



---

14 ET 15 OCTOBRE 2013  
AIX EN PROVENCE

---

*2 jours pour découvrir et échanger sur les nouvelles tendances  
et les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde*

## Dossier de présentation



CHAIRE  
ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU  
MARKETING  
TERRITORIAL

---

### Contact

David Aboulkheir

Mobile : 00 33 6 25 86 39 17

[david.aboulkheir@sciencespo-aix.fr](mailto:david.aboulkheir@sciencespo-aix.fr)

[http://www.place-marketing-forum.com/fr\\_FR/](http://www.place-marketing-forum.com/fr_FR/)

## SOMMAIRE

Page 3 / Présentation du « Place Marketing Forum 2013 »

Page 4-8/ Pré-programme / « Place Marketing Forum 2013 »

Page 9 / Centre des Congrès d'Aix-en-Provence

Page 10-11 / Présentation de la Chaire « Attractivité & Nouveau Marketing Territorial »

Page 12 / Fondateurs et partenaires de la chaire et du « Place Marketing Forum 2013 »

Page 13 - 14 / Equipe d'animation de la chaire

**2 JOURS** pour découvrir et échanger sur les nouvelles tendances et les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde

- + 300 professionnels
- + 40 experts
- + 10 Réussites remarquables

**PLACE MARKETING FORUM**  
FORUM INTERNATIONAL  
**2013**

**14 & 15 octobre 2013**  
Centre de Congrès  
**AIX-EN-PROVENCE**

Inscriptions et renseignements :  
[www.place-marketing-forum.com](http://www.place-marketing-forum.com)

Le Place Marketing Forum est organisé par la chaire « Attractivité & Nouveau Marketing Territorial » de Sciences Po Aix, avec l'appui des collectivités territoriales fondatrices, de ses experts et de ses grands partenaires

## Présentation du « Place Marketing Forum 2013 »

« Place Marketing Forum » est une rencontre internationale annuelle organisée par la Chaire « Attractivité & Nouveau Marketing Territorial » de Sciences Po Aix qui a été fondée par des collectivités territoriales et qui est soutenue par le cabinet CoManaging et des entreprises publiques et privées.

Le « Place Marketing Forum 2013 » s'est donné pour objectif de présenter, échanger et récompenser les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde.

40 professionnels et experts français et internationaux du marketing territorial animeront le Forum 2013 qui rassemblera pendant deux jours au Centre des Congrès d'Aix-en-Provence plus de 300 professionnels issus de collectivités territoriales, des agences de développement et d'entreprises concernées par les problématiques d'attractivité des territoires.

Les expériences remarquables présentées se répartiront dans les différents secteurs (attractivité économique, touristique, résidentielle, grands événements sportifs, culturels et business, grands projets d'aménagement, etc.) et métiers du marketing territorial (stratégie globale, structuration et qualification d'offre, gouvernance, branding, Plan d'action marketing et e-marketing, communication, promotion et commercialisation, animation des acteurs et management, gouvernance... etc.).

### Place Marketing Forum 2013 en bref

**« 2 jours pour découvrir et échanger sur les nouvelles tendances et les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde »**

- 14 et 15 Octobre 2013 au Centre des Congrès d'Aix en Provence (France)
- Forum international de travail et d'échange centré sur les meilleures pratiques du marketing territorial / Remise des Place Marketing Forum Award 2013
- Participation de 40 professionnels et experts français et internationaux
- Présence de plus de 300 professionnels
- Bilingue / Traduction simultanée français-anglais
- Programme
  - Présentation des résultats du « Place Marketing trend 2013 »
  - Présentation d'expériences remarquables sélectionnées par les experts de la chaire
  - Intervention et débats sur les nouvelles stratégies, pratiques et modèles du marketing territorial
  - Remise des « Place Marketing Forum Award 2013 »
- Prix d'entrée pour les 2 jours : 450 € (rapport sur les tendances et déjeuner inclus) / Prix pour une réservation avant le 16 septembre 2013
- Organisé par la Chaire « Attractivité & Nouveau Marketing territorial » de Sciences Po Aix, fondée par des collectivités territoriales, en partenariat avec le cabinet CoManaging et de grands partenaires



AWARD 2013

## Pré-programme / « Place Marketing Forum 2013 »

Le programme du Place Marketing Forum est en cours de finalisation. Cependant, tous les principaux intervenants ont déjà confirmé leur participation, le choix des experts étant en cours d'élaboration.

