



Place Marketing Forum 2025 : le rendez-vous du **nouveau marketing territorial**

Les 5 et 6 juin prochains, le [Campus de Sciences Po Reims](#) accueillera la 12^e édition du [Place Marketing Forum](#), le grand rendez-vous international consacré au marketing territorial. Un programme dense, des intervenants de prestige et des thématiques d'actualité viendront rythmer cet événement incontournable pour les acteurs de l'attractivité.

Pour sa douzième édition, le Place Marketing Forum (PMF) pose ses valises sur le prestigieux campus de *Sciences Po*. Organisé par la *Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial (A&NMT)*, cet événement est devenu au fil des ans le rendez-vous de référence pour les décideurs, élus, professionnels et chercheurs investis dans la dynamique d'attractivité des territoires. Avec près de 300 participants attendus, la ma-

nifestation promet d'être à la hauteur de sa réputation : inspirer, connecter et faire émerger des idées neuves en matière de marketing territorial.

[L'IA et l'attractivité étudiante au cœur des débats](#)

Fidèle à sa mission de veille et d'innovation, le *Place Marketing Forum 2025* mettra l'accent sur deux grandes thématiques transversales : d'une part,

l'utilisation de l'intelligence artificielle au service de l'attractivité territoriale – qu'elle soit économique, touristique ou résidentielle –, et d'autre part, les stratégies visant à attirer et fidéliser les étudiants – enjeu crucial pour de nombreux territoires.

À travers des conférences, des tables-rondes et des ateliers, des experts du monde entier viendront partager leurs expériences et débattre



des défis et opportunités liés à ces deux axes. La place croissante de l'IA dans les stratégies marketing territoriales, ainsi que les moyens d'ancrer durablement les jeunes talents sur les territoires, seront ainsi largement explorés.

Un programme riche et international

Le PMF25 s'annonce particulièrement riche en interventions inspirantes. Parmi les têtes d'affiche de la dernière édition, on retrouvait notamment Nicky Torsen, Directrice des activités de conseil pour *New Zealand Story* (une organisation reconnue pour sa stratégie innovante de nation branding) ; Fabio Sacco, Directeur du *Val di Sole Tourism Board* en Italie ; Frédéric Raymond, Directeur du programme *Place*

aux jeunes en région au Québec ; et Amélie Drouet, spécialiste danoise en communication pour *Headstart*.

Chaque intervenant apportera sa vision et ses bonnes pratiques, issues de contextes territoriaux variés, offrant ainsi aux participants un panorama international des stratégies d'attractivité réussies.

Think tanks thématiques et échanges d'expertises

Au-delà des conférences et des panels, quatre *think tanks* se tiendront en parallèle, sur des thématiques-clés pour l'avenir du marketing territorial : la santé et le bien-être ; la gouvernance et les partenariats ; les enjeux des aires métropolitaines, le tourisme d'affaires (*MICE*) ainsi que les grands

événements. Ces sessions permettront aux participants de plonger dans les travaux de recherche menés par la *Chaire A&NMT* et ses partenaires, et d'échanger de manière approfondie avec des experts de terrain.

Un Eductour pour découvrir Reims autrement

Parce que l'attractivité territoriale se vit aussi concrètement, les organisateurs ont prévu un *Eductour* sur le territoire rémois en amont de l'événement (en fin de journée du 4 juin). L'occasion pour les participants de découvrir les lieux emblématiques de Reims, de rencontrer les acteurs locaux et de tisser des liens dans un cadre plus informel. Une manière vivante et immersive d'appréhender les réalités d'un territoire dynamique.



Une soirée networking au Musée Saint-Remi

Mais le *PMF25*, c'est aussi des moments de convivialité propices au networking. Le jeudi soir, les participants se retrouveront au [Musée Saint-Remi](#), joyau historique de Reims, pour une soirée dédiée aux échanges informels et aux rencontres profes-

sionnelles. Animations, temps forts et découvertes culturelles viendront rythmer cet événement, pensé pour favoriser les collaborations futures.

