



STRATÉGIE GLOBAL GATEWAY.

ORIENTATIONS RELATIVES À LA MARQUE

TABLE DES MATIÈRES

| | | | |
|--|----|---|----|
| MISSION..... | 3 | EXEMPLES | 19 |
| VISION..... | 3 | ROLL-UPS | 19 |
| VALEURS..... | 3 | INFOGRAPHIES | 20 |
| MARQUE..... | 3 | FICHES D'INFORMATION | 21 |
| TON..... | 4 | VISUELS DE RÉSEAUX SOCIAUX | 22 |
| SLOGANS | 5 | BANNIÈRES WEB | 23 |
| RÉSEAUX SOCIAUX | 5 | ARRIÈRE-PLANS | 24 |
| PHOTOGRAPHIE | 6 | PRÉSENTATIONS..... | 25 |
| VIDÉO | 7 | CO-BRANDING AVEC LES PARTENAIRES D'EXÉCUTION - EXEMPLES | 26 |
| STYLE VISUEL | 8 | | |
| LOGO | 8 | | |
| PALETTE DE COULEURS | 10 | | |
| TYPOGRAPHIE | 11 | | |
| FORMES | 11 | | |
| À FAIRE ET À NE PAS FAIRE | 12 | | |
| OPTIONS DE CO-BRANDING | 14 | | |
| CO-BRANDING AVEC L'ÉQUIPE EUROPE | 15 | | |
| CO-BRANDING AVEC LES PARTENAIRES D'EXÉCUTION | 17 | | |
| CO-BRANDING AVEC LE SECTEUR PRIVÉ | 18 | | |

MISSION

La stratégie « Global Gateway » crée des connexions durables et fiables au service des personnes et de la planète. Elle contribue à relever les défis mondiaux les plus urgents, de la lutte contre le changement climatique à l'amélioration des systèmes de santé en passant par le renforcement de la compétitivité et de la sécurité des chaînes d'approvisionnement mondiales.

« Global Gateway » vise à mobiliser des investissements grâce à une approche « Équipe Europe », qui rassemble l'UE, ses États membres et leurs institutions financières et de développement. Cette stratégie cherche à avoir un impact transformationnel dans les secteurs du numérique, du climat et de l'énergie, des transports, de la santé, de l'éducation et de la recherche.

Dans les Balkans occidentaux et dans les régions voisines, « Global Gateway » est mise en œuvre à travers des plans économiques et d'investissement.



VISION

Dans un monde en mutation, les partenariats de confiance et d'égal à égal comptent.

Notre vision « Global Gateway » est basée sur des connexions stratégiques, mutuellement bénéfiques et durables entre l'UE et les pays partenaires. Il s'agit de l'offre positive de l'UE à ses partenaires, dans le but de réduire les dépendances stratégiques et de renforcer la compétitivité et la sécurité des chaînes d'approvisionnement mondiales.

En intensifiant les investissements de haute qualité, nous aiderons les pays partenaires à réaliser une transition équitable, verte et numérique.



VALEURS

Nous sommes fidèles à nos valeurs – des valeurs que nous partageons avec nos partenaires du monde entier.

Elles constituent la base de tout notre travail.

Durabilité : nous investissons dans la construction d'un monde meilleur pour tous. Cela signifie que nous nous concentrons sur la durabilité sous toutes ses dimensions : sociale, environnementale, **économique et politique.**

Partenariat : nous croyons au pouvoir du partenariat et travaillons main dans la main avec nos partenaires aux niveaux mondial, régional, national et local.

Égalité : les projets et les investissements seront accessibles de manière juste et équitable et seront inclusifs, notamment en termes d'égalité de genre.

Transparence : nous cherchons à investir dans des projets au service des personnes. Pour parvenir à un investissement durable, les projets seront mis en œuvre avec des normes élevées, une transparence et une bonne gouvernance.

MARQUE

Global Gateway should be promoted as a brand. The brand of La stratégie « Global Gateway » doit être promue en tant que marque. La marque « Global Gateway » peut être utilisée par diverses communautés, organisations, institutions, acteurs de l'Équipe Europe, communautés locales et entreprises pour des activités indépendantes en dehors des initiatives et de l'implication financière de la Commission européenne. Elle peut également être utilisée en combinaison avec des marques nationales ou multilatérales pertinentes ([voir la section co-branding](#)).

Extrait d'une communication de Global Gateway :

« La stratégie « Global Gateway » vise à mobiliser des investissements allant jusqu'à 300 milliards d'euros entre 2021 et 2027. » *à p – qui rassemble les ressources de l'UE, des États membres, des institutions financières européennes et des institutions nationales de financement du développement »*

TON

Travailler à la mission « Global Gateway » à travers le monde signifie communiquer avec différents publics, via différents canaux et adopter différentes tactiques. Quel que soit le public et le support que nous utilisons, notre ton est cohérent.

Notre ton est : décidé, il communique des progrès positifs et inspire d'autres actions.

L'accent sera mis sur des messages simples, clairs et compréhensibles, en mettant en avant des exemples positifs des valeurs et du travail de l'Union européenne et de ses partenaires, basés sur des échanges concrets de personnes à personnes.

Décidé : l'UE et ses partenaires sont la force motrice de l'offre de changement positif de « Global Gateway ». Nos messages doivent être décidés et démontrer une position ferme et positive.

« Nous devons »

« Nous sommes convaincus »

« Sans relâche »

« Cela se fera »

Communique des progrès positifs : notre message montre un changement positif et se concentre sur nos objectifs, en mettant en avant les résultats constructifs et durables des initiatives « Global Gateway ».

« Nous construisons »

« Créer des opportunités »

« Vers un avenir meilleur »

« Transformer »

Inspire d'autres actions : la stratégie « Global Gateway » est un moteur de changement qui permet l'investissement, la création d'emplois, les échanges et inspire une transformation positive.

“Empower”

“Drive sustainable change”

“Inspire”



TAGLINES



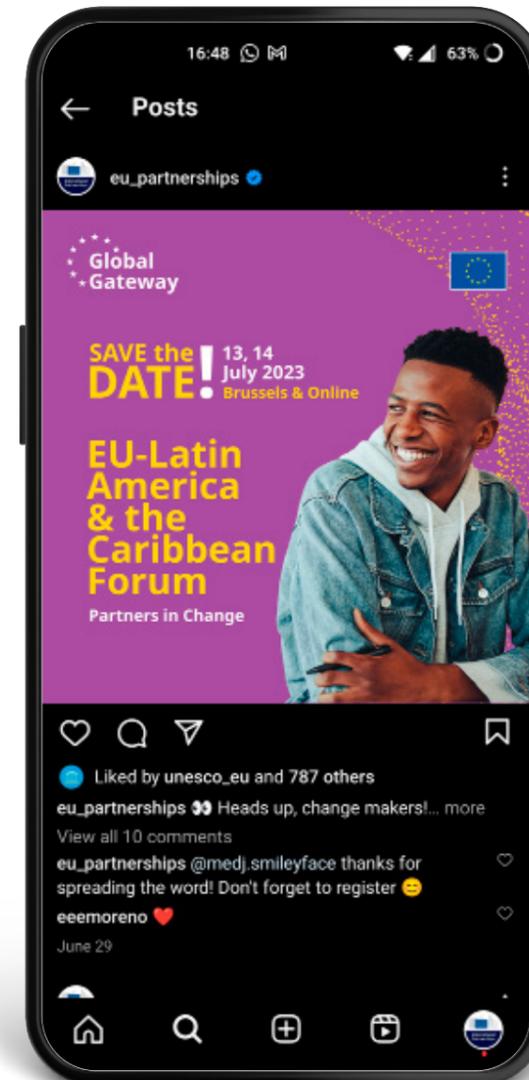
RÉSEAUX SOCIAUX

Veillez utiliser les [modèles pour les réseaux sociaux](#) Global Gateway.

Les formes doivent être associées à des photos représentant des personnes ou des infrastructures. Les photos incluant des personnes doivent être constituées de portraits ou de personnes en action, dans des poses naturelles, en évitant les prises de vue en studio qui semblent avoir été répétées. Les formes doivent interagir avec les objets et les personnes mais ne doivent pas couvrir leur visage.