### Synthèse du Programme

- Présentation des nouvelles tendances et pratiques du marketing territorial dans le monde (« Place Marketing Trend 2013 »). Le rapport sera remis sur place à chaque participant
- Présentation et analyse des conditions de succès de 10 réalisations remarquables de marketing territorial international par les personnes ayant conçues et pilotées les actions et par des experts :
  - Mobile World Capital Barcelona (Espagne), un nouveau modèle de développement et de marketing événementiel
  - Rally Saint-Louis (USA), une initiative remarquable de participation citoyenne web 2.0
  - Göteborg & Co (Suède), l'excellence d'un modèle partagé de gouvernance et de management touristique
  - Lyon (France), la réussite d'une stratégie globale d'attractivité et de sa marque partagée OnlyLyon
  - Hambourg Gamecity (Allemagne), la performance remarquable d'un cluster
  - Vendée Globe 2013 (France), une réussite exemplaire qui préfigure le marketing événementiel de demain
  - Be Berlin et Berlin Business Location Center (Allemagne), deux actions emblématiques en Europe du nouveau marketing territorial
  - Bilbao (Espagne), la reconversion réussie d'une métropole industrielle et les enjeux de ses projets en cours
  - Office du Tourisme de Montréal (Canada), précurseur du e-marketing éditorial et collaboratif
  - Nantes (France), la réussite exemplaire d'une politique culturelle innovante
- Débat et échange de 40 professionnels et experts internationaux de l'attractivité et du marketing territorial autour des nouvelles stratégies, pratiques et modèles du marketing territorial
- Remise des « Place Marketing Forum Award 2013 »
- Envoi à chaque participant des actes du colloque

Interventions en français ou en anglais (traduction simultanée)

### Critères de sélection des pratiques remarquables

Les réalisations et pratiques remarquables présentées et récompensées lors du Place Marketing Forum ont été sélectionnées par un jury d'experts de la chaire en s'appuyant sur les Best practices du « Benchmarking Territorial » (une plateforme permanente de veille en ligne créé à l'occasion du lancement de la chaire par le cabinet CoManaging en partenariat avec la chaire)

Trois séries de critères d'excellence ont été pris en compte :

1. **Action ou pratique emblématique des nouvelles tendances et pratiques** du marketing territorial
2. **Innovation(s) remarquable(s)** apportant une amélioration majeure (réduction des coûts, amélioration de la qualité, rationalisation de la production et du management, développement d'un effet de levier remarquable, création d'une audience exceptionnelle, nouvelle fonction, création de nouveaux usages, amélioration d'un produit ou d'un service, usage renouvelé des techniques, des supports ou des outils existants, création de valeur pour les clients et les acteurs institutionnels et privés d'un territoire, etc.)
3. **Résultats remarquables** (qualitatif et quantitatif) : notoriété, image, vente, retombées économiques, environnementales, sociales ou culturelles, pérennité des résultats, développement produit, évolution clientèles ou marchés, mobilisation d'acteurs, témoignages clients, reconnaissance internationale officielle ou retombée media etc.

