



Jeudi 23 mars – 09.00 / 10.15

La vision politique : un élément clé de réussite d'une stratégie de marketing territorial

The political vision: a place marketing strategy's key factor of success

Philippe AUGIER – Maire de Deauville (France)



Fort d'une longue expérience politique, Philippe Augier a su mettre au service du territoire et de ses habitants son expertise entrepreneuriale. Elu maire de Deauville en 2001, président de la Communauté de communes en 2008, il a hissé sa ville au niveau des plus grandes grâce à des politiques sociales, culturelles et économiques propices à son développement et au bien-être de ses citoyens. En 2016, le président de la Région Normandie Hervé Morin lui confie le pilotage de la Mission Attractivité Normandie, qui préfigure l'ouverture d'une agence normande de l'attractivité dans le courant de l'année 2017. Philippe Augier peut ainsi mettre au service de la Région réunifiée son expertise en matière de marketing territorial et sa longue expérience de chef d'entreprise tournée vers l'international.

With a long experience in politics, Philippe Augier made benefit his entrepreneurial experience to the territory and inhabitants. In 2001, he was elected Mayor of Deauville and then, in 2008, President of Community of Communes. He leaded the territory transformation to rise it up to the level of the biggest ones, thanks to social, cultural and economic actions, which strengthened citizens' quality of life and Deauville's development. In 2016, Hervé Morin, President of Normandy French Region, entrusted Philippe Augier to lead the Normand Attractiveness Mission, which prefigures the opening of a Normand agency for attractiveness in the course of 2017. Philippe Augier will be able to serve his territory thanks to his place marketing awareness and his long experience of as international business executive.

David KIMELFELD – Maire du 3^{ème} Arrondissement de Lyon (France)



Infirmier de formation, il entre en politique en militant au Mouvement contre le racisme et pour l'amitié entre les peuples (MRAP). Il crée une entreprise de transport en 1990 et met le militantisme entre parenthèses, avant d'y revenir en 1998. Élu conseiller d'arrondissement en 2001, il se voit confier le poste de 1er adjoint au Maire du 4^{ème} en charge de la culture, des évènements, du commerce & de l'artisanat. Il obtient en 2008 le poste de vice-président du Grand Lyon en charge du développement économique. En 2011, il devient Maire du 4^{ème} arrondissement. En 2014, il est réélu **Maire du 4^{ème} arrondissement** et **devient 1er vice-Président de la Métropole de Lyon délégué à l'économie**. En parallèle, il est élu premier secrétaire fédéral du parti socialiste du Rhône en 2012, réélu en 2015.

David Kimelfeld was originally a male nurse before entering in politics, where he advocated for the Movement Against Racism and for friendship between people (MRAP). He became president of Brignais MJC and then integrated the Socialist party in 1988. He has created a transport company in 1990 and so put aside politics for a while. In 2001, he was elected as Local councilor for the fourth district of Lyon city, responsible of events, culture, business and craft. In 2008, David Kimelfed became Vice-president for Grand Lyon metropolis, in charge of economic development. In 2011 he was elected



as **4th district of Lyon' mayor, and reelected in 2014**. At the same time, he also became **First Vice-President for Lyon metropolis**, in charge of economy. Meanwhile, he was also elected first Federal Secretary for the Rhône, French department, in 2012 and reelected in 2015.

Christophe ALAUX – Chaire A&NMT / IMPGT (France)



Directeur de la Chaire et Directeur-adjoint de l'IMPGT, Christophe participe à de nombreuses recherches-actions, en partenariat avec des collectivités territoriales ou des organisations non marchandes : marketing territorial, marketing culturel, gestion de l'utilisateur/client. **Enseignant-Chercheur en marketing public** (territorial, services publics et comportements d'intérêt général), il est co-auteur de l'ouvrage « Le marketing territorial / Comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires ? » et « De l'attractivité à la compétitivité des territoires : théories et pratiques ». Il publie également des articles scientifiques dans des revues classées, lors de conférences internationales et pour des chapitres d'ouvrage sur ces thématiques de recherche.

Christophe Alaux is the **New Place Marketing and Attractiveness Chair Director IMPGT (Aix-Marseille University)**, and head of its scientific committee. **Lecturer, Economic and Social Sciences Agrégé, Deputy Director of IMPGT, Director of programs**, Christophe is also Special Advisor for the Vice-Presidency of Aix-Marseille University about the evaluation of programs by students. He has the academic responsibility for the Master 2 "Marketing and public communication" and the Master 2 "Quality Management". He participated in numerous research actions, in partnership with local authorities or non-profit organizations: place marketing, cultural marketing, user / customer management. Lecturer in public marketing (territorial, public services and social marketing: behavior of general interest), he is co-author of the "Place Marketing". He also published scientific articles in classified journals (RFAP GMP), during international conferences and for book chapters on these research topics.

