

Profil des intervenants

Les intervenants du séminaire de la chaire sur le nouveau marketing territorial ont comme point commun d'être des professionnels ou des universitaires français et internationaux de haut niveau, experts reconnus des différents domaines et métiers du marketing territorial, et ayant une connaissance des évolutions des pratiques les plus performantes et innovantes dans le monde.

Christophe ALAUX, Directeur de la Chaire « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial ».

Maître de Conférences, Agrégé de Sciences Economiques et sociales, Directeur-adjoint de l'IMP GT, Directeur des études et Chargé de mission auprès de la Vice-Présidence d'Aix-Marseille Université pour l'évaluation des formations et des enseignements par les étudiants. Il assure la Responsabilité pédagogique du Master 2 « Marketing et communication publics » et du Master 2 « Management de la qualité ». Enseignant-Chercheur en marketing public (territorial, services publics et comportements d'intérêt général), il est co-auteur de l'ouvrage « Marketing territorial » avec Camille Chamard et Joël Gayet, publié chez De Boëck en 2014. Il publie également des articles scientifiques dans des revues classées (RFAP, GMP), lors de conférences internationales et pour des chapitres d'ouvrage. Il dirige en tant que co-chairman le Study Group XVI « public and nonforprofit Marketing » de l'European Group of Public Administration). Il participe à de nombreuses recherches-action en partenariat avec des collectivités territoriales ou des organisations non marchandes : marketing territorial, marketing culturel, gestion de l'usager/client. Partenaire actif de Cap'Com, il est membre du comité de pilotage du réseau. Il assure la direction pédagogique de la formation de master, la présentation méthodologique et l'encadrement des mémoires du Master.

Yvan AYMON, chargé d'enseignement, vacataire à l'université Paris 1 Sorbonne et HES-SO à Yverdon-Fribourg-Lausanne, il est expert en structuration de l'offre et en marque de qualification territoriale, président de l'association Valais Excellence (label pilote en Europe lancée en 2006), directeur du cabinet Ertenz et ancien directeur de la marque partagée du canton du Valais. « Lead auditeur » pour la SQS Association Suisse pour Système de Qualité et de Management, il est aussi diplômé de Quality Manager HES-SO et de responsable système environnemental ASPQ. Il intervient dans de nombreuses écoles et colloques internationaux et est « expert qualification » de la Chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial ».

Gilles BERTONI, expert en e-marketing sportif auprès de la chaire, fondateur de Bertoni & Co. Diplômé de Sciences Politiques (IEP de Toulouse), Gilles est « entré en marketing » par le DESS spécialisé du Celsa dépendant de la Sorbonne. Son expertise des marques s'est d'abord forgée au conseil dans les plus grandes agences de publicité, puis à la direction du marketing de Lacoste. Entré à la fédération française de tennis, il assure pendant une quinzaine d'années la direction commerciale, du développement et du marketing de Roland-Garros dont il initie la marque et les grandes plates-formes modernes d'accueil, de services et d'information. Complétant son parcours par la télévision, il intègre ensuite le Comité Exécutif de TF1 en tant que directeur des Marques du groupe. Puis, en 2004, à la demande de Jean-François Lamour, ministre des Sports, il crée opérationnellement la Fondation du Sport en tant que délégué général. Fin 2009, Gilles Bertoni fonde Bertoni & Co, structure de conseil marketing, relation publique et stratégies événementielles opérationnelles. Gilles Bertoni est Président d'Honneur et administrateur de Sporsora, l'association française du marketing sportif. Il est également Administrateur trésorier d'Admical, l'association du Mécénat d'Entreprises. Passionné d'enseignement et de formation, il dirige les thèses de la Chaire Internationale de Marketing Sportif de l'Essec

Camille CHAMARD, Directeur de l'IAE de Pau-Bayonne, Maître de Conférences, Camille est spécialisé dans la recherche sur l'image des territoires. Il a publié en octobre 2014 un ouvrage sur le marketing territorial chez De Boëck (co-écrit avec Christophe Alaux, Joël Gayet et Vincent Gollain). Il publie régulièrement des articles sur le marketing territorial dans des revues à vocations scientifiques.