**Programme / « Place Marketing Forum 2013 » / Lundi 14 Octobre 2013 / Matin**

9h	<b>Accueil des participants</b>	
	Remise à chaque participant des dossiers individuels et de la synthèse du rapport « Place marketing Trend 2013 », publication de la chaire "Attractivité et Nouveau Marketing Territorial"	
9h30	<b>Ouverture du colloque</b> / Amphithéâtre Cézanne	
9h40 / 10h40	Thème	<b>Nouvelles tendances et pratiques du marketing territorial</b>
	Cas présenté	<b>Conclusions du « Place Marketing Trend 2013 » / « les nouvelles tendances et pratiques du marketing territorial »</b> établi à partir du Benchmarking Territorial, la plateforme internationale de veille en ligne suivie et développée par la chaire "Attractivité et nouveau marketing territorial" et le cabinet CoManaging
	Intervenant	<b>Joël Gayet</b> , enseignant-chercheur à Sciences Po Aix, directeur de la chaire et auteur de « Place marketing Trend 2013, le nouveau marketing territorial »
10h40 / 11h50	Thème	<b>Nouvelle stratégie d'attractivité et congrès</b>
	Cas remarquable	<b>Mobile World Capital Barcelona (Espagne)</b> , un nouveau modèle de développement d'un territoire et de marketing territorial, centré sur un programme événementiel par Gines Alarcon, directeur exécutif de la Fondation Mobile World Capital
	Intervenants Table ronde	<b>Gines Alarcon</b> , directeur exécutif de la Fondation Mobile World Capital 2 experts, débat sur le modèle de Barcelone et les nouvelles pratiques de stratégie d'attractivité et de congrès Débat avec la salle
	Remise de prix	
11h50 / 13h00	Thème	<b>Attractivité, approche collaborative et citoyenneté</b>
	Cas remarquable	<b>Rally Saint-Louis (USA)</b> , une initiative remarquable de participation citoyenne web 2.0 au service de la promotion d'une ville par Aaron Perlut et Brian Cross, fondateurs et partenaires de Rally Saint-Louis et co-dirigeant de l'agence Elasticity
	Intervenants Table ronde	<b>Aaron Perlut et Brian Cross</b> , fondateurs et partenaires de Rally Saint-Louis <b>Alexandre Boucherot</b> , fondateur de Ulule, leader européen du crowdfunding <b>Jean Pinard</b> , directeur d'Auvergne Nouveau Monde, qui a réalisé avec succès une opération de financement participatif de projets pour l'Auvergne sur Ulule Débat avec la salle
	Remise de prix	

**Programme / « Place Marketing Forum 2013 » / Lundi 14 Octobre 2013 / Après midi**

13h / 14h	<b>Déjeuner</b> sur place et rencontres avec les intervenants	
14h00 / 15h10	Thème	<b>Nouveau marketing sportif</b>
	Cas remarquable	<b>Vendée Globe 2013 (France)</b> , une réussite exemplaire qui préfigure le marketing évènementiel de demain par Guillaume Henri, directeur général de la SAEM Vendée Globe
	Intervenants Table ronde	<b>Guillaume Henri</b> , directeur général de la SAEM Vendée Globe <b>Sylvain Burel</b> , directeur de la communication de Groupama <b>Cédric Dufoix</b> , secrétaire général, Olympique de Marseille, un exemple référent d'un marketing sportif qui porte la notoriété et l'image d'une ville <b>Gilles Bertoni</b> , expert en marketing sportif auprès de la chaire "Attractivité et Nouveau Marketing territorial" de Sciences Po Aix, consultant expert en marketing sportif et ancien codirecteur général de Roland Garros en charge du marketing Débat avec la salle
	Remise de prix	
15h10 / 16h20	Thème	<b>Stratégie globale d'attractivité et marque partagée</b>
	Cas remarquable	<b>Grand Lyon (France)</b> , la réussite d'une stratégie globale d'attractivité et de sa marque partagée OnlyLyon par Lionel Flasseur, directeur du programme OnlyLyon
	Intervenants Table ronde	<b>Lionel Flasseur</b> , directeur du programme OnlyLyon <b>Karin Teichmann</b> , directrice de l'unité Berlin Business Location Center <b>Benoit Meyronin</b> , enseignant-chercheur à Grenoble Ecole de management, professeur senior au département Marketing, directeur de l'Institut ServiCité, Management des Services & des Territoires, auteur de "Le marketing territorial" (Vuibert) <b>Yvan Aymon</b> , président de Valais Excellence Débat avec la salle
	Remise de prix	
16h20 / 17h30	Thème	<b>Nouvelle structuration et qualification de l'offre</b>
	Cas remarquable	<b>Gamecity Hambourg (Allemagne)</b> , la performance remarquable d'un cluster qui positionne Hambourg comme la capitale européenne du jeu vidéo par Stefan Klein, directeur de Gamecity Hambourg
	Intervenants Table ronde	<b>Stefan Klein</b> , directeur de Gamecity Hambourg <b>Vincent Gollain</b> , directeur marketing territorial à l'Agence Régionale de Développement de Paris Ile-de-France, coordinateur de l'Alliance Hubstart Paris, président du Club Marketing territorial de l'ADETEM, animateur du blog <a href="http://www.marketing-territorial.org">www.marketing-territorial.org</a> , auteur de « Guide du marketing Territorial » aux éditions territorial / 2010 <b>Marcus Anderson</b> (Suède), ancien directeur des affaires publiques du Baltic Sea Forum, directeur recherche et business de Tendensor AB, société de conseil en Place Branding leader en Suède. Débat avec la salle
	Remise de prix	
17H30	<b>Rencontres avec les intervenants</b>	
18h30	<b>Fin de la première journée / Soirée libre</b>	