Jeudi 23 mars – 10.35 / 11.50

Comment associer les entreprises aux démarches d'attractivité ?

How to associate firms to attractiveness approaches and actions?

Speaker : Jacques LESIEUR - Team Côte d'Azur (France)



Diplômé de la SKEMA Business School et de l'INSEAD, puis Cadre dirigeant de sociétés, membre encore récemment du Comité de Direction de PwC pour les Services aux Entrepreneurs en France, membre du Central Cluster Middle-Market Leadership Group (EMEA), et Worldwide Lead Partner de la PwC Family Business Survey, Jacques Lesieur possède une expérience opérationnelle significative de l'entreprise et bénéficie d'un double acquis, en termes de métier et de réseau national et international. Très attaché au territoire des Alpes-Maritimes qu'il connaît bien, il a accompagné le développement de Sophia-Antipolis en participant au CERAM. Jacques Lesieur est désormais **à la tête de Team Côte d'Azur, agence de promotion économique de la Côte d'Azur**.

Graduated from SKEMA Business School and INSEAD, then senior executive for various companies, Jacques Lesieur was until recently member of the PwC Management Committee for Entrepreneur Services in France, member of the Central Cluster Middle-Market Leadership Group (EMEA), and Worldwide Lead Partner for the PwC Family Business Survey. Attached since a long time to the Alpes-Maritimes region, which he knows well, he has supported, in the past, the development of Sophia Antipolis by participating at CERAM. In January 2013, Jacques Lesieur chose to dedicate his skills and international network to boost the promotion of the Côte d'Azur on foreign markets, and facilitate the set-up of French and foreign investors in the region. He was appointed as **CEO of Team Cote d'Azur, the economic promotion agency of the French Riviera.**

Lauréat (laureate) : Siobhan FINN – Cork Innovates – (Irlande / Ireland)



Siobhán Finn est **Directrice de Projet pour le Partenariat Cork Innovates** depuis 2012. Elle est responsable de l'animation et de la gestion entre les 12 organisations qui collaborent au sein de Cork Innovates. L'objectif de ce partenariat est de renforcer la réputation économique et la perception de Cork comme le territoire idéal pour les Petites et Moyennes Entreprises (PME) innovantes qui souhaitent investir en Irlande. Siobhán est forte de 15 ans d'expérience dans les secteurs privé et public, avec un focus particulier sur la gestion des consortiums réunissant des acteurs multiples. Elle a été nommée coordinatrice pour la City Region de Cork et a été chargée de l'organisation de grands événements internationaux (The Startup Gathering, Startup Nations Summit 2016). Titulaire d'un Master en Management du Trinity College de Dublin, Siobhán est diplômée de l'Institut de Marketing d'Irlande et possède une certification en Management de l'Innovation.

Siobhán Finn has served as **Project Director with the Cork Innovates Partnership since 2012**. Siobhán is responsible for leading and managing a partnership of 12 organisations who collaborate under the mantle of Cork Innovates to drive the economic reputation and perception of Cork as the optimum location in Ireland for SME innovation and entrepreneurship. Siobhán has over 15 years of experience working across the public and private sector with particular focus on leading and managing multiple-stakeholder consortia. In 2015, she was nominated by DJEI as City Region Coordinator for The Startup Gathering and in 2016 she secured the Startup Nations Summit for Cork, a first for Europe. Siobhán holds an MSc in Management Practice from Trinity College Dublin, focusing on change management through action-learning within a first generation family-owned and managed business.

Animateur (host) : Yvan AYMON – Valais Excellence (Suisse/Switzerland)



Expert en développement durable et en marque de qualification territoriale, Yvan a été à l'origine de la marque Valais. Yvan Aymon est **directeur du cabinet Ertenz et président de Valais Excellence**, un label de qualification durable transversale du canton du Valais, une démarche de progrès unique en Europe intégrant économie, social et environnement dans tous les secteurs d'activités. Valais Excellence est cofondateur de la chaire « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial ». Il est également « Lead auditeur » pour la SQS Association Suisse pour Système de Qualité et de Management et est diplômé de Quality Manager HES-SO et responsable de système environnemental ASPQ.