Les formes peuvent être intégrées dans des photos mettant en valeur des projets, des infrastructures, des paysages. Les formes peuvent être d'une seule couleur unie ou dégradée. Il doit y avoir un contraste suffisant entre la forme et l'arrière-plan.

Toujours inclure des hashtags : **#GlobalGateway** **#EquipeEurope** et **#PEI** (pour le voisinage de l'UE et les Balkans occidentaux)



PHOTOGRAPHIE

La photographie est un outil puissant pour raconter une histoire. Nous regardons le monde avec un œil journalistique, non orchestré et investigateur.

Que ce soit à travers un seul cliché ou une série de photos, la photographie peut capter l'attention des gens et susciter des émotions chez le spectateur. Nous comprenons que les sujets sincères ne sont remarqués que grâce à une imagerie émotionnelle.

Les formes doivent être associées à des photos représentant des personnes ou des infrastructures.

Les photos incluant des personnes doivent être constituées de portraits ou de personnes en action, dans des poses naturelles, en évitant les prises de vue en studio qui semblent avoir été répétées. **Les formes doivent interagir avec les objets et les personnes, mais ne doivent pas couvrir leur visage.**

Une collection de photographies avec l'identité visuelle « Global Gateway » est disponible sur le [portail audiovisuel de la CE](#).



VIDÉO

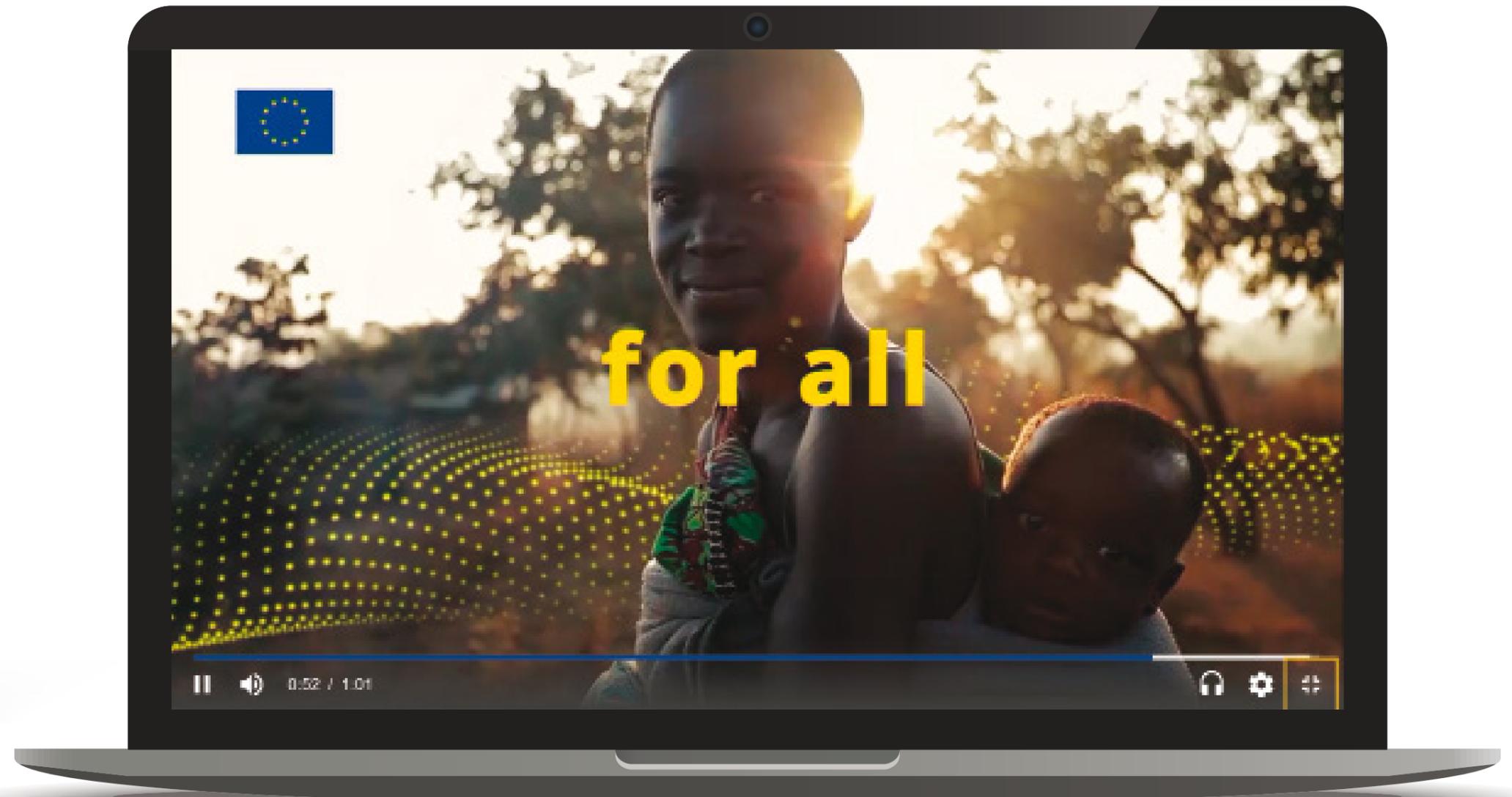
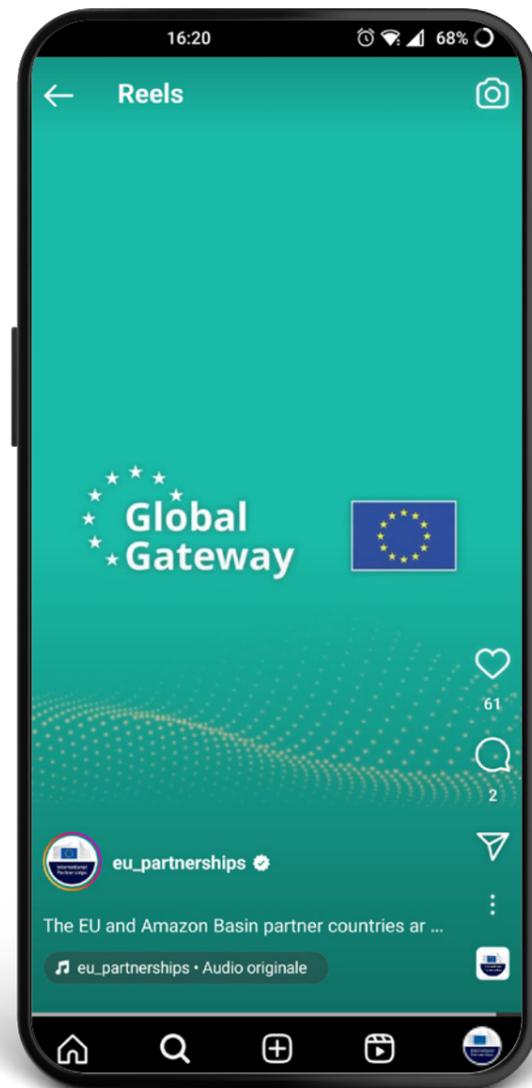
Les gens sont des êtres visuels, et la vidéo continue de gagner en importance en tant que moyen de communication. Les spectateurs retiennent davantage un message lorsqu'ils le regardent dans une vidéo que lorsqu'ils le lisent dans un texte, ce qui signifie que la vidéo joue un rôle important dans la communication de l'intention et de l'impact.

Qu'elles soient centrées sur l'humain ou axées sur l'information, les vidéos doivent s'appuyer sur des valeurs et des émotions pour capter l'attention du spectateur.

L'outro vidéo « Global Gateway » doit clôturer toutes les vidéos liées à « Global Gateway ».

Le logo « Global Gateway » avec des éléments animés, l'outro et d'autres ressources visuelles sont disponibles sur [le site web des ressources de communication Global Gateway](#).

Une collection de vidéos avec l'identité visuelle « Global Gateway » est disponible sur [le portail audiovisuel de la CE](#).



STYLE VISUEL

Le style visuel de « Global Gateway » inspire la modernité et l'action. La forme de vague représente les liens entre les personnes et la connectivité pour réaliser des progrès.