Master 2 Management public; spécialité: marketing et communication publics
Séminaires Chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial »

Philippe CHOUKROUN, Directeur de l'Agence d'Attractivité de l'Alsace, issue de la fusion du Comité Régional du Tourisme (CRT), d'Alsace International (AI) et de la cellule en charge de la marque Alsace. Philippe a précédemment été directeur du Comité Régional du Tourisme d'Alsace après avoir assumé différents postes dans le marketing et la vente à Acropolis (Nice), Disneyland (Paris) et Hilton (Dolce International)

Françoise CLERMONT, titulaire d'un master (2) en marketing stratégique de l'IAE - Toulouse et d'une maîtrise tourisme du CEST / IREST - Panthéon Sorbonne, elle est associée de CoManaging (cabinet référent dans le nouveau marketing territorial), responsable du département formation de CoManaging, experte en marketing touristique, ancienne directrice des études et du marketing au sein du CRT Midi-Pyrénées. Elle accompagne régulièrement des organismes de tourisme, des pays, villes et stations dans la définition et la mise en œuvre de leur stratégie marketing et web marketing. Elle conçoit et anime des programmes de formation comme l'« Académie E-Tourisme en Pays de la Loire », et intervient en tant que formatrice auprès d'acteurs publics et privés dans les domaines de l'e-tourisme, du marketing et de l'observation du tourisme. Elle est « expert tourisme » auprès de la Chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial ».

Sophie DE PAILLETTE, consultante expert en identité, territoire et marques, pour CoManaging (40 portraits identitaires de territoires réalisés en 10 ans) ainsi que pour des cabinets de conseil en stratégie réputés (Braman, Peclers, Momentys, Fragrance Intelligence) dans les secteurs du luxe, de la mode et de la beauté pour Hermès, Balmain, New Man, Kookaï, Air France, Dior Parfums, Lancaster, Yves Saint-Laurent Parfums., etc mais aussi de L'Oréal, Armani, Hélène Rubinstein, Lancôme, Cardin, Anne Klein, Francesco Smalto, Office du Tourisme Espagnol, Citroën, Socopa, en tant qu'ancienne directrice de création et directrice artistique d'agences de publicité (CPV, Oscar, RSCG Réunion). Elle intervient dans plusieurs « think tank » sur les problématiques d'identité et de développement territorial et est expert « identité » auprès de la Chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial ».

Lionel FLASSEUR, diplômé de Skema Business School, il est directeur du programme Only Lyon du Grand Lyon, une réussite exemplaire en France en termes de stratégie d'attractivité et de marketing territorial. Son parcours professionnel l'a mené de fonctions des ventes et marketing d'une grande entreprise agro-alimentaire avant de prendre la direction du marketing au sein du site de vente en ligne de voyages : lastminute.com. Il a ensuite rejoint à cette même fonction les Aéroports de Lyon, de 2004 à 2009. OnlyLyon est cofondateur de la chaire « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial ».

Isabelle GAINCHE, originaire d'Aix en Provence où elle a fait ses études supérieures de Tourisme, Isabelle GAINCHE possède une solide expérience de 20 ans dans le domaine du marketing et de la vente. Elle a été chargée des développements commerciaux à l'international pour les groupes Concorde et Barrière ; responsable de l'organisation d'événements pour Andersen Consulting à Sophia Antipolis avant de devenir, en 2002, Directrice Commercial, Marketing et Communication de l'Hôtel Palais de la Méditerranée à Nice. En 2005, elle rejoint le groupe Floirat, en tant que responsable de la mise en place de la stratégie Commerciale, Marketing, Communication pour l'ensemble des établissements du groupe. Elle occupe aujourd'hui la fonction de Directrice du Tourisme pour la destination Cannes et de Directeur Commercial et Marketing du Palais des Festivals et des Congrès de Cannes.