Expert in sustainable development and territorial qualification brand, Yvan was at the creation of the Valais brand (Switzerland). **Yvan Aymon is Chairman of Ertenz and CEO of Valais Excellence**, a label for sustainable qualification of the canton of Valais, a unique approach in Europe integrating economic, social and environment in all sectors. He is "Lead Auditor" for SQS Swiss Association for Quality System and Management and he also graduated as HES-SO Quality Manager and responsible ASPQ environmental system.



Expert : **Jean-Charles FODDIS** – ADERLY (France)



Issu d'une formation en biologie et en management industriel, ce dirigeant de 49 ans bénéficie d'une solide expérience dans les domaines de l'industrie et de l'international, notamment dans les secteurs des biotechnologies et du cosmétique. Aujourd'hui, Jean-Charles Foddis est **Directeur exécutif de l'ADERLY** (Invest in Lyon, l'agence de promotion et d'investissement de la région Lyonnaise). Il porte donc, à ce titre, le programme ONLYLYON. Il est également **Directeur du service international de la CCI Lyon Métropole Saint-Etienne Roanne**.

Jean-Charles Foddis is the executive director of the Lyon Area economic development agency (ADERLY - Invest in Lyon), since 2015. For this reason, he is in charge of the ONLYLYON program. Jean-Charles is also Head of the International Department of the Chamber of Commerce and Industry for Lyon Metropolis, Saint-Etienne and Roanne. He graduated in biology and industrial management and made his career in industries and international fields, particularly within biotechnologies and cosmetic industry fields.

Chercheur (Researcher) : **Sarah SERVAL** – Université Paris-Saclay / Paris-Saclay University (France)



Chercheuse à l'Université Paris-Saclay, Sarah Serval a obtenu son doctorat en 2015 (Aix-Marseille Université) sur la thématique de la relation entre l'action publique locale et l'ancrage sur le territoire des investissements internationaux. Elle a reçu un prix de thèse lors de la conférence AIRMAP en Juin 2016. Ses thèmes de recherche sont le marketing territorial, l'attractivité et la compétitivité territoriale. Sarah a également accompagné des collectivités territoriales durant l'élaboration de sa thèse.

Dr. Sarah Serval is a **researcher at Paris-Saclay University**. She defended her PhD thesis in December 2015 at Aix Marseille University. She investigated in her thesis the relation between local public action and the territorial anchoring of foreign subsidiaries. She has received a thesis award at the AIRMAP conference in June 2016. Her field of research interests concern the territorial management and how to foster territorial attractiveness and competitiveness. During her PhD, she was also involved in consulting activities on behalf of local authorities.

Jeudi 23 mars – 11.50 / 13.05

Les entreprises agissent sur l'attractivité du territoire

Companies acting on their territories' attractiveness

Speaker : **Vincent GOLLAIN** – Institut d'Aménagement et d'Urbanisme Ile-de-France / City and Urban Planning Institute of Ile de France (France)



Docteur en Sciences Economiques de l'Université de Paris 1 Panthéon Sorbonne, Vincent Gollain **dirige depuis 2014 le Département Economie de l'IAU Ile-de-France**. Il conseille régulièrement les élus, décideurs et services de collectivité en matière de développement économique et d'attractivité, notamment récemment dans le cadre du SRDEii Ile-de-France. Il intervient lors conférences et débats en France et à l'étranger sur les sujets économiques ou concernant l'Ile-de-France. Vincent Gollain était précédemment l'un des cadres dirigeants de



l'ARD Paris Ile-de-France de 2002 à 2014, période durant laquelle il a été impliqué dans de nombreux projets.

Vincent owns a PhD in Economic Sciences from Paris 1 Pantheon Sorbonne University. Since 2014, **he is in charge of the Economic Department of IAU Ile-de-France**. He regularly advises elected representatives, decision markets and communities' department concerning economic development and attractiveness issues, in particular with SRDEii Ile de France. He also participates in conferences and debates, in France and abroad, about economic stakes and Ile de France news. Vincent Gollain was previously senior manager for ARD Paris Ile-de-France, from 2002 to 2014, where he led various projects.