**Programme / « Place Marketing Forum 2013 » / Mardi 15 Octobre 2013 / Matin**

9h		Accueil des participants
9h30 / 10H40	Thème	<b>Nouveau marketing touristique et gouvernance</b>
	Cas remarquable	<b>Göteborg &amp; Co (Suède)</b> , l'excellence d'un modèle partagé de gouvernance et de management touristique par Camilla Nyman, directrice générale et Claes Bjerkne, ancien CEO de Göteborg & Co et consultant expert du Place Management
	Intervenants Table ronde	<b>Camilla Nyman</b> , directrice générale de de Göteborg & Co <b>Claes Bjerkne</b> , ancien CEO de Göteborg & Co et consultant expert du Place Management <b>John Heeley</b> (Royaume Uni), directeur de l'agence Best Destination Marketing, ancien directeur général d'European Cities Marketing <b>Jean-Philippe Gold</b> , directeur du CRT de Picardie, animateur d'une nouvelle gouvernance autour de la marque Esprit de Picardie, auteur d'une thèse sur les nouvelles stratégies de développement, de gouvernances et de création de valeur dans le tourisme <b>Côme Vermersch</b> , directeur de Savoie Mont Blanc (Savoie / Haute Savoie) Débat avec la salle
		Remise de prix
10h40 / 11h50	Thème	<b>Nouveau management et branding</b>
	Cas remarquable	<b>Be Berlin et Berlin Business Location Center (Allemagne)</b> , deux actions emblématiques en Europe du nouveau marketing territorial par Karin Teichmann, directrice de l'unité Business Location Center (Airport Region Team et Berlin Partner)
	Intervenants Table ronde	<b>Karin Teichmann</b> , directrice de l'unité Berlin Business Location Center <b>Ares Kalandides</b> , directeur de Place Marketing Inpolis, basée à Berlin, organisateur de Place Branding Conference s et directeur à l'Institut en Place Management de l'Université de Manchester Débat avec la salle <b>Lionel Flasseur</b> , directeur du Programme OnlyLyon
		Remise de prix
11h50 / 13h00	Thème	<b>Attractivité, urbanisme et aménagement</b>
	Cas remarquable	<b>Bilbao (Espagne)</b> , la reconversion réussie d'une métropole industrielle et les enjeux de ses projets en cours par Asier Abaunza, conseiller municipal communication et transport
	Intervenants Table ronde	<b>Asier Abaunza</b> , conseiller municipal communication et transport <b>Juan Ignacio Vidarte</b> , directeur général du Musée Guggenheim à Bilbao et directeur de la stratégie globale de la Fondation Guggenheim <b>David Aboulkheir</b> , expert sur le marketing des grands projets d'aménagement, chargé de mission auprès de la Chaire « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial » Débat avec la salle
		Remise de prix