Un événement porté par une équipe passionnée

Sous la direction de Christophe Alaux, Directeur de la Chaire A&NMT et de

[L'IMPGT](#) (voir ci-après), épaulé par Laura Carmouze, Christine Cuenca, Annie Delanghe, Claire Couvret et Sarah Djalal, le *PMF 2025* promet une organisation millimétrée au service de contenus de grande qualité et d'une expérience participante enrichissante... Il constituera un temps-fort incontournable pour penser et construire les territoires de demain. ■

TROIS QUESTIONS... à Christophe Alaux, **Directeur de la Chaire A&NMT et de l'IMPGT**

Quelle est l'origine de cette manifestation ?

Christophe Alaux : Le forum de la chaire *Attractivité / Nouveau marketing territorial* a été créé en 2013. Il en est à sa douzième édition, et se déroule chaque année sur un territoire différent. Il vise à rassembler près de 300 professionnels de l'attractivité et du marketing territorial autour d'un événement annuel, durant lequel sont invités des territoires internationaux et français qui viennent présenter les pratiques les plus performantes et les plus innovantes en la matière. Depuis sa création, plus d'une cinquantaine de territoires ont été récompensés. En parallèle de ces plénières sur des thématiques en lien avec le développement économique - le tourisme, l'événementiel ou l'attractivité résidentielle -, nous avons développé des *think tanks* qui abordent des thématiques prospectives de l'attractivité des territoires, des sujets de gouvernance, de santé, liés à l'événementiel, à l'IA, aux métropoles...

Pouvez-vous nous définir ce «nouveau marketing territorial» ?

CA : La démarche de marketing territorial constitue une réponse à l'objectif d'attractivité - qui vise à attirer et ancrer différentes cibles : habitants, étudiants, touristes, entreprises, investisseurs, événements. Ces objectifs peuvent varier en fonction des visions politiques, des contextes socio-économiques, des évolutions des espaces géographiques et administratifs (redécoupages administratifs, essor des métropoles et des régions, collaborations entre la ville-centre et sa périphérie), ainsi que des modes de management. On parle également «d'hospitalité» pour qualifier cette volonté de rétention des cibles et de développement d'une relation de long terme avec les parties prenantes internes. Nous observons ainsi que les territoires recourent à « *l'usage coordonné d'outils marketing dans une logique d'orientation-client partagée.* » Ils appuient leur action à la fois sur des éléments tangibles (l'offre du territoire et ses services) et intangibles (l'image et la réputation.)

Le marketing territorial désigne cette « *démarche méthodologique, à la fois stratégique et opérationnelle, permettant de capter, créer, communiquer et délivrer de la valeur correspondant aux besoins de chacune des parties prenantes, actuelles et futures, du territoire, afin d'assurer une attractivité équilibrée.* » L'accent est mis sur la méthode qu'elle implique, dont la phase de diagnostic orienté-marché et de projet partagé, ainsi que sur la performance équilibrée qu'elle doit produire, dans le but d'attirer de nouveaux acteurs sur ces territoires tout en améliorant la qualité de vie de ceux déjà présents. Le marketing territorial est donc un projet collectif dont la principale fonction est de mobiliser les acteurs du territoire, premiers bénéficiaires de cette création de valeur liée à l'attractivité.

Le nouveau marketing territorial désigne l'évolution de ces démarches guidées par quatre grands principes issus du *Manifeste de la Chaire* édité en 2021 : l'équilibre entre l'attraction et l'ancrage au sein du territoire ; une adaptation sur-mesure aux spécificités culturelles du territoire ; une démarche collective, transversale et adossée à une gouvernance politique et managériale.

Quelles sont vos attentes pour cette nouvelle édition ?

CA : Les deux fils rouges de cette édition 2025 seront l'IA au service de l'attractivité et l'attractivité étudiante. Nous allons alterner des temps de plénière et des temps plus participatifs autour des think tanks, sous des formats d'ateliers. Après la *Fresque de tous les talents® dévoilée en 2024 à Caen, un nouvel outil* développé par la Chaire sera présenté en «Ice Breaker» : une boussole de l'équilibre territorial. Nous attendons toujours un fort niveau de participation et espérons que les échanges seront nombreux avec nos intervenants français, internationaux et l'ensemble des participants ! Ce sera aussi l'occasion de présenter les premiers résultats de l'étude *IMAGETERR® 24* de la Chaire, qui a été lancée en décembre 2024. ■