Lauréat (laureate): Megan LEE – Southwest Airlines (Etats-Unis / United States)



Megan Lee est **Directrice de la sensibilisation et de l'engagement communautaire pour la compagnie aérienne Southwest Airlines** où elle porte la vision globale, la direction stratégique et le déploiement d'activités de charité. Elle est responsable de projets comme le programme « **Adopte un Pilote** », le programme de subvention du transport médical et surtout du programme signature de la principale compagnie aérienne lowcost des Etats-Unis, à l'échelle nationale, « Heart of the Community ». Megan supervise une équipe de 12 personnes, qui gère les actions philanthropiques de l'entreprise, représentant un budget de près de 20 millions de dollars en 2015.

*Megan Lee is **Senior Manager for Community Outreach at Southwest Airlines** where she leads the overall vision, strategic direction and implementation of Southwest's successful charitable donation activities and community engagement programs such as Adopt a Pilot, Medical Transportation Grant Program, and most notably the airline's signature program, Heart of the Community: a nationwide grant program committed to building resilient communities through the re-imagining of public spaces. Megan oversees a team of 12 who facilitate all of Southwest's philanthropic distribution, which in 2015 totaled nearly \$20 million in combined cash and in-kind donations.*



Host : Emmanuelle RIPERT-CHOLLET – Bordeaux Métropole / Bordeaux Metropolis (France)

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 pour Bordeaux Métropole. 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.

Graduated from HEC Paris and ESCP Europe, Emmanuelle Ripert has spent twenty years in the media sector (French TV channels and newspaper group). Since 2011, she is Economic Development Director at Bordeaux Metropolis. Interested in disruptive innovation and startups creation fields, her areas of expertise include digital marketing, e business, media and entertainment.

Expert : Jacques MULLER – Compagnie des Alpes (France)



Jacques Muller est depuis Octobre 2014 **Directeur Marketing-Ventes pour la Société des Téléphériques de la Grande Motte (STGM)** – Tignes, du groupe de la Compagnie des Alpes. Il a auparavant été Directeur Marketing-Commercial pour la Société d’Aménagement de la Plagne. **Jacques Muller is Marketing-Sales Manager for the Cable Car Society of the Grande Motte (STGM)** – Tignes ski resort, for the Alps Company group. He was previously Marketing – Commercial Manager for the Planning Society of the ski resort la Plagne.

Expert : Rémi Loubeyre – Suez Environnement / Suez Environment Group (France)



Rémi Loubeyre est **Directeur Ile de France pour le groupe Suez Environnement**. Auparavant en charge de la Direction Entreprise Régionale sud Ile de France, il possède un Doctorat de Contrôle des Systèmes. Rémi est également accompagnateur pour les cadres et dirigeants **Rémi Loubeyre is the actual Ile de France Director for the Suez Group**. He was before in charge of the Regional Company Direction for Suez Ile de France. He received a PhD in systems control and is also trainer for senior managers.

Jeudi 23 mars -14.30 / 15.45

Faire du Place Branding quand tout va bien ?

Why having place branding strategies when things are going well?

Speaker : Marc THEBAULT – Communauté Urbaine de Caen la Mer / Caen la Mer Urban Community (France)



Directeur de la Communication de la Communauté Urbaine de Caen la mer et chargé de mission Marketing territorial, après les postes de responsable de Marketing territorial à Saint-Etienne Métropole et Directeur de la Communication de la Ville de Saint-Etienne et d’Issy-les-Moulineaux. Chargé de cours en Communication publique et Marketing territorial à l’IMPGT (université Aix-Marseille), UCO (Angers) et Ecole de management de Normandie (Caen). Blogueur et éditeur (notamment pour le site cap-com.org) et auteur - dont

« Construire la Communication intercommunale » (Territorial éditions) - ou participant à différents ouvrages, dont en 2014 « Le Marketing territorial, comment développer l’attractivité et l’hospitalité des territoires ? » (De Boeck).

Marc Thebault is Communication Manager for Caen la Mer Agglomeration. He was previously in charge of Place marketing for Saint-Etienne Agglomeration and Communication Director of Saint-Etienne city and Issy-les-Moulineaux. He is also well-known for his blog dedicated to public communication and place marketing and his articles for Cap’Com website. Marc teaches public communication for IMPGT (Aix-Marseille University), UCO (Angers) and the Management School of Normandie. He is the author of “Building the intercommunal communication” and co-writes many works such as “Place branding: how to develop territories attractiveness and hospitality?” (De Boeck 2014).