LOGO

VERSION POSITIVE



VERSION POSITIVE



VERSION NÉGATIVE



Le logo existe en plusieurs couleurs, mais **les deux versions principales sont le bleu foncé et le blanc**. Les autres versions du logo peuvent être utilisées, mais le logo doit toujours être en **contraste élevé avec l'arrière-plan** afin d'être entièrement visible.

Zone de sécurité logo



Logo et emblème de l'UE



L'emblème de l'UE doit être de la même hauteur que le texte du logo « Global Gateway ». Les deux éléments doivent apparaître sur chaque type de visuel.

Le logo « Global Gateway » est disponible sur [le site web des ressources de communication Global Gateway](#).

Le logo et l’emblème de l’UE doivent toujours apparaître ensemble. Assurez-vous de toujours offrir une grande visibilité entre le logo/l’emblème de l’UE et l’arrière-plan. Le logo doit toujours apparaître en premier, suivi de l’emblème de l’UE. Il existe deux options pour les placer sur des visuels.

Option A : le logo et l’emblème de l’UE sont alignés en haut du visuel. Le logo est placé en haut à gauche et l’emblème de l’UE en haut à droite.

Option B : le logo et l’emblème sont alignés à gauche. Le logo est placé en haut à gauche et l’emblème de l’UE en bas à gauche.

Visuels **carrés**



Visuels **verticaux**

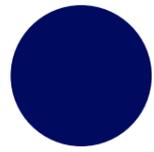


Visuels **horizontaux**



PALETTE DE COULEURS

PALETTE NUMÉRIQUE



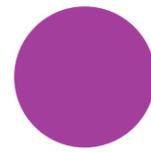
R0 G18 B92
#00125c



R26 G84 B235
#1a54eb



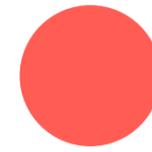
R255 G204 B3
#ffcc03



R143 G64 B153
#8f4099



R24 G186 B168
#18baa8



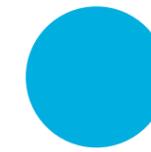
R255 G92 B85
#ff5c55



R154 G202 B60
#9aca3c



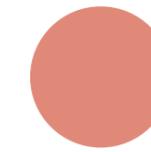
R193 G0 B118
#c10076



R0 G173 B220
#00addc



R255 G151 B0
#ff9700



R203 G136 B121
#cb8879

EXEMPLES DE COMBINAISONS DE COULEURS



PALETTE POUR IMPRESSION



C100 M90 Y0 K55



C100 M55 Y0 K0



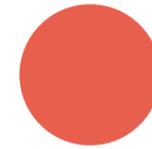
C0 M15 Y95 K0



C45 M84 Y0 K0



C84 M0 Y40 K0



C0 M75 Y65 K0



C24 M0 Y70 K21



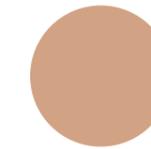
C0 M100 Y39 K24



C100 M10 Y0 K0



C0 M41 Y100 K0



C0 M49 Y93 K0

TYPOGRAPHIE

TITRES - NOTO SANS GRAS

Titles.

Titles.

Titles.

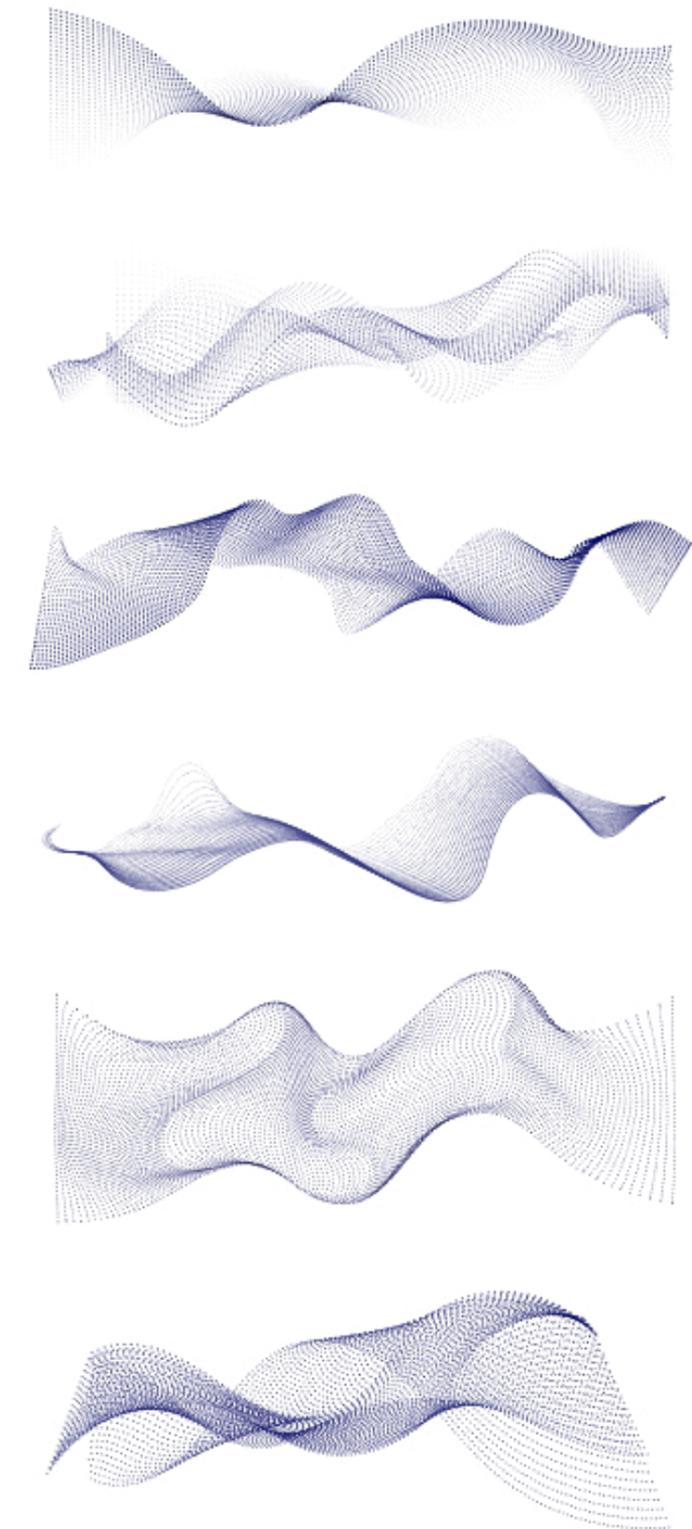
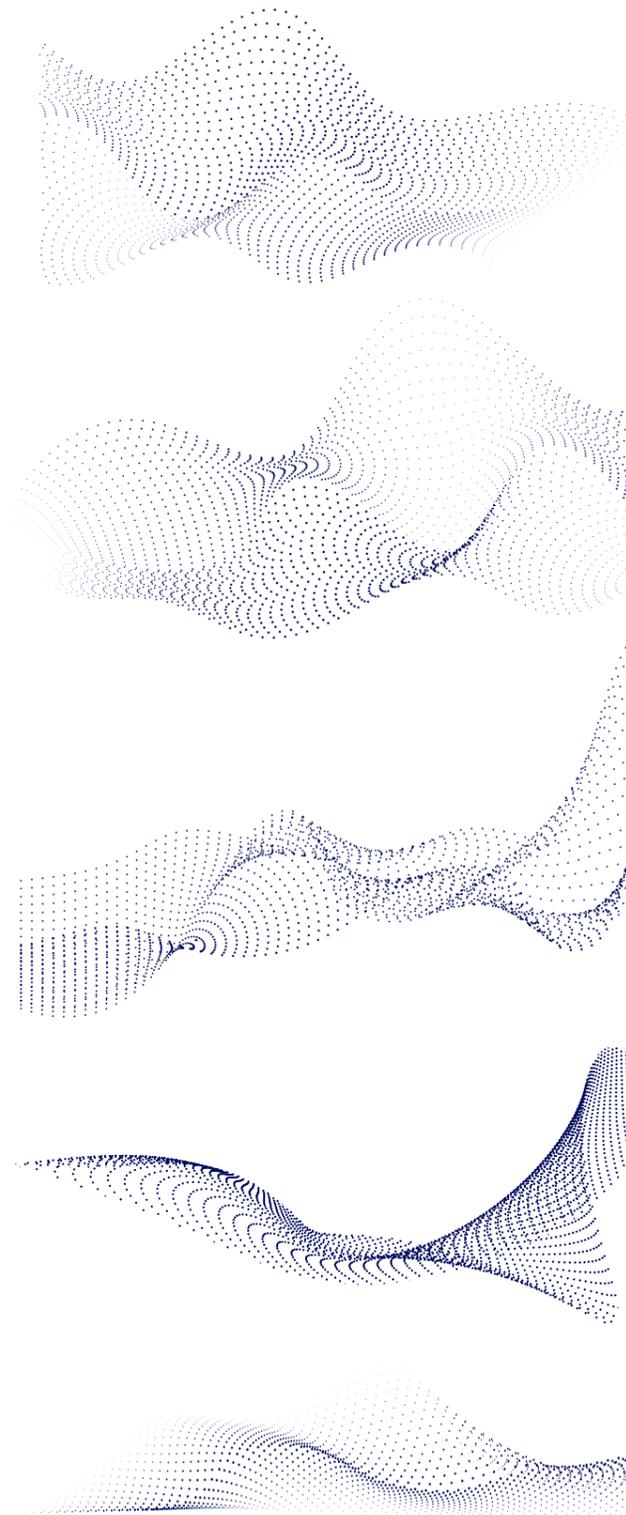
CORPS DE TEXTE - NOTO SANS

