

Pré-programme

# Territoire, marque et gouvernance : un marketing territorial renouvelé par le place branding ?

Atelier 17 du colloque AIRMAP 2015 – 28-29 mai à Lyon

Sous la présidence de

Charles-Edouard Houllier-Guibert - Université de Rouen  
et Corinne Rochette - Clermont Université

JEUDI 28 MAI après-midi

14h30 - 17h30

L'échelon régional mis en marque

## **Place marketing by public administrations: the case of the swiss cantons and their potential place brands**

Renaud Vuignier, doctorant à l'université de Lausanne – IDHEAP

## **Impacts de la réforme territoriale sur les marques région : les marques région sont-elles solubles dans la réforme territoriale ?**

Corinne Rochette, maître de conférences à l'université de Clermont-Ferrand – laboratoires CRCGM et LARGEPA

Cédrine Lebrument, doctorante à l'université Paris-Ouest Nanterre – laboratoires CEROS et LACC

Pierre Fénies, professeur des universités à l'université Paris-Ouest Nanterre – laboratoires CEROS

## **Une approche comparative des pratiques managériales de la Marque Territoriale Régionale**

Thérèse Albertini, maître de conférences à l'IUT de Corse

Delphone Bereni, maître de conférences à l'IAE de Corse

Luisi Graziella, maître de conférences à l'université de Corse, membres du laboratoire UMR LISA

Outils et méthodes de gestion de l'image des territoires

## **L'image de la ville comme base de l'image de marque : étude de 9 grandes villes françaises**

Charles-Edouard Houllier-Guibert, maître de conférences à l'université de Rouen – laboratoire NIMEC

## **Marketing territorial relationnel et marques de territoires : vers une approche adaptée aux petites villes**

Christophe Alaux, maître de conférences à l'IMPGT de l'université d'Aix-Marseille – laboratoire CERGAM

VENDREDI 29 MAI matin

9h15 - 12h30

(suite) Outils et méthodes de gestion de l'image des territoires

## **Usage de la BD comme outil de marketing narratif pour les territoires**

Laurent Sempé, maître de conférences à l'université de Bordeaux 4 – laboratoire IRGO

Fédérer les parties prenantes : gouvernance et management stratégique

## **Gouvernance d'une marque de ville : les stratégies ambiguës**

Boris Maynadier, enseignant-chercheur à l'ICD business school de Blagnac – laboratoire LaRA

## **Hybridation de l'action publique/privée : enjeux de territoire, jeux d'acteurs, opportunités et limites dans une perspective de good governance métropolitaine, un cas de naming audacieux > Allianz Riviera Stadium**

Lyvie Guéret-Talon, professeure à SKEMA business school-Sophia-Antipolis

et David Huron, maître de conférences à l'IAE de Nice, université de Nice-Sophia-Antipolis – laboratoire GRM

## **La co-construction de pratiques de marketing territorial en question : les spécificités d'une marque territoire**

Cédrine Lebrument, doctorante à l'université Paris-Ouest Nanterre – laboratoire CEROS et LACC

## **Le manager de centre-ville : un outil pour le management stratégique des territoires ?**

Anaïs Daniau, doctorante à l'université Toulouse 2 – laboratoire CERTOP

Plus d'information sur le site [www.airmap.fr](http://www.airmap.fr) / more information : [www.airmap.fr](http://www.airmap.fr)