Programme / « Place Marketing Forum 2013 » / Mardi 15 Octobre 2013 / Après midi		
13h / 14h		Déjeuner sur place et rencontres avec les intervenants
14h00 / 15h10	Thème	<b>Nouveau marketing touristique</b>
	Cas remarquable	<b>Office du Tourisme de Montréal (Canada), précurseur du e-marketing éditorial et collaboratif par Emmanuelle Legault, vice-présidente marketing de Tourisme Montréal</b>
	Intervenants Table ronde	Emmanuelle Legault, vice-président marketing de Tourisme Montréal <b>Gegory Guzzo</b> , expert en e-marketing touristique auprès de la chaire "Attractivité et Nouveau Marketing territorial" de Sciences Po Aix et directeur de l'office du tourisme de Val Thorens <b>Claes Bjerkne</b> , ancien CEO de Göteborg & Co et consultant expert du Place Management Débat avec la salle
	Remise de prix	
15h10 / 16H20	Thème	<b>Attractivité et nouveau Marketing culturel</b>
	Cas remarquable	<b>Nantes (France), la réussite exemplaire d'une politique culturelle innovante au bénéfice des habitants et de l'attractivité du territoire par Jean Blaise, directeur de Nantes Culture et patrimoine et directeur de l'office du tourisme</b>
	Intervenants Table ronde	<b>Jean Blaise</b> 2 experts : débat sur Nantes et les nouvelles pratiques du marketing culturel Débat avec la salle
	Remise de prix	
16h20 / 17H20	Thème	<b>Nouveaux modèles / Nouveaux enjeux du marketing territorial ? Et demain ?</b>
	Cas présenté	<b>Les nouveaux modèles de marketing territorial par Joël Gayet, enseignant-chercheur à Sciences Po Aix et directeur de la chaire "Attractivité et Nouveau marketing territorial"</b>
	Intervenants Table ronde	<b>Joël Gayet</b> , enseignant-chercheur à Sciences Po Aix et directeur de la chaire <b>John Heeley</b> (Royaume Uni), directeur de l'agence Best Destination Marketing, ancien directeur général d'European Cities Marketing <b>Ares Kalandides</b> , directeur de place marketing Inpolis, basée à Berlin, organisateur de Place Branding Conference s et directeur à l'Institut en Place Management Université de Manchester <b>Jean Marc Devanne</b> , partner de CoManaging Débat avec la salle
	Remise de prix	
17h20	Thème	<b>Conclusions du colloque</b> Enseignements de la journée
17h30		Fin du colloque

Programme susceptible de modifications

## Centre des Congrès d'Aix-en-Provence

Situé au cœur de la Provence, en plein centre ville et à proximité immédiate des hôtels et des restaurants, le Centre des Congrès offrira aux congressistes un cadre de travail performant.

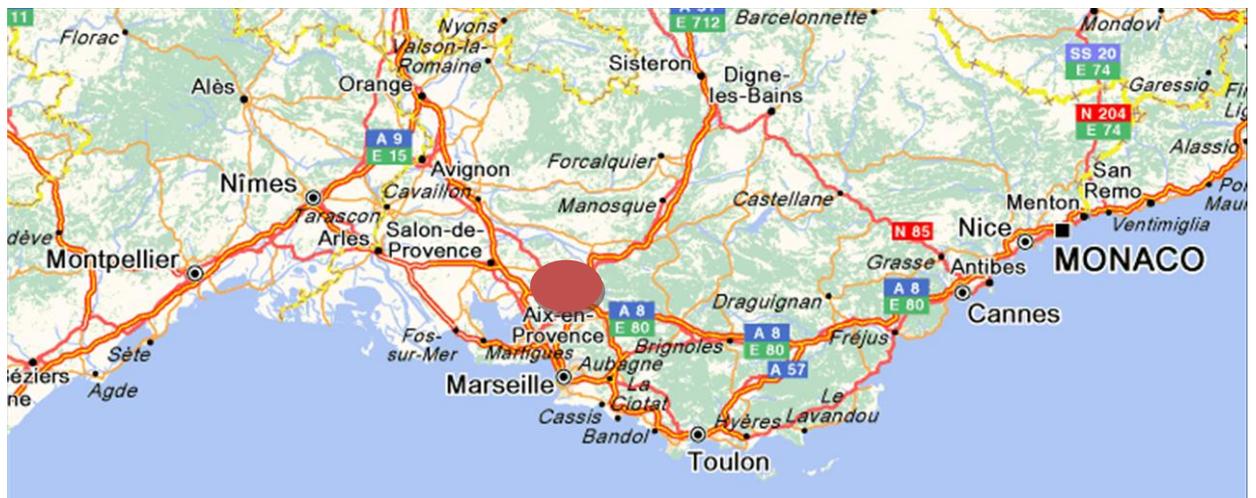


Amphithéâtre Cézanne

Source photographique : office du tourisme / <http://www.aixenprovence-congres.com/>

Le centre bénéficie de 610m<sup>2</sup> de salons modulables, dotés des meilleurs équipements techniques, d'un amphithéâtre de 550 places (scène de 50m<sup>2</sup>) et d'un hall d'accueil de 90 m<sup>2</sup> équipés d'une banque d'accueil, d'un vestiaire, d'un bureau organisateur, d'un espace reprographie/ secrétariat et équipement Wifi sur l'ensemble du bâtiment. Il bénéficie de 600 places de parking.