Lien de téléchargement :

<https://fonts.google.com/noto/specimen/Noto+Sans>

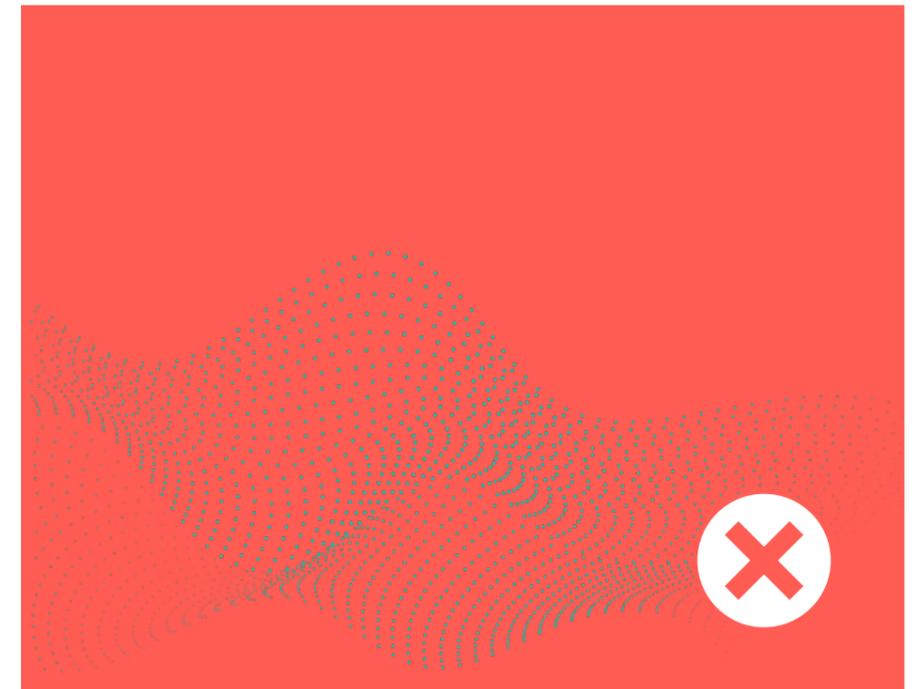
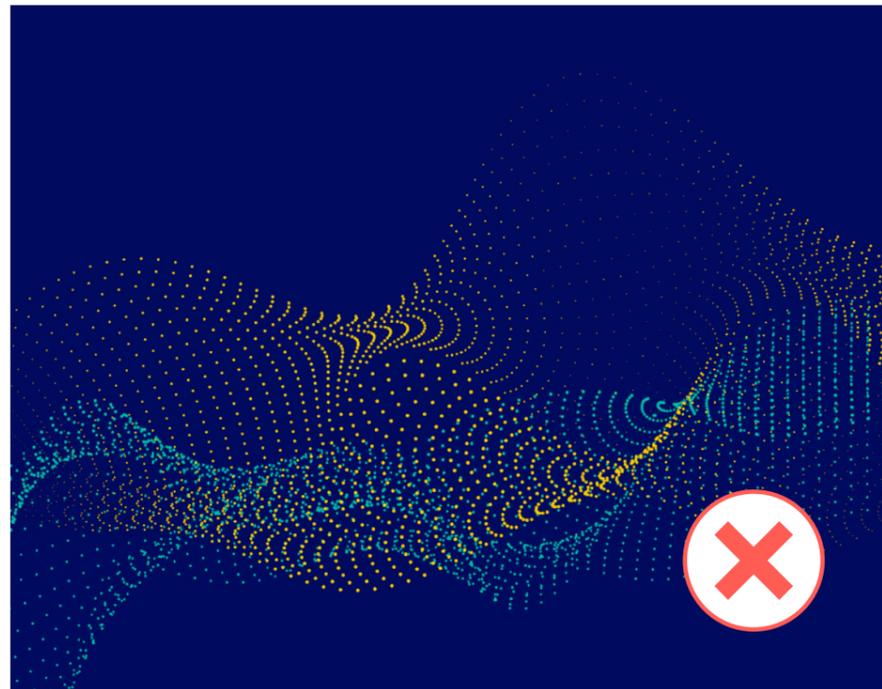
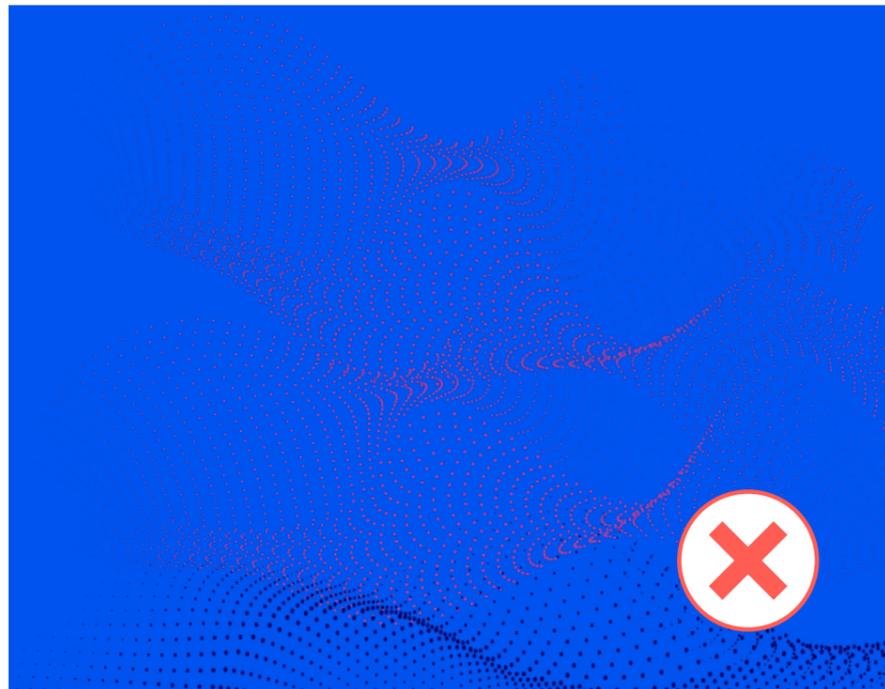
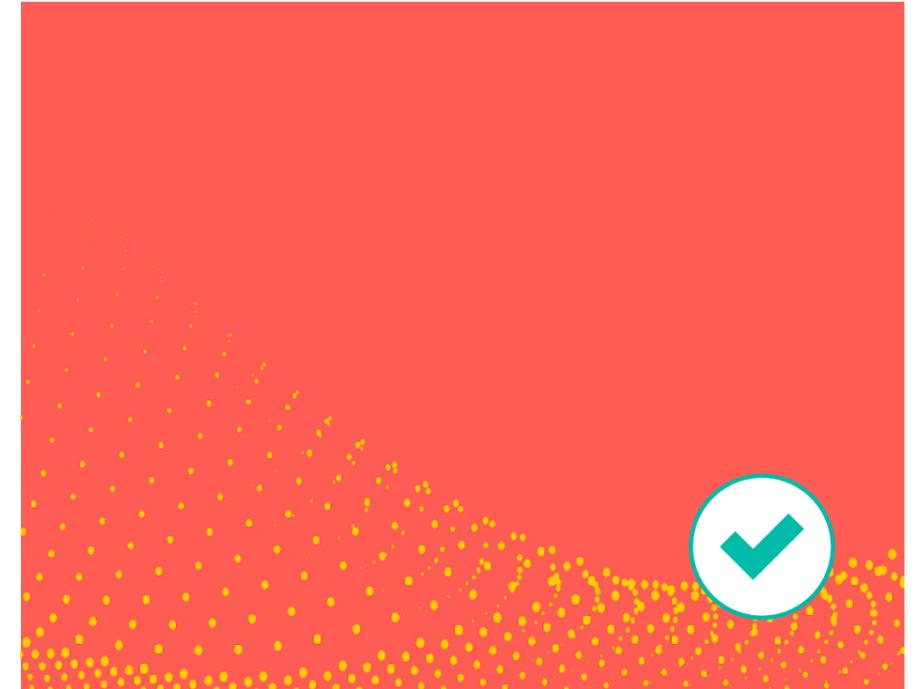
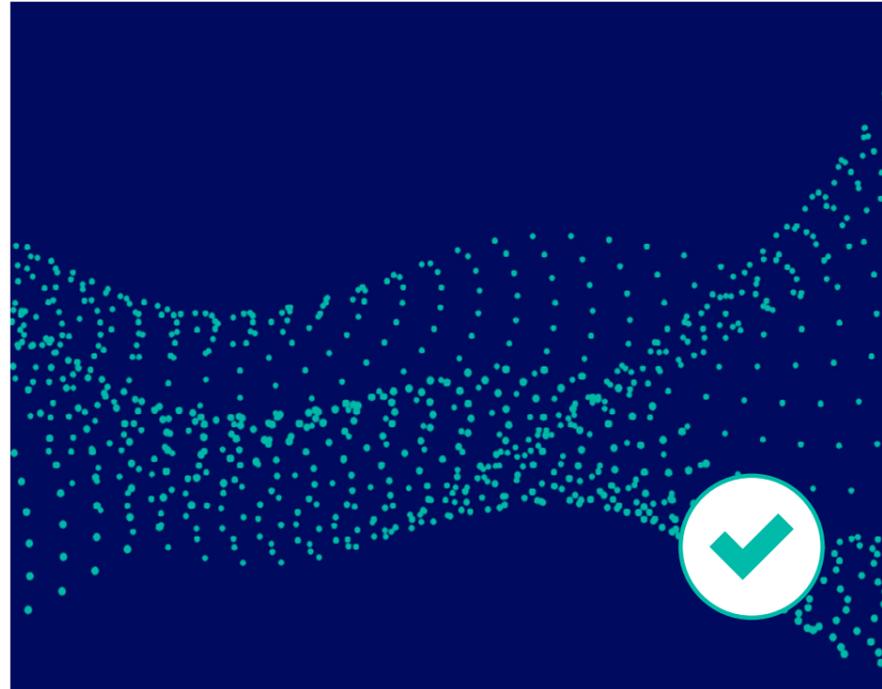
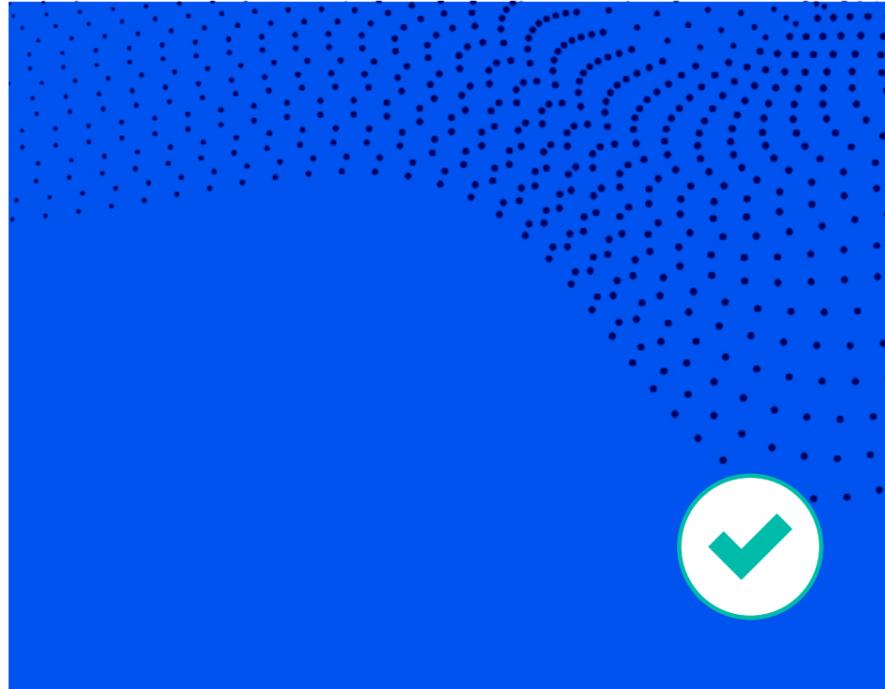
AUTRE OPTION DE POLICE
(UNIQUEMENT SI LA POLICE NOTO
N'EST PAS ACCESSIBLE) - ARIAL