Joël GAYET, expert en marketing territorial innovant, fondateur de la Chaire « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial ». Diplômé de Montpellier Business School (ESC), il a été préalablement fondateur-dirigeant du cabinet CoManaging (cabinet conseil référent dans le nouveau marketing territorial), initiateur avec Sophie de Paillette des Portraits identitaires de territoire, des stratégies de marketing intégrées et de marques partagées.

Il a été aussi fondateur-dirigeant de Culture Marque, cabinet conseil spécialisé dans les stratégies de marque, président du directoire et directeur associé de France Conseil, groupe de conseil en marketing et communication spécialisé dans l'institutionnel, le tourisme et l'immobilier.

Master 2 Management public; spécialité: marketing et communication publics
Séminaires Chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial »

Il intervient dans de nombreux colloques internationaux et dans des écoles de management, a publié un livre sur les nouvelles approches de management et du marketing (« la communication totale »/Top Editions/1998) et sur les nouvelles tendances et pratiques du marketing territorial (Place Marketing Trend 2014 / Corps et Ame/2014). Il est aussi l'auteur de nombreux articles sur le marketing territorial et les nouvelles stratégies de marque.

Jean-Philippe GOLD, certifié “*Experience Economy Accreditation*” en Marketing international de Strategic Horizons LLP Minneapolis MN, licencié en économie et titulaire d'un MBA Advance Management Program, en stratégie et gouvernance de CEPI Management, il est directeur général du Comité Régional du Tourisme de Picardie, organisateur d'une nouvelle gouvernance de marketing et animateur d'une démarche intégrée de marketing et de marque partagée (Esprit de Picardie), auteur d'une thèse sur les nouveaux modèles de création de valeur du marketing territorial, préalablement directeur Général de l'Office de Tourisme et du Palais des Congrès Vichy.

Vincent GOLLAIN, Titulaire d'un doctorat de sciences économiques de l'université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne, Vincent GOLLAIN a mis dès l'origine ses compétences au service du développement des territoires et de l'intérêt collectif, tout d'abord en tant qu'économiste à l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de l'Ile-de-France, puis comme directeur à l'ARD Paris Ile-de-France. Sa volonté de contribuer à la construction d'une pensée partagée sur les sujets stratégiques des grands projets d'aménagement, de l'attractivité des territoires et du marketing territorial l'a poussé à présider plusieurs associations de professionnels, mais aussi à fortement s'impliquer dans des cycles de formation initiale et continue en France ou à l'étranger.

Il est aussi coordinateur de l'Alliance Hubstart Paris (démarche de marketing territorial de la place aéroportuaire du Grand Roissy, où se trouvent notamment les aéroports de Paris Charles de Gaulle et du Bourget), président du Club des Développeurs économiques d'Ile-de-France et du Club Marketing Territorial de l'ADETEM. Il a mis au point des approches spécifiques pour identifier et valoriser les avantages comparatifs des territoires (METHODE CERISE REVAIT®) et est l'auteur du « Guide du marketing Territorial » aux éditions territorial et rédacteur du site www.marketingterritorial.org, leader dans le monde francophone sur les sujets du marketing territorial.

Grégory GUZZO, Ingénieur-maitre en management des services, il est directeur de l'Office de Tourisme de Val Thorens et de Val Thorens Réservation. Il a été auparavant directeur de Brides-les-Bains Tourisme et Développement. Il est Maitre de conférences associé à l'IAE Savoie Mont Blanc et enseigne en master 1 & 2. Il est également certifié “*Experience Economy Expert*” après avoir suivi le cycle de son fondateur, Joseph II Pine. Il est cofondateur et intervenant à la Chaire d'Attractivité et Nouveau Marketing Territorial. Ses domaines de prédilection sont le marketing stratégique, le digital, le CRM, la stratégie de marque et le design d'expériences.

