



INSTITUT DE RECHERCHE EN GESTION

Sous la co-tutelle de :  
UNIVERSITÉ PARIS-EST CRÉTEIL  
UNIVERSITÉ GUSTAVE EIFFEL



Fontainebleau

## Appel à communication

### Colloque « Attractivité des territoires : défis et enjeux pour les acteurs »<sup>1</sup>

Vendredi 11 juin 2021 au Théâtre de Fontainebleau

Institut de Recherche en Gestion, Université Paris-Est Créteil et Université Gustave Eiffel  
&  
Conseil Départemental de la Seine-et-Marne

L'attractivité des territoires se définit comme la capacité d'un territoire à capter des ressources extérieures mobiles qu'il s'agisse de ressources productives (entreprises, services et leurs emplois) ou de résidents de plus ou moins longue durée tels que touristes, salariés, retraités<sup>2</sup>. Le premier type d'attractivité correspond à l'attractivité économique productive et le deuxième à l'attractivité économique résidentielle. Un troisième type, l'attractivité vis-à-vis de ressources immatérielles, tend à drainer des ressources intangibles tels qu'investissements financiers, savoir-faire, expérience, marques précédant ou accompagnant l'implantation locale de ressources productives.

Il s'agit ainsi de bien définir dans le cadre de l'attractivité territoriale les deux composantes entrant en ligne de compte, à savoir l'espace géographique porteur d'attractivité variant à différentes échelles (quartier, ville, région, pays, ...) et le ou les acteurs mobiles sur lesquels s'exerce cette force d'attraction.

Enfin, en plus d'être une notion physique, l'attractivité d'un territoire est une expression qualitative d'un ressenti étroitement liée à son image et à sa réputation. Le rayonnement d'une ville, d'un département ou d'une région délimite son influence vis-à-vis de l'extérieur indépendamment de ses frontières géographiques. Le rayonnement des territoires est donc un défi stratégique pour les collectivités qui souhaitent pérenniser leur développement local et imprimer un positionnement différenciant, comparativement aux territoires voisins ou rivaux. Pour pouvoir correctement gérer l'attractivité territoriale, il est fondamental de pouvoir apprécier ce rayonnement sujet à des évolutions temporelles.

---

<sup>1</sup> Ce colloque correspond à la **quatrième Journée de Recherche Management et Société de l'IRG**

<sup>2</sup> <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1281062>

## **Objectifs du colloque**

Co-porté par l'Institut de Recherche en Gestion (IRG – UR 2354) de l'Université Paris-Est Créteil et par le Conseil Départemental de la Seine-et-Marne, et bénéficiant du concours de la Mairie de Fontainebleau, ce colloque s'adresse à la fois aux chercheurs en sciences sociales et aux acteurs publics et privés travaillant sur le territoire, ses défis et ses enjeux.

Cette manifestation scientifique se veut un espace d'échange, de réflexion et de fertilisation d'expériences et de résultats de travaux académiques entre chercheurs et praticiens autour de la thématique de l'attractivité devenue cruciale pour les territoires. Cette manifestation sera également l'occasion de créer des synergies et de favoriser les partenariats entre laboratoires de recherche, organismes publics et entreprises en vue d'enrichir les connaissances et les bonnes pratiques visant à renforcer la compétitivité et l'attractivité des territoires.

## **Thèmes de communication**

Le colloque, multidisciplinaire par nature, vise à croiser les regards et expériences des chercheurs et des praticiens mobilisant différents prismes d'analyse de l'attractivité des territoires (marketing, management public, sociologie, géographie sociale, économie spatiale, urbanisme, droit, etc.) en vue de nourrir les connaissances et irriguer les pratiques en la matière. Les travaux de recherche et les expériences ayant pour terrain d'investigation ou d'application le département de la Seine-et-Marne seront tout particulièrement appréciés, et peuvent couvrir des thèmes aussi variés que (liste indicative) :

- Territoires et consommation alternative,
- (Sous-)cultures, consommation et territoires,
- Tensions des territoires entre attractivité et responsabilité sociale,
- Attachement au territoire et identité sociale,
- Rayonnement, image et positionnement des territoires,
- Stratégies de communication et positionnement des territoires,
- Digitalisation et attractivité des territoires,
- Inégalités, vulnérabilités et territoires,
- Transitions démographiques, circulation des individus et territoires,
- Outils et dispositifs de mesure de l'attractivité territoriale,
- Concurrences et rivalités entre territoires,
- Partenariats et coopérations entre territoires,
- Politique de gestion du territoire et attractivité,
- Stratégies et leviers de développement de l'attractivité territoriale,
- Rôles des règles de droits dans l'attractivité territoriale, ...

## Organisation du colloque et format des soumissions

- Le colloque se tiendra le **11 juin 2021** dans un cadre magnifique, le théâtre de Fontainebleau construit dans un style Louis XIII (<https://www.fontainebleau-tourisme.com/fr/fiche/734616/theatre-municipal/>), et inauguré en 1912 (Théâtre Municipal de Fontainebleau, 9 Rue Dénecourt, 77300 Fontainebleau).
- Le colloque sera organisé autour **de tables rondes** proposant des regards croisés de chercheurs en sciences sociales et de professionnels en prise avec les questions du territoire, d'une part, et **de communications scientifiques** issues d'un processus d'évaluation en double aveugle, d'autre part.
- Les propositions de communication doivent respecter un format court (5 pages en Word Times 12, interligne simple, marges 2,5) hors page de garde, bibliographie et annexes. Les textes doivent être rédigés en français et présenter une recherche conceptuelle ou appliquée finalisée et originale. Les propositions de communication sont à déposer sur la plateforme dédiée au colloque au plus tard le 15/02/2021 à minuit (<https://territoires2021.sciencesconf.org/>).

## Comité scientifique

|   |   |
|---|---|
| AMINE Abdelmajid, Marketing - UPEC                                    | LACCEUILHE Jérôme, Marketing - UPEC   |
| BARAY Jérôme, Géo-Marketing - UPEC                                    | LE GOFF Joan, Stratégie/Management - UPEC                                   |
| BECHEUR Amina, Marketing – U. Eiffel                                  | LEMARCHAND Nathalie, Géographie - Université Paris 8                        |
| BENSEBAA Faouzi, Stratégie/Management - Université Paris 8            | LENGLET François, Marketing - Université de Savoie                          |
| BENZERAFA ALILAT Manel, Management Public - Université Paris Nanterre | LOMBART Cindy, Marketing - Audencia   |
| BEYLIER René-Pierre, Marketing - Université d'Avignon                 | LOUIS Didier, Marketing - Université de Nantes                              |
| CHAMARD Camille, Marketing - IAE Université de Pau                    | MARTINEZ Carole, Marketing - UPEC   |
| CLAUZEL Amélie, Marketing - Université Paris 1 Sorbonne               | MENCARELLI Rémy, Marketing - Université de Savoie                           |
| COURVOISIER François, Marketing - HES-SO/Haute Ecole de Gestion Arc   | MESSEGHEM Karim, Entrepreneuriat - Université de Montpellier                |
| DEBENEDETTI Alain, Marketing – U. Eiffel                              | NICHOLSON Patrick, Marketing - Université de Lille                          |
| DENECHAU Benjamin, Sociologie - UPEC                                  | ODOU Philippe, Marketing - Université de Reims-Champagne                    |
| De PECHPEYROU Pauline, Marketing - UPEC                               | PALAU Yves, Science Politique - UPEC  |
| FORT Fatiha, Marketing - SupAgro Montpellier                          | PERRIN Christelle, Management Public - UVSQ                                 |
| FROUTE Philippe, Economie - UPEC                                      | RICHE Caroline, Marketing - Université Paris Sud                            |
| GALLOUJ Camal, Marketing/Management - Université Paris 13             | RIEUNIER Sophie, Marketing – U. Eiffel                                      |
| GUICHARD Nathalie, Marketing - Université Paris Sud                   | SIRIEIX Lucie, Marketing - SupAgro Montpellier                              |
| HAMELIN Fabrice, Science Politique - UPEC                             | TERRAL Laurent, Géographie/Urbanisme - Ecole des Ponts ParisTech, U. Eiffel |
| KREZIAK Dominique, Marketing - Université de Savoie                   | THIARD Philippe, Géographie/Urbanisme - UPEC                                |
|   | YILDIZ Hélène, Marketing - Université de Lorraine                           |

## Comité d'organisation

AMINE Abdelmajid ([amine@u-pec.fr](mailto:amine@u-pec.fr))

BARAY Jérôme ([jerome.baray@u-pec.fr](mailto:jerome.baray@u-pec.fr))

LACŒUILHE Jérôme ([jerome.lacoeuilhe@u-pec.fr](mailto:jerome.lacoeuilhe@u-pec.fr))

De PECHPEYROU Pauline ([pauline.de-pechpeyrou@u-pec.fr](mailto:pauline.de-pechpeyrou@u-pec.fr))

TABET-LINEBOU Soukaina ([soukaina.linebou@etu.u-pec.fr](mailto:soukaina.linebou@etu.u-pec.fr))

- **Secrétariat du Colloque :**

TABET-LINEBOU Soukaina ([soukaina.linebou@etu.u-pec.fr](mailto:soukaina.linebou@etu.u-pec.fr))

- **Modalités d'inscription : à venir.**

## Dates à retenir

15/10/2020 : Lancement de l'appel à communication

01/12/2020 : Ouverture des soumissions

15/02/2021 : Date limite de soumission

30/03/2021 : Notification des décisions aux auteurs

01/04/2021 : Ouverture des inscriptions

30/04/2021 : Envoi des communications révisées

01/06/2021 : Clôture des inscriptions