FORMES



Les formes peuvent être intégrées dans des photos mettant en valeur des projets, des infrastructures, des paysages. Il peut s'agir d'une couleur unie ou d'un dégradé. Il doit y avoir un contraste suffisant entre la forme et l'arrière-plan. Les formes sont disponibles sur [le site web des ressources de communication de Global Gateway](#).

À FAIRE ET À NE PAS FAIRE



Problème de contraste.
Formes désordonnées.

Formes mélangeant les couleurs.
Formes désordonnées.

Problème de contraste.
Formes désordonnées.

À FAIRE ET À NE PAS FAIRE



L'emblème de l'UE n'a pas la même hauteur que le titre du logo Global Gateway, et les deux éléments ne sont pas alignés.

L'emblème de l'UE est absent – il doit toujours apparaître avec le logo Global Gateway.

La forme recouvre le visage et n'interagit pas avec le sujet.

OPTIONS DE CO-BRANDING

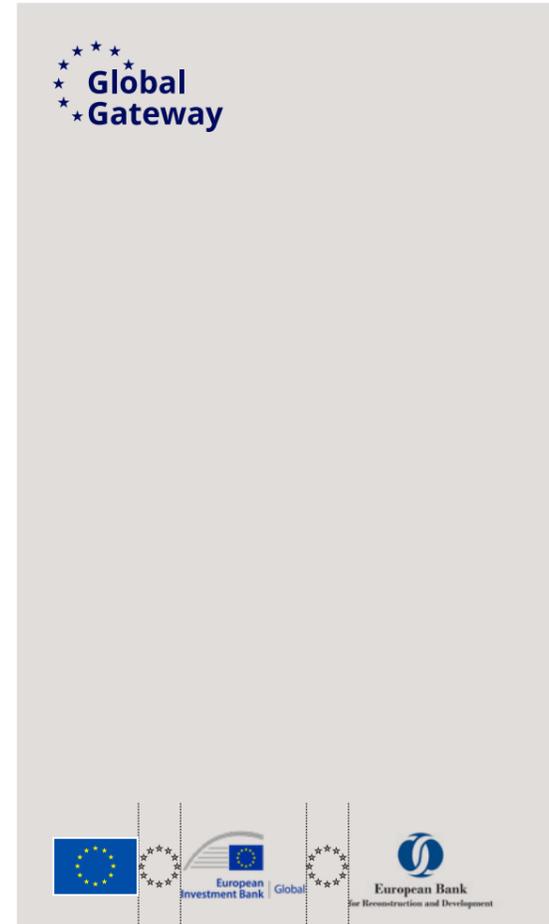
En cas de co-branding, le(s) logo(s) des partenaires doit/doivent apparaître à côté de l’emblème de l’UE, en respectant la zone de sécurité (taille du cercle d’étoiles de l’emblème de l’UE).