Evelyne LEHALLE, Docteur en histoire, Evelyne une passion pour le développement culturel, en France et dans le monde. Au service de l'administration générale de la culture pendant plus de 20 ans, elle connaît toutes les procédures et aime à fabriquer de nouveaux objets de tourisme culturel. Les visiteurs ont changé, les destinations sont de plus en plus concurrentes, le numérique a changé la donne, les BRICS arrivent...Agir pour renouveler le tourisme culturel est important !

Virginie MAHE, Spécialisée en marketing et communication des territoires, Virginie accompagne les acteurs institutionnels et para-publics dans leurs problématiques d'identité, d'image et d'attractivité. Actuellement directrice du pôle Territoires au sein de l'agence Souple/hop! à Paris, agence de communication spécialisée notamment dans le marketing territorial, elle est titulaire d'un master 2 Communication publique locale et Marketing territorial obtenu à Audencia (programme Sciencescom - Nantes). Différentes thématiques la passionnent, parmi lesquelles : les problématiques d'attractivité des territoires, la question de l'identité (de marque ou de territoire) et de l'architecture de marque, les usages numériques innovants au service du renforcement du lien citoyen (smart cities, open data...), les pratiques collaboratives et le fonctionnement en réseau, notamment à une échelle internationale, la communication publique en général.

Master 2 Management public; spécialité: marketing et communication publics
Séminaires Chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial »

Marc MARYNOWER, maître de conférences associé en stratégies de communication (Université de Bourgogne) et formateur en marketing territorial il dirige l'agence MMAP, conseil et création en identité de marque, stratégie marketing et communication. L'agence accompagne entreprises et territoires sur des questions d'intérêt public : développement urbain, économique, touristique, transport, enseignement supérieur, commerce, habitat, culture, santé... Spécialiste des questions d'attractivité (économique, touristique, résidentielle, universitaire, commerciale...), elle conseille - marketing territorial et politique de marque - plusieurs Régions (Ile de France / Paris Region, Bretagne, Alsace, Limousin, Franche Comté...), des Départements (Manche, Saône-et-Loire...), des destinations touristiques (Vittel/Contrexéville, Val Thorens, Saint-Barth...), L'agence accompagne les projets de différentes métropoles (Grand Lyon / OnlyLyon, Saint-Étienne, Annemasse Agglo...), sur leur développement global, ou sur certains quartiers en rénovation urbaine. De double culture "public-privé", MMAP conseille également de grands groupes de services sur leur communication corporate et les accompagne dans le cadre de leurs relations avec les citoyens et les collectivités, en termes d'infrastructures, transport, eau, énergie, environnement, aménagement, immobilier commercial, urbanisme...

Boris MAYNADIER, Docteur en marketing, Enseignant-Chercheur à l'école de commerce ICD et consultant en marketing territorial. Il a soutenu une thèse de doctorat sur le thème du city branding. Il travaille sur les territoires comme lieux d'institution de soi et de la société, comme espace de significations. Son approche est essentiellement qualitative, dans le but de proposer des concepts, modèles et méthodes ancrées dans les spécificités des territoires. Il accompagne ainsi les élus et responsables dans la co-production du sens de nos lieux et espaces habités. Boris a également créé son blog www.brandingthecity.com.

Anne MIRIEL, titulaire d'une maîtrise en sciences politique de Paris 2 Assas, elle est experte en communication territoriale, directrice de l'attractivité et de la marque Bretagne au sein de Bretagne Développement Innovation, préalablement Directrice de la communication de la région Bretagne qui a initié et pilotée la marque partagée Bretagne, la stratégie de marketing et de promotion économique, l'activité « Invest in Bretagne » et l'accueil des projets d'investissements internationaux en Bretagne en lien avec les acteurs territoriaux et l'AFII (Agence française pour les investissements internationaux). Elle a établi la stratégie d'attractivité de la Bretagne.

