

L'Indépendant – 28 septembre 2022

[Voir l'article en ligne](#) (abonnés)

Occitanie : les ports fluviaux et maritimes se dotent d'une marque pour promouvoir leur image



La traditionnelle soirée des partenaires de l'Union des Villes Portuaires d'Occitanie, en fin de semaine dernière au mas Saint-Gabriel, a été l'occasion de lancer très officiellement la marque Ports d'Occitanie. Un nouvel outil qui a pour but de donner encore plus de visibilité à la plaisance régionale, maritime comme fluviale.

D'ici quelque temps, l'ensemble des ports adhérents à l'UVPO (union des villes portuaires d'Occitanie) hisseront de nouvelles couleurs : un étendard blanc présentant un anneau bleu, symbole d'union, et deux vagues sang et or aux couleurs de la Région.

Tous les ports maritimes et fluviaux sont désormais estampillés de la marque Port d'Occitanie, voulue par Serge Pallarès, président de l'UVPO et l'ensemble de son conseil d'administration. Le tout avec l'assentiment des adhérents. Filant la métaphore rugbystique, Serge Pallarès a, une fois encore, rappelé, que pour vaincre et convaincre, c'est le "collectif" qui doit jouer et que cette marque qui aura désormais une résonance nationale, voire européenne, en est le symbole. Y compris, par ailleurs, car il s'agira de communications mises en commun avec les ports de Catalogne Sud, dont une délégation était présente.

Le fait est que la création de cette marque, outil majeur de communication imaginé par la société de communication perpignanaise Totem, est applaudie par **le président du comité régional du tourisme en Occitanie** qui voit là un "bras armé" pour l'ensemble de la Région. "Avec cette nouvelle image se présente l'opportunité de développer encore plus l'activité touristique et économique autour des ports", a-t-il souligné. Et ce, d'autant plus que le réseau s'agrandit car, en début de semaine dernière, les ports du Canal du Midi de Toulouse ont rejoint l'UVPO.

Même discours du côté du conseiller régional Nîmois, Patrice Canayer (en charge de l'attractivité au sens large), qui voit là, en plus, "le symbole d'une complémentarité entre tradition et modernité" et "une marque à faire vivre au-delà des frontières de la grande région". Effectivement, ce qui peut apparaître pour certains un "mille-feuille" (si l'on envisage le Parlement de la Mer, le Parc Marin, les Ports d'Occitanie et les parcs naturels etc.) constitue, en théorie, un couteau suisse pour attirer des clientèles et des visiteurs attirés ici par 1001 raisons. L'essai est marqué. Reste à la transformer.