Tous les logos doivent avoir un poids visuel égal et équilibré et être alignés horizontalement les uns avec les autres.

Visuels carrés



Visuels verticaux



Visuels horizontaux



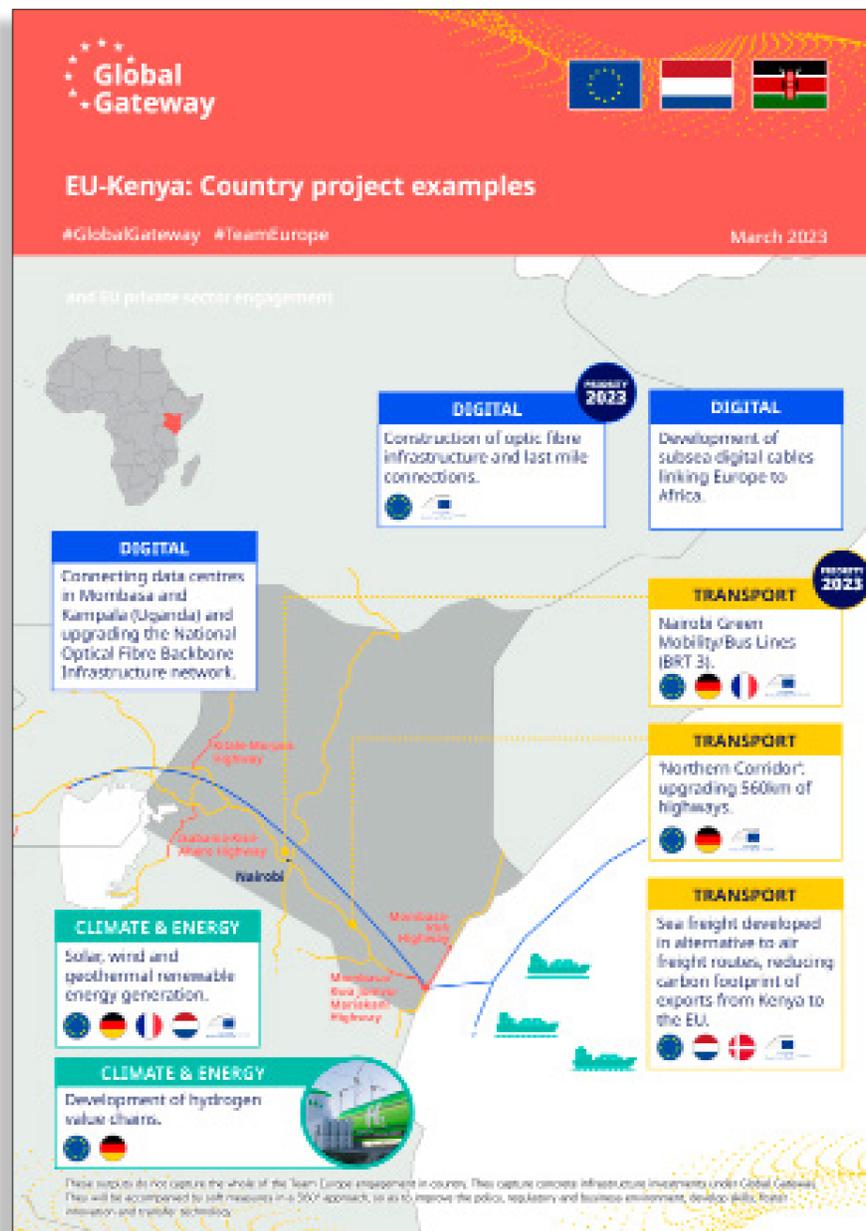
CO-BRANDING AVEC L'ÉQUIPE EUROPE

En cas de co-branding avec les acteurs de l'Équipe Europe, le drapeau de l'État membre de l'UE ou le logo de l'agence de mise en œuvre de l'État membre de l'UE peut être placé à droite du drapeau de l'UE, dans l'alignement du logo Global Gateway. Il est possible d'utiliser soit le drapeau de l'État membre de l'UE, soit le logo de l'agence de mise en œuvre de l'État membre de l'UE, mais pas les deux.



CO-BRANDING AVEC L'ÉQUIPE EUROPE

En cas de co-branding avec les acteurs de l'Équipe Europe, le drapeau de l'État membre de l'UE ou le logo de l'agence de mise en œuvre de l'État membre de l'UE peut être placé à droite du drapeau de l'UE, dans l'alignement du logo Global Gateway. Il est possible d'utiliser soit le drapeau de l'État membre de l'UE, soit le logo de l'agence de mise en œuvre de l'État membre de l'UE, mais pas les deux.



CO-BRANDING AVEC LES PARTENAIRES D'EXÉCUTION

Les partenaires impliqués dans la mise en œuvre des projets ou programmes Global Gateway financés par l'UE doivent inclure la mention de financement appropriée (« Financé par l'Union européenne » ou « Cofinancé par l'Union européenne ») à côté ou en dessous de l'emblème de l'UE.

Il est interdit de créer des logos spécifiques pour les programmes financés par l'UE. Aucun élément graphique ne peut être ajouté au nom du programme et ce dernier doit être écrit en Noto Sans (police Global Gateway) sans aucune modification, à l'exception des changements de couleur et de l'utilisation du gras.

Le nom du programme doit être intégré dans le contenu visuel et ne peut pas être placé au même niveau que le logo Global Gateway, l'emblème de l'UE ou tout autre logo.

Les logos et marques existants spécifiques aux programmes seront progressivement supprimés et adaptés aux éléments de branding Global Gateway (logo GG, typographie, palette de couleurs et forme).

Horizontal visuals



Vertical visuals



CO-BRANDING AVEC LE SECTEUR PRIVÉ

En cas de co-branding avec des entreprises du secteur privé, le(s) logo(s) du secteur privé doit/doivent apparaître au bas du visuel, en respectant la zone de sécurité (taille du cercle d'étoiles de l'emblème de l'UE).

Tous les logos doivent avoir un poids visuel égal et équilibré et être alignés horizontalement les uns avec les autres.