Jean PINARD, Pilote du programme Auvergne Nouveau Monde, Jean est Président du Cabinet Futourism qui accompagne les territoires dans leur stratégie d'attractivité et la performativité de leur marque.

Emmanuelle RIPERT, Diplômée d'HEC et de l'ESCP, Emmanuelle Ripert a travaillé pendant une vingtaine d'années dans le secteur des médias (TF1, S3G). Depuis 2011, elle est directrice du développement économique, de l'emploi et de l'enseignement supérieur à la Mairie de Bordeaux. Intéressée par l'innovation disruptive et la création de start-ups, ses domaines d'expertise comprennent les médias, le digital marketing et l'e-commerce.

Marc THEBAULT, expert en communication publique et marketing citoyen (marketing territorial « social »), il est directeur de la Communication de la Communauté d'agglomération Caen la mer, animateur du blog thebaultmarc.expertpublic.fr et professeur vacataire à l'UCO Angers et à l'école de management de Normandie sur le marketing territorial et les stratégies de communication publique. Il est ancien directeur de la Communication de la Ville d'Issy-les-Moulineaux (via la S.E.M. Issy-Media), de la ville de Saint-Etienne et ancien directeur du marketing territorial de la communauté d'agglomération Saint-Etienne Métropole. Les villes pour lesquels il est intervenu ont obtenu, au total, plus de 14 prix en communication, il possède un savoir-faire spécifique dans les réseaux sociaux et est auteur, ou co-auteur, de nombreux ouvrages sur la communication des collectivités dont « Construire la communication intercommunale » (Territorial éditions) en 2010.

Séminaire Euroméditerranée animé par **Alexandre SORRENTINO**, directeur de la Stratégie l'Etablissement public d'aménagement d'Euroméditerranée, la plus grande opération de rénovation urbaine d'Europe du Sud. Euroméditerranée va rassembler sur son périmètre la plupart des équipements culturels (80%) majeurs de Marseille-Provence 2013 : le Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (Mucem), le Centre Régional de la Méditerranée (CRM), le Silo et sa salle de spectacle de 2 000 places, le Fonds Régional d'Art

Master 2 Management public; spécialité: marketing et communication publics
Séminaires Chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial »

Contemporain (FRAC), Euromed Center et son multiplex de cinéma. Le séminaire consiste à la découverte sur place du programme et de sa stratégie de développement.

Participation au Place Marketing Forum 2016 (9 & 10 mars) colloque international organisé par la chaire « attractivité et Nouveau Marketing territorial » qui rentre dans le cursus du Master.

Participation de plus de 40 professionnels français et internationaux (experts, consultants, représentants de collectivités, directeurs d'agences de développement économique ou touristique, responsables de grands événements culturels ou sportifs...) qui présenteront et échangeront autour de cas remarquables de marketing territorial.

Master Classes : intervenants sélectionnés parmi les participants au Place Marketing Forum

- **En 2016 :**

Juan Carlos BELLOSO (Espagne)

Juan Carlos Belloso est un expert international, de plus de 20 ans d'expérience, spécialisé dans le branding, le développement et la promotion des territoires et destinations. Basé sur Barcelone, il a été le conseil stratégique de nombreuses villes, régions et pays dans le monde entier. Juan Carlos a également été le conseiller pendant de nombreuses années de la mairie de Barcelone. Membre du Conseil de Barcelona Global, il est également Directeur Général Associé de l'association internationale Best Place – European Place Branding and Marketing Institute, membre du Conseil Associatif de City Nation Place. Ses principaux domaines d'expertise sont le branding et la promotion des destinations touristiques, le développement des quartiers culturels, l'internationalisation et la promotion économique des territoires

Séminaire de l'Agence Nationale de Rénovation Urbaine (ANRU) avec :

