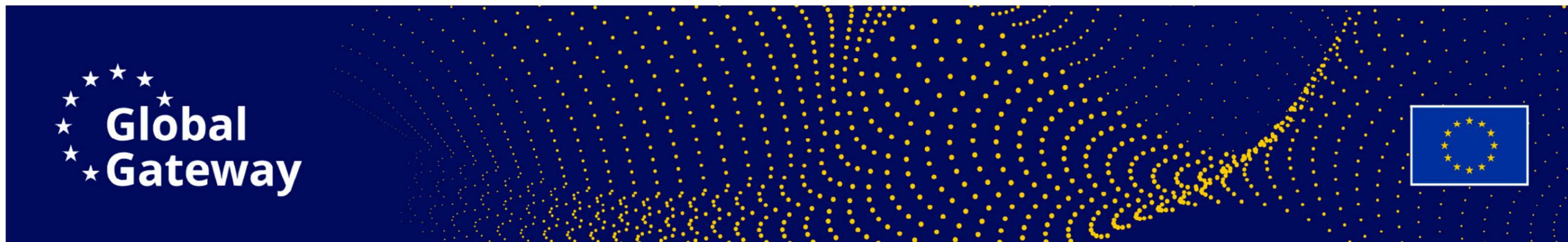
This graphic shows a teacher and a student looking at a whiteboard. The background is a mix of blue and white. The text is in white and yellow. The Global Gateway logo and EU flag are in the top left corner.

African and European Youth for Climate:
Inter-generational Action Exchange

1-3 September 2023

This graphic has a teal background with white dots. The text is in white. Logos for the EU and Africa are at the bottom.

BANNERS



FONDOS



Global Gateway

EU-Latin America and the Caribbean
Digital Alliance



Global Gateway



Global Gateway



EU-LAC 2023
BUSINESS ROUND TABLE



Amazonia+



Financiado por la Unión Europea

AGENCIA ITALIANA DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

COOPERACIÓN ESPAÑOLA

EXPERTISE FRANCE

PRESENTACIONES



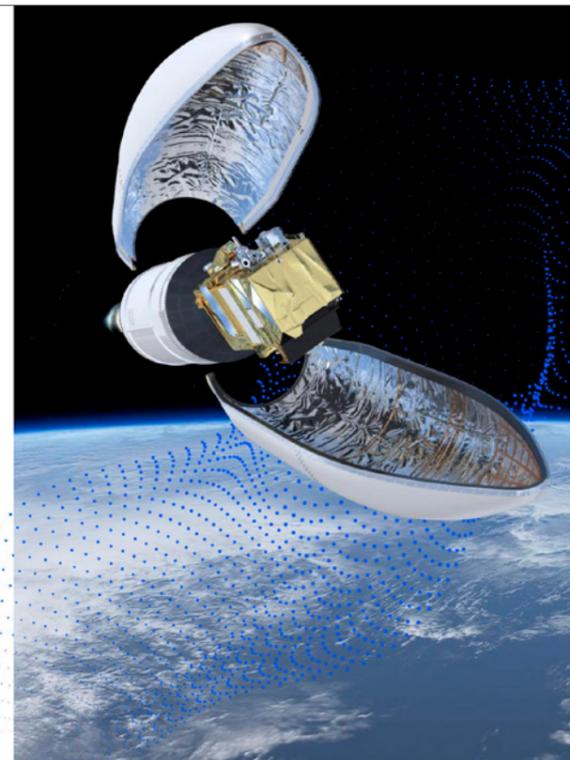
Team Europe Initiative - Philippines Digital Connectivity.

Objective: establish a Copernicus national site to archive satellite data and foster data access, storing, processing and exchange among Philippines authorities, to tackle disaster risk management and climate change. The TEI will enhance connectivity for better access to Copernicus and extend the national mirror site to a regional mirror site in South-East Asia

Beneficiary: Philippines

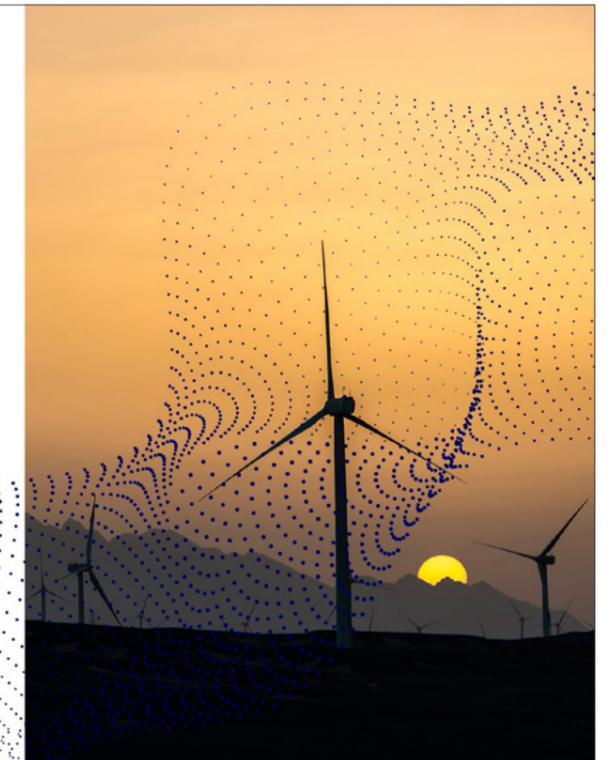
Financed actions: improve internet connection through acquiring Indefeasible Rights of Use on existing or new fibre submarine cables

EU contribution: €34 million



Sustainable.

Establishing links with other energy systems and markets consistent with the **renewable energy** transition



Utilice la [plantilla para presentaciones en PowerPoint](#) de Global Gateway.

CO-BRANDING CON SOCIOS IMPLEMENTADORES - EJEMPLOS

Global Gateway

EUROCLIMA

Building a green and just transition
With Latin America and the Caribbean

Co-funded by the European Union | german cooperation

Implemented by: aecid, AFD, ECLBC, EXPERTISE FRANCE, FIAPP, giz, UN environment programme

Global Gateway

Human Development Accelerator

Facilitating investments in health, nutrition, gender, education, and social inclusion

Funded by the European Union

Implemented by: European Investment Bank, BILL & MELINDA GATES foundation

Global Gateway

Co-funded by the European Union | German Cooperation

EUROCLIMA

Building a green and just transition
With Latin America and the Caribbean

Amazonia+

Implemented by: AGENCIA ITALIANA DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO, EXPERTISE FRANCE, FIAPP