Visuels carrés



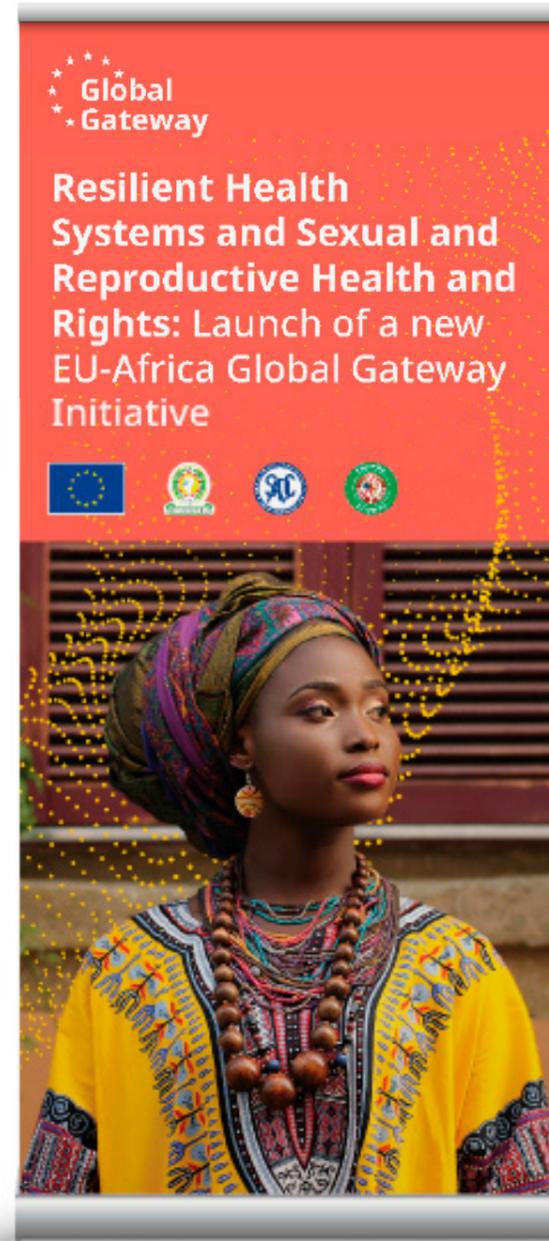
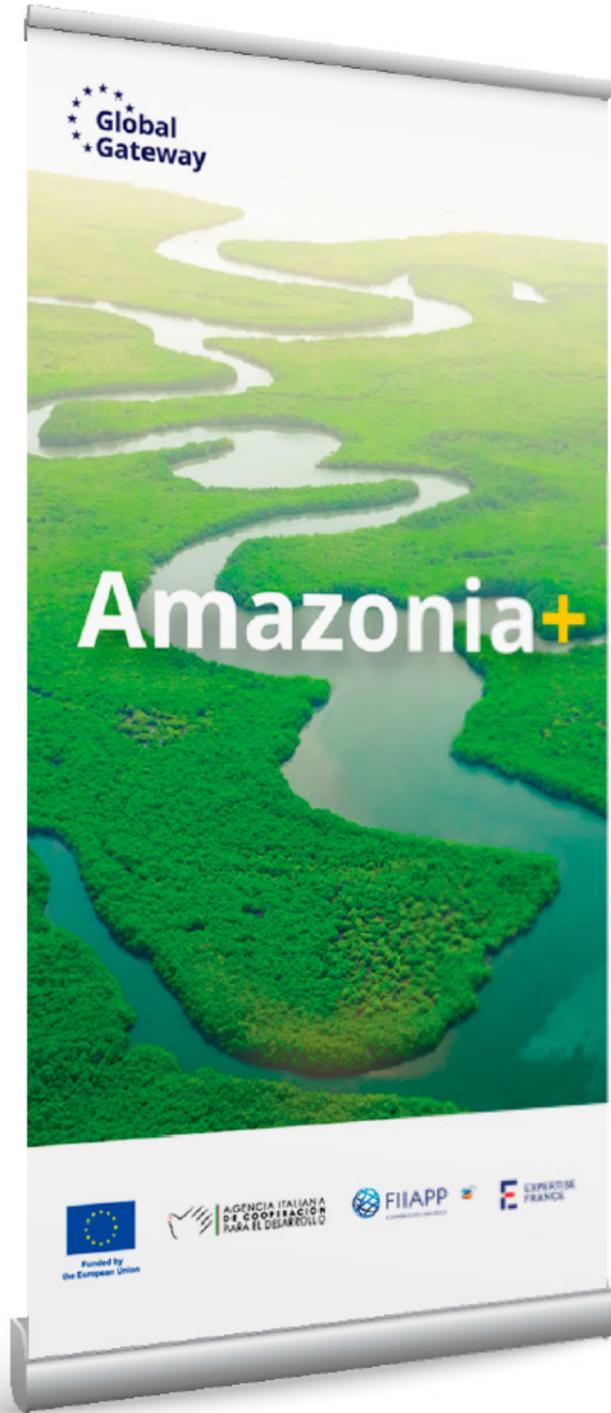
Visuels verticaux



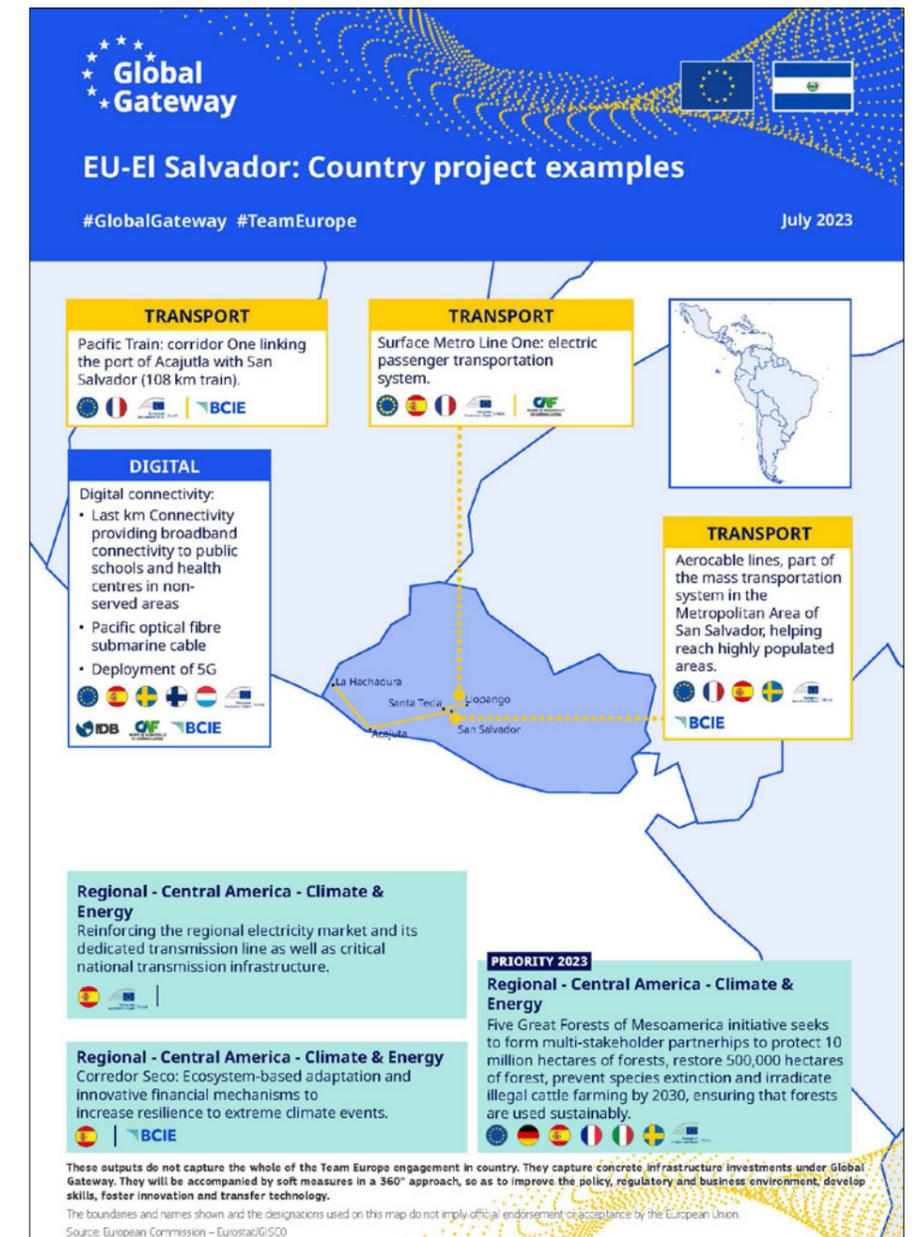
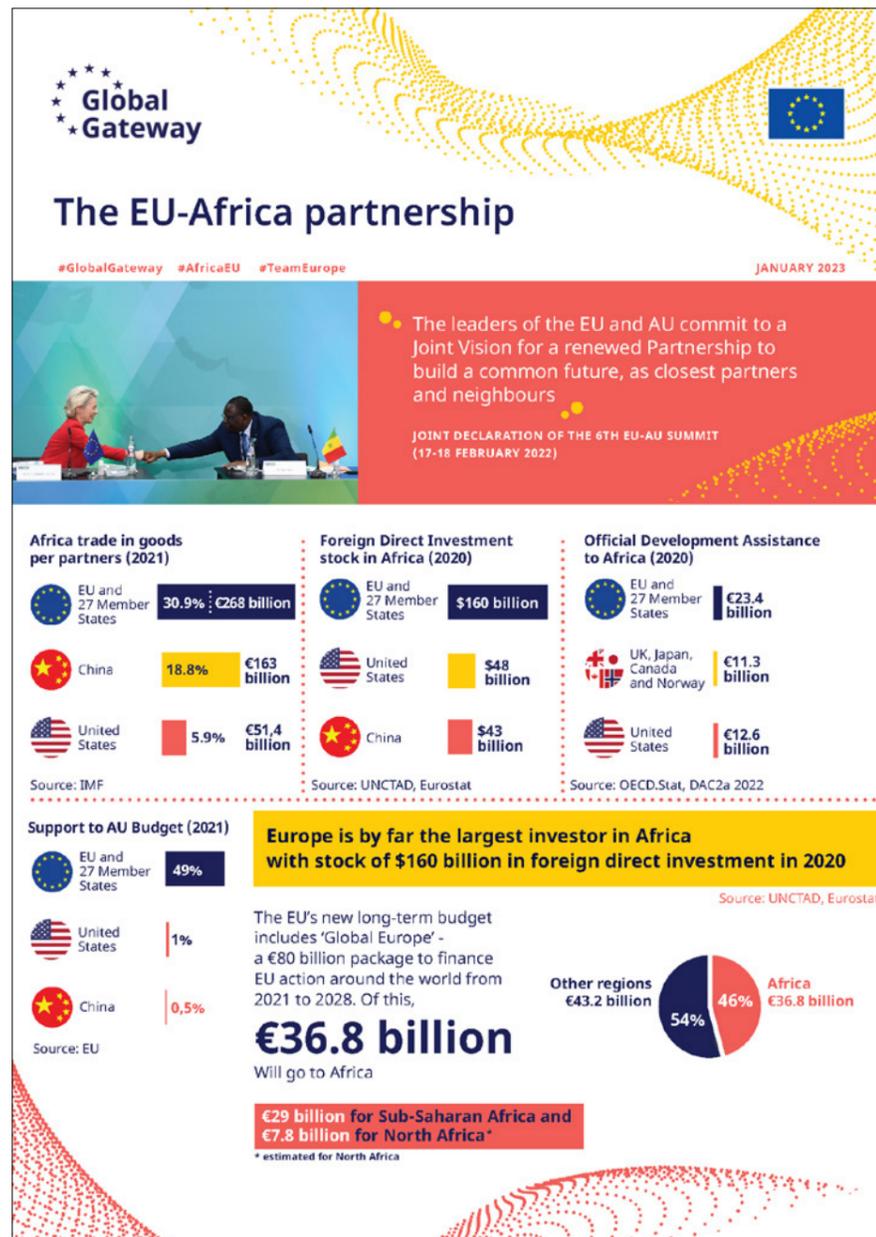
Horizontal visuals