Le Centre des Congrès bénéficie d'une excellente accessibilité puisqu'il est situé à 5 minutes des sorties autoroutières, à 15 minutes de la gare TGV et à 20 minutes de l'aéroport international de Marseille Provence (<http://www.marseille.aeroport.fr/>), 3<sup>ème</sup> aéroport français avec 8 millions de passagers en 2012



**Présentation de la Chaire « Attractivité & Nouveau Marketing Territorial »**  
**Organisatrice du « Place Marketing Forum »**  
<http://chaire-anmt.sciencespo-aix.fr/fr>

**Ambition**

Fonctionnant comme un « think-tank » autour de ses fondateurs, de ses partenaires et de ses experts et professionnels du secteur, la Chaire « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial » s'est donnée pour ambition de devenir un leader européen de l'information, de la recherche et de l'enseignement du marketing territorial innovant afin de permettre aux collectivités territoriales de développer des stratégies de marketing territoriales plus efficaces.

**Objectifs de la Chaire**

1. Suivre les tendances et les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde ;
2. Améliorer la formation et le partage d'information sur le marketing territorial le plus innovant et performant ;
3. Favoriser la mise au point de nouveaux modèles et outils opérationnels de marketing territorial.

**Principales caractéristiques de la chaire**

- Fondée et financée par 20 collectivités territoriales et soutenue par des grands partenaires
- Portée par Sciences Po Aix (Etablissement public) en partenariat avec le cabinet CoManaging
- Approche « opérationnelle » et innovante du marketing territorial, centrée sur les meilleures pratiques dans le monde
- Approche holistique de l'attractivité : elle s'intéresse donc à l'ensemble des problématiques d'attractivité, que ce soit pour développer la capacité des territoires à rayonner et à promouvoir leur offre ou que ce soit pour attirer sur place des personnes (touristes, hommes d'affaire, chercheurs, étudiants, retraités, nouveaux résidents, participants à des grands événements culturels, sportifs ou business) ou des capitaux (investisseurs, aménageurs, créateurs d'entreprise...).
- Forte dimension internationale
- Ambition forte appuyée sur un programme d'envergure (Master, formations personnalisées, travaux de recherche, création d'un benchmark permanent de suivi des meilleures pratiques dans le monde, colloque international / « Place Marketing Forum », publications mensuelles / « Best Practices Digest », annuelles / « Place Marketing Trend », et thématiques) et un budget consolidé conséquent (1 500 000 € sur 3 ans)

## Programme de la Chaire

L'action de la Chaire se concrétise notamment à travers les actions suivantes :

### Formation

- Master (2) en formation continue s'adressant à des salariés et cadres issus d'entreprises ou des collectivités territoriales et justifiant d'un diplôme bac+3 minimum (et/ou d'une expérience professionnelle significative)
- Séminaires personnalisés pour des élus, des cadres de la fonction publique ou des managers d'entreprises et d'agences de développement

### Recherche appliquée

- Animation du « [Benchmarking Territorial](#) », en partenariat avec le cabinet CoManaging. Créé à l'occasion du lancement de la Chaire, le « Benchmarking Territorial » est à la fois une base de données et une veille permanente internationale de suivi et d'analyse des meilleures pratiques dans le monde.
- Travaux de recherche opérationnelle sur les nouveaux modèles et outils de marketing territorial
- Travaux de recherche personnalisés pour le compte des fondateurs et des partenaires de la chaire
- La Chaire participera également à des études thématiques en liaison avec ses différents partenaires, universités et grandes écoles, institutionnels ou entreprises

### Publications / Collection « Attractivité & Marketing Territorial »

- « Best Practices Digest », publication mensuelle en partenariat avec le cabinet CoManaging
- « Place Marketing Trend 2013 » / « Le nouveau marketing territorial », rapport annuel sur les nouvelles tendances et pratiques du marketing territorial. Sous la direction de Joël Gayet, un rapport complet est publié chaque année dans la collection « Attractivité & Marketing Territorial » de la Chaire en partenariat avec les éditions territoriales du Groupe Moniteur.
- Dossiers et articles sur des thématiques spécifiques du marketing territorial.