- **Eléonore HAUPTMANN** : Eléonore est diplômée en écologie de l'université de Strasbourg et s'intéresse d'abord aux projets urbains écologiques en Europe. Elle étudie ensuite à l'Institut d'Urbanisme de Paris et à l'université du Québec à Montréal. Plus de vingt ans d'expérience ont forgé sa culture de la rénovation urbaine en tant qu'urbaniste-environnementaliste. Puis directrice de projets chez Cité Services (Groupe Suez), elle conduit des démarches programmatiques et participatives pour les Grands Projets de Ville. Enfin, elle dirige le projet intercommunal de rénovation urbaine du Grand Nancy. Depuis 2009, elle est responsable du Pôle d'Appui et de Capitalisation Opérationnels de l'ANRU.
- **Marc MARYNOWER**
- **Xavier MERCIER** – Agence MMAP
- **Jean-Gil FABRI** : Jean-Gil Fabri est actuellement le Chef de Projet de Rénovation Urbaine de la Ville de Forbach. Le programme de l'ANRU sur Forbach concerne 2 quartiers prioritaires de la Politique de la Ville. De 2008 à 2013 il a été Directeur du programme de rénovation urbaine des Villes de Dreux et Vernouillet représentant 200 millions d'Euros de travaux et plus de 1000 logements reconstruits. De formation Ecole de Commerce, il est diplômé de Columbia University à New York et a vécu et travaillé la moitié de sa vie sur le continent Américain dans les domaines de l'aménagement et de la promotion immobilière

- **En 2014 :**

Docteur Katherine Loflin (USA)

Le Dr Loflin est titulaire d'une maîtrise et d'un doctorat en travail social de l'Université de Caroline du Nord, à Chapel Hill aux États-Unis. Elle est l'auteur d'une thèse sur la relation entre capital social et engagement civique. Elle est directrice de Loflin Consulting Solutions et experte mondialement reconnue du "Placemaking", une approche endogène du marketing territorial, axée sur l'art, la culture, le collaboratif et la participation citoyenne comme leviers de régénération des territoires. Elle a piloté l'étude majeure « Knight Soul of the Community », sur l'identification des déterminants de l'attachement au territoire, et conduit la démarche citoyenne remarquable associée, « Our Miami ».

Master 2 Management public; spécialité: marketing et communication publics
Séminaires Chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial »

Forte de son expertise reconnue en placemaking, Katherine accompagne de nombreuses villes à travers le monde, sur des projets particulièrement innovants, tels que « Calgary's Inspiring Strong Neighborhoods » au Canada, ou « Place Capital Inventory » en Australie. Citée massivement aux Etats-Unis et dans la presse internationale, Katherine fut la première à créer et animer une émission de radio entièrement consacrée au Place Making : « *Place Matters with Dr. Katherine Loflin* ». Auparavant, elle a été directrice du programme de la *John S. & James L. Knight Foundation* en Floride, visant à orienter les investissements (se chiffrant en millions) de bienfaisance de la fondation.

Estelle SIMON (France)

Estelle est directrice du Marketing Territorial/Tourisme à Saint-Etienne Métropole. Diplômée de l'EM Lyon et de Sciences-Po Lyon, elle a auparavant travaillé pendant 5 ans au sein du cabinet Ernst&Young à Lyon comme consultante en marketing territorial et développement économique auprès de collectivités locales ou agences de développement économique. Elle a piloté la mise en place de la démarche Attractivité Saint-Etienne Atelier Visionnaire depuis 2010 en tant que consultante puis en tant que responsable marketing au sein de Saint-Etienne Métropole. Elle coordonne et impulse les actions marketing liées à la démarche Attractivité stéphanoise. Estelle présentera ce cas remarquable lors du thème dédié à la stratégie et plan d'attractivité globale, marque et gouvernance partagées, reconversion industrielle, urbaine, et vision culturelle.