Lauréat (laureate): David FERREIRA – Ville de Mississauga / Mississauga city (Canada)



David Ferreira est le **manager de la marque « Focus on the future » de la ville de Mississauga. Il pilote depuis 2013 la stratégie marketing territorial de la ville.** Avec la gestion de la réputation et de la promotion de la marque, David est aussi responsable des études de marchés, de l'engagement citoyen et de la planification organisationnelle. Il a obtenu un MBA de l'Université Wilfrid Laurier et travaille pour la ville de Mississauga depuis 2008. David a à cœur de développer des solutions marketing authentiques, issues de la recherche et a pour objectif premier de promouvoir l'histoire de la marque de Mississauga à travers le monde. **David Ferreira is the City of Mississauga's Brand Manager, and led the City's branding project that began in 2013.** Along with brand promotion and reputation management, David also holds responsibilities for market research, citizen engagement, and business planning. He holds an MBA from Wilfrid Laurier University and has worked at the City of Mississauga since 2008. David is passionate about developing authentic, research driven marketing solutions and promoting Mississauga's brand story to the world.

Animateur (host) : Emmanuel HENNEQUIN – Metz Métropole / Metz Metropolis (France)



Avant de prendre le poste de **Directeur délégué à la stratégie, prospective et innovation territoriale de la Communauté d'Agglomération de Metz Métropole**, Emmanuel Hennequin a couvert un champ large d'intervention dans l'attractivité d'un territoire puisque son parcours professionnel l'a mené notamment aux postes de Directeur de l'action économique, puis de Directeur Adjoint de l'urbanisme et du Développement de la Ville de Metz après un détour dans la Sarthe comme directeur de la Mission économique de la Flèche avant de prendre les postes successifs de Directeur Général de 3 i Lorraine et Directeur de Moselle tourisme. Emmanuel est titulaire d'une Maîtrise de droit public de l'IEP de Paris et d'un ICG en management stratégique. **Before taking the post of Appointed Director in Strategy, Prospective and Territorial Innovation for Metz Metropole Community**, Emmanuel Hennequin covered various fields of intervention in territory attractiveness, starting his career as Director of Economic Mission of the city of Metz, then as Deputy Director of Planning and Development before taking successive positions of CEO and Director for 3 i Lorraine Moselle tourism

Expert : Gregory GUZZO – Office de Tourisme de Val Thorens (France) / Tourism Office of Val Thorens (France)



Gregory Guzzo est expert en e-marketing touristique et **Directeur de l'Office de Tourisme de Val Thorens**, Fondateur de la Chaire A&NMT. En tant que directeur de l'Office de Tourisme, Grégory a initié une démarche intégrée de marketing autour d'une marque partagée globale : Val Thorens Live United. Grégory était préalablement directeur de l'office du tourisme de Brides-les-Bains. Il intervient également dans des écoles de management et a publié différents articles sur le e-marketing. **Gregory Guzzo is expert in e-marketing tourism and Director of the tourism office of Val Thorens (highest ski resort in Europe), which is co-founder of the Chair.** As director of Val Thorens Tourism Office, he initiated an integrated marketing approach around a shared global brand: Live United. Gregory was previously director of the Tourist Office of the city of Brides-les-Bains.

Jeudi 23 mars – 16.45 / 18.00

Le marketing territorial au service de la résilience des territoires

How can place marketing serve territorial resilience?

Speaker : Jean-Philippe GOLD – CRT Hauts de France / Hauts de France Regional Committee for Tourism (France)



Certifié « Experience Economy Expert » par Strategic Horizons (Minneapolis USA - 2013), diplômé MBA en stratégie (Programme CPA Lille - 2013), titulaire d'un Master en Marketing Stratégique (Institut Français de Gestion - 1997) et d'une Maîtrise en Sciences et Techniques du Tourisme (Université Blaise Pascal Clermont-Ferrand - 1986), Jean-Philippe Gold dirige le **Comité Régional du Tourisme de la région Hauts de France** et s'intéresse particulièrement aux stratégies disruptives. Jean-Philippe anime le Think Tank « Original France » qui réunit des organismes de tourisme qui utilisent la méthodologie « démarche stratégique. ». Jean Philippe Gold is **Director of the Regional Tourist Board of Hauts de France**, host of a new editorial approach and governance around the brand "Esprit de Picardie" and author of a thesis on new strategies for tourism development, governance and value creation in tourism. He got an experience economy certification in USA, a MBA degree in strategy and Sciences and Technics of Tourism Master's degree. Jean-Philippe also hosts the "Original France" think-tank, dedicated to tourism organisms which are using the "strategic demarche" method.