### Rencontres / Manifestations

- « Place Marketing Forum », une rencontre internationale organisée par la Chaire qui s'est donnée pour objectifs de présenter, échanger et récompenser chaque année les meilleures pratiques du marketing territorial
- Participation à des colloques et forums sous la forme de conférences thématiques, en liaison avec les partenaires de la chaire et des universités

## Fondateurs et partenaires de la Chaire et du Place Marketing Forum

La Chaire a été fondée par 20 collectivités territoriales, engagées dans des démarches innovantes de marketing territorial, qui constituent son comité d'orientation et qui sont partenaires de fait du Place Marketing Forum

Membres fondateurs de la Chaire



Six autres collectivités devraient rejoindre la Chaire d'ici fin 2013 et boucler ainsi le tour de table.

### Partenaires

Au delà des fondateurs, la chaire développe des partenariats stratégiques avec des organisations professionnelles et des entreprises directement concernées par l'attractivité des territoires.

Cela peut concerner des agences de développement touristique ou économique, des agences d'aménagement ou d'urbanisme, des grandes entreprises publiques ou privées de transport et de services des médias, des grands aménageurs privés ou des opérateurs d'événements sportifs, culturels et business (foires, congrès, salons) ou des associations professionnelles (Alfa-Aci, Cap Com, France Congrès, CNER etc. ) Comme partenaires officiels, certains d'entre eux soutiennent l'ensemble des actions de la Chaire sur une période de 3 ans, d'autres développent des partenariats plus spécifiquement dédiés au Master, à la recherche ou au colloque. Ainsi l'EPA Euroméditerranée est partenaire du Master et la Gazette du groupe Moniteur est partenaire du Place Marketing Forum.

Profile PR, partenaire de la Chaire, est en charge des relations presse et relations publiques, nationales et internationales, du Place Marketing Forum.



## Equipe d'animation de la Chaire et du Place Marketing Forum

Le Place Marketing Forum est organisé par la chaire présidée par Christian Duval, président et Jean Marc Devanne, vice-président, et animée par Joël Gayet assisté de David Aboulkheir, en partenariat avec le groupe Moniteur.

Le Forum bénéficie de l'appui de ses fondateurs et de ses partenaires ainsi que des équipes techniques de Sciences Po Aix, en particulier de Nicole Bordet, Noëlline Souris et Gaëlle Fabre et d'experts reconnus du marketing territorial



### **Christian Duval, Président de la Chaire**

Christian DUVAL, diplômé de Science Politique et d'Histoire, est Docteur en Droit Public. Agrégé des facultés de Droit, il est Professeur à Sciences Po Aix depuis Septembre 2002. Titulaire de nombreuses distinctions universitaires, membre de plusieurs Conseils d'administration (CROUS, Agence Régionale de Santé, Chancellerie des Universités...), il est Directeur de l'Institut d'Etudes Politiques depuis Septembre 2006 (réélu en Juillet 2011). Il préside depuis 2003 la Conférence Nationale des directeurs d'instituts et centres de préparation à l'administration générale. Il est membre de plusieurs Conseils scientifiques (Centre d'études juridiques de l'urbanisme, observatoire de la décentralisation, Groupement de recherches sur l'administration locale en Europe). Il est également membre du comité de pilotage et du conseil de la Fondation d'AMIDEX (initiative d'excellence, Grand Emprunt).

Ses thèmes de recherche concernent essentiellement le droit et le contentieux administratifs, les finances publiques, le droit électoral, les collectivités territoriales et le management public. Il a notamment dirigé des programmes de recherche franco-allemand sur les problématiques de l'eau et des programmes méditerranéens France Tunisie Maroc sur des questions de gouvernance publique et de décentralisation.

Parmi ses nombreux travaux et publications, les problématiques territoriales occupent une place privilégiée à côté des aspects financiers et politiques de la gouvernance publique nationale et internationale.



### **Jean Marc Devanne, vice-président de la Chaire**

Jean-Marc Devanne est directeur et associé du cabinet CoManaging, cabinet conseil en marketing territorial référent dans les nouvelles approches et outils du marketing territorial.

