

Paris, le 30 novembre 2021

L'UNION DES PORTS DE FRANCE TRANSFORME SON IDENTITE VISUELLE POUR REAFFIRMER SES VALEURS, SON POSITIONNEMENT ET LES AMBITIONS DES PORTS FRANÇAIS.

Cette refonte de l'identité de marque de l'Union des Ports de France, est à l'initiative des membres de son conseil d'administration. Fruit d'un travail de fond, initié depuis plus d'un an avec un COPIL composé de six directeurs de communication, à l'image de la diversité et de la complémentarité des ports français : Marseille Port, Port Atlantique La Rochelle, Guadeloupe Port Caraïbes, Guyane Port, Ports Rade de Toulon, Riviera Ports.

➤ UNE VIDEO DE PRESENTATION DE LA NOUVELLE IDENTITE

[En ligne sur YouTube](#), à partager sur les réseaux et à vos contacts.

➤ UN NOUVEAU LOGO & UNE NOUVELLE SIGNATURE

Deux versions : en français et en anglais – Déclinées en bleu, noir et blanc, pour accompagner toutes ses communications.

A travers sa nouvelle signature « **Ports de France, Unis dans un monde en transition** », expression distincte de qui elle est, l'Union des Ports de France se positionne comme un acteur solide dans un monde en perpétuelle évolution. Le graphisme épuré et efficace conserve la dominante historique du bleu et suggère les notions : d'union, de protection, de flux, de connexion, de diversité, de nœud, d'ouverture sur le monde, de croissance durable ...



« Cette nouvelle identité visuelle est une évolution nécessaire de l'image de l'Union des Ports de France, afin de mieux correspondre à la dynamique actuelle de l'association et ses enjeux : soutenir la transition économique, écologique et numérique des ports français. Sans tirer un trait sur le passé, en prenant appui sur ses valeurs existantes, ce nouveau graphisme réunit les actuels messages de notre association tout en étant résolument inscrit dans la modernité. **L'Union des Ports de France est la voix de la France dans le domaine portuaire : une voix forte, qui porte une dynamique en matière de responsabilité économique, sociétale et environnementale** ». Jean-Pierre Chalus, Président.

➤ **UN NOUVEAU SITE & UNE NOUVELLE COMMUNICATION**

Cette nouvelle identité visuelle s'applique d'ores et déjà à l'ensemble des outils de communication de l'Union des Ports de France, en premier lieu son site internet, ses réseaux sociaux, ses newsletters... www.port.fr est au service des ports de commerce et de pêche français, plus forts avec des outils de valorisation. Le kit de communication incluant la charte graphique complète et la vidéo de présentation est téléchargeable sur www.port.fr
Une conception signée par l'agence RC2C.

Fondée en 1917, l'Union des Ports de France (UPF) est l'association professionnelle représentant les exploitants de ports français. Elle rassemble ainsi 49 membres actifs qui regroupent les établissements gestionnaires de ports français de commerce et de pêche ainsi qu'un certain nombre de criées situés en métropole et dans les départements et territoires d'outre-mer : grands ports maritimes, ports autonomes, chambres de commerce et d'industrie, sociétés d'économie mixte et sociétés d'exploitation portuaires.