EXAMPLES
ROLL-UPS



INFOGRAPHIES



FICHES D'INFORMATION



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



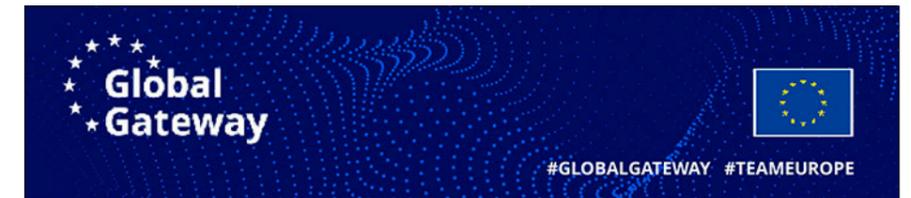
€3.5 billion

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,

VISUELS POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Global Gateway

EU – Argentina
flagship projects in 2023 under Global Gateway

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

Developing **critical raw materials value chains** for lithium and copper

Producing **Green Hydrogen**

Global Gateway

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

Global Gateway

Intra-Africa
Academic Mobility Scheme

Global Gateway

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

Global Gateway

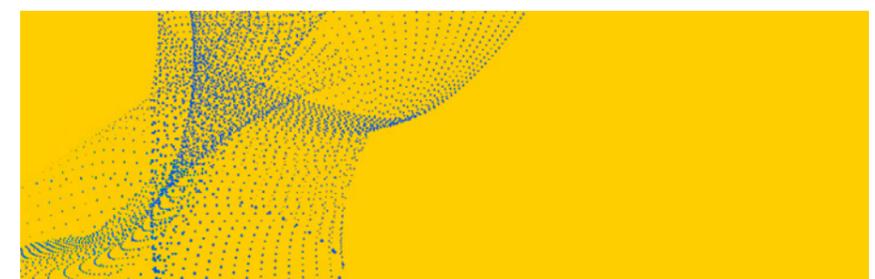
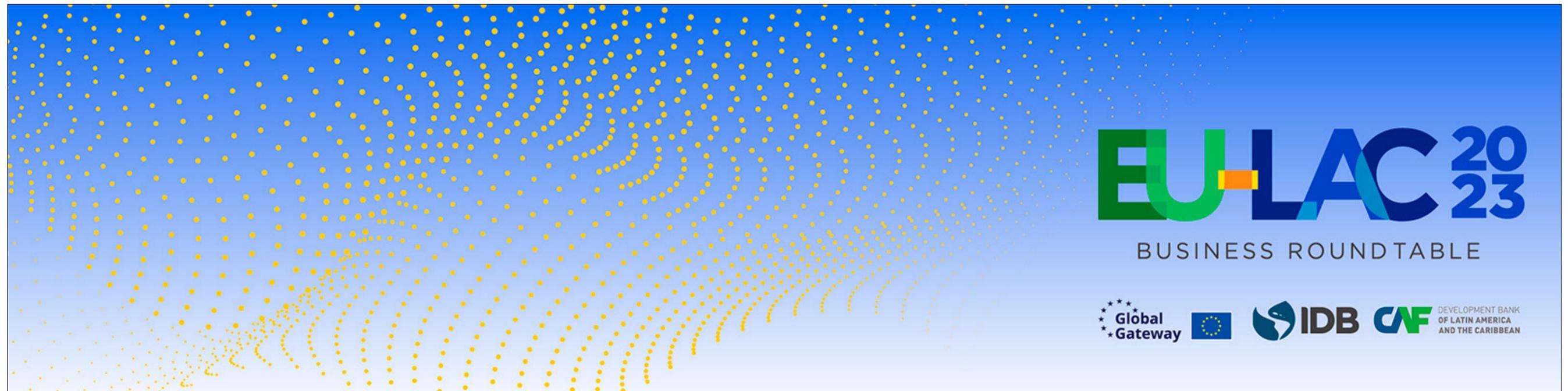
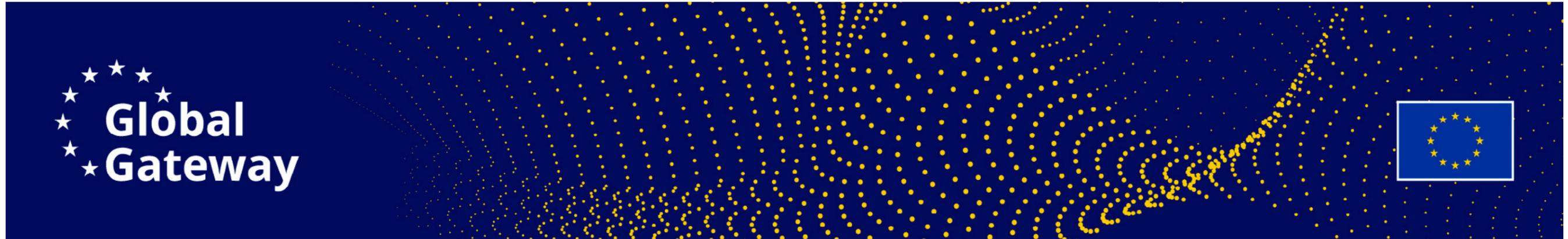
Education
Regional Teacher Programme in Sub-Saharan Africa

Global Gateway

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

1-3 September 2023

BANNIÈRES WEB



ARRIÈRE-PLANS



PRÉSENTATIONS



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

An illustration of a satellite in space, with its solar panels and antennas extended, orbiting the Earth. The background is a dark space with a blue and white horizon line representing the Earth.

Sustainable.

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

A silhouette of several wind turbines against a sunset sky with a yellow sun. The background is a gradient of orange and yellow. At the bottom, there is a decorative pattern of white dots forming a wave-like shape.

Please use the Global Gateway [PowerPoint presentation template](#).

CO-BRANDING AVEC LES PARTENAIRES D'EXÉCUTION - EXEMPLES

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, ECLC, 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

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

Global Gateway

Financiado por la Unión Europea

Amazonia+

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