Diplômé d'Audencia, Management School et titulaire d'un DEA de Sciences de gestion de l'Université de Poitiers (pré thèse sur les stratégies territoriales des villes), Jean-Marc Devanne a été successivement consultant coopérant auprès de la Présidence de la République du Sénégal, consultant en organisation chez Louis Berger Intl. (société américaine d'ingénierie basée à Paris, Washington et Yaoundé), Directeur marketing à l'agence de développement économique de Nantes et Directeur Général de l'Office de Tourisme de Nantes Métropole, au sein duquel il a mis en place une démarche d'innovation remarquable : approche partenariale généralisée, première ville à mettre en place des visites commentées sur téléphone portable, système de réservation en ligne et centre d'appel d'excellence, première démarche de grande envergure de développement durable en tourisme (100% des hôtels de l'agglomération nantaise éco labellisé à fin 2010). Auteur de nombreux articles sur le marketing territorial et le marketing touristique, il a été Président du club tourisme en ville et administrateur d'Atout France, membre d'European Cities Marketing.



### **Joël Gayet, Directeur de la Chaire**

Chercheur associé à Sciences Po Aix, Joël Gayet est un expert reconnu du marketing territorial.

Après une double expérience dans la communication auprès de Publiscopie et du groupe Publicis Conseil à Paris où il est intervenu pour le compte de groupes internationaux puis dans le marketing pour Pradel au sein du groupe Cordier, Joël Gayet a été successivement le fondateur et dirigeant du groupe France Conseil (groupe conseil en marketing et communication spécialisé dans l'institutionnel, le tourisme et l'aménagement), de Culture Marque (cabinet conseil en stratégie de marque) et de CoManaging, cabinet conseil spécialisé dans le marketing territorial qu'il a dirigé jusqu'en 2011. A ce titre, il a été le créateur de nouvelles méthodologies et outils d'analyse qui se généralisent dans le nouveau marketing territorial comme les "Portraits identitaires" de territoire, les stratégies de marketing intégré, les "Codes de marques partagés" ou le « Benchmark Tourisme et Internet ».

A travers ses différentes fonctions, il est intervenu pendant 25 ans comme conseil auprès de nombreux organismes publics et collectivités territoriales françaises et européennes. Récemment, il a accompagné plusieurs collectivités dans leurs nouvelles stratégies d'attractivité et de marque partagée comme par exemple l'Alsace, la Bretagne, la Picardie, l'Auvergne, la Champagne-Ardenne, la région de Bruxelles Capitale, le massif « Ardenne », le Valais, les départements de la Drôme et de la Manche, la station de Deauville ou Angers Loire Métropole.

Il anime de nombreux séminaires pour des élus et des professionnels sur les nouvelles stratégies d'attractivité des territoires et intervient ou est intervenu, en France et en Europe, dans de nombreux colloques et écoles de management (HEC, Ecole des Ponts, Sciences Po Aix, ESC Toulouse, EM Strasbourg, Grenoble Ecole de Management, etc.).

Joël Gayet est l'auteur de "La Totale Communication" (Top éditions) et a écrit de très nombreux articles sur les problématiques de développement, de marketing et de communication. Il publiera fin 2013 un livre sur les tendances et les nouvelles pratiques du marketing territorial.



### **David Aboulkheir, Chargé de mission**

David Aboulkheir est à la fois chargé de mission auprès de la direction de la Chaire et consultant-veilleur du Benchmarking Territorial au sein du cabinet CoManaging pour lequel il suit et étudie les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde.

Diplômé de l'EDHEC (Master en Business Management) et de la Aston Business School de Birmingham (Master of Science in Social Responsibility & Sustainability), David Aboulkheir est intervenu auprès du Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable, du Transport et du Logement comme chargé d'étude et assistant chef de projet au sein de l'équipe projet EcoCité, responsable de l'organisation d'une conférence nationale consacrée à l'innovation urbaine.

Il a été le fondateur de City of Brain Project, une association pour *promouvoir l'échange et la réflexion pluridisciplinaires sur les enjeux marketing de la ville durable en France et à l'international*, qui a conduit auprès du Ministère de l'Ecologie, dans le cadre du programme EcoCité, et de la Chaire d'Economie urbaine de l'ESSEC Business School, une mission d'étude sur ce thème (six cas d'étude, une centaine d'experts et décideurs locaux issus du secteur public et privé interviewés) dont il a présenté les résultats au Sommet Mondial des Eco-cités à Montréal en Août 2011.