Lauréat (laureate): Carlos Alberto ALVAREZ BARRERA – Agence pour la coopération et l'investissement de Medellín / Agency for Cooperation and Investment of Medellín (Colombie)



Après des études d'ingénieur mécanicien et de management à l'Université Pontificale Bolivarienne, Carlos Alberto a été pendant plus de 10 ans négociateur international pour le secteur privé, agissant ainsi fortement sur l'accueil des investissements dans la région de Medellín. Il est depuis **Directeur Adjoint aux relations locales et internationales de l'Agence pour la Coopération et l'Investissement de la Métropole de Medellín**. Carlos Alberto y est en charge de la gestion des événements internationaux de promotion de Medellín et de la Région d'Antioquia, en communiquant également sur les bonnes pratiques qui ont rendu possible la transformation de Medellín.

Carlos Alberto Alvarez is a Mechanical Engineer from Universidad Pontificia Bolivariana and Management Specialist. In the private sector he has more than 10 years of experience in international negotiation for the different productive sector to expand the invest possibilities for invest in Medellín and the Region. Currently, Carlos Alvarez is the **Deputy Director of Local and International Relations of the Cooperation and Investment Agency for the Metropolitan Area- ACI Medellín**. In this position, he is on charge to manage the international agenda to promote and positioned the city Medellín and Antioquia through the diffusion and promotion of the good practices that have allowed the transformation around the world.

Animateur (host): Paulo PAIS – Métropole Européenne de Lille / Lille European Metropolis (France)



Diplômé de l’Envar en 1992 et d’un DESS en écodéveloppement en 1993 à l’Université de Lille 1, Paulo Pais a occupé les fonctions de chargé de planification urbaine à l’Agence d’urbanisme du Val de Sambre de 1994 à 1996 avant de rejoindre Lille Métropole Communauté Urbaine en tant qu’ingénieur conseil en urbanisme et développement territorial jusqu’en 1999. Directeur des Relations Internationales de Lille Métropole jusqu’en 2008, il part en détachement auprès du Ministère des affaires étrangères pour occuper les fonctions de Conseiller de coopération et d’action culturelle. Il réintègre la Métropole Européenne de Lille en septembre 2015 au sein du **Pôle Développement économique et Emploi pour assurer la direction d’une équipe de 14 personnes en charge de l’attractivité / marketing territorial et des relations internationales**

Paul Pais graduated from Envar in 1992 and holds a master degree in economic development (Lille 1 University 1993). He was previously in charge of urban planning for Val de Sambre Urbanism Agency and consulting engineer in urban planning and territorial development for the urban community of Lille. Until 2008, he was Director of international relations for Lille Metropolis. Then, he was seconded by the Foreign Affairs ministry to serve as cooperation and cultural action advisor. **He reintegrated Lille Metropolis in 2015 to take the lead of a 14 persons’ team in charge of attractiveness, place marketing and international relations.**

Expert : Pascal SAC – Société d’Aménagement Urbain Bruxelles / Brussels Urban Planning Agency (Belgique/Belgium)



Pascal Sac a été journaliste pendant 20 ans dans la presse écrite francophone belge et a consacré 3 livres à la politique bruxelloise. Il a ensuite été porte-parole de 2 ministres. De 2011 à 2015, il s’est impliqué dans un projet FEDER de Marketing territorial à l’Agence de Développement Territorial de Bruxelles. Depuis janvier 2016, il est **Responsable de la Communication et du Marketing territorial de la Société d’Aménagement Urbain de Bruxelles**. Il est par ailleurs consultant depuis 2006. En 2014, il a décroché le Master de la Chaire A&NMT à l’IMPGT d’Aix-en-Provence.

Pascal Sac was a journalist for 20 years in the Belgian- French written press and has written three books dedicated to Brussels policy. He was then spokesman for 2 ministers. From 2011 to 2015 he worked on the ERDF Place Marketing project in Brussels Territorial Development Agency. Since January 2016, he is **Communication and Place Marketing Manager of the Urban Development Corporation of Brussels**. He is also a consultant since 2006. In 2014, he graduated from the A&NMT Chair Master degree.

Vendredi 24 mars – 9.00 / 10.15

Du tourisme au marketing territorial, une approche transversale
From tourism marketing to place marketing: a transversal approach

Speaker : Ludovic DUBLANCHET – Consultant e-tourisme / E-Tourism consultant (France)



Expert du e-tourisme, organisateur des « Rencontres Nationales du e-tourisme institutionnel » et « Tourisme Numérique » (Forum de Deauville), Ludovic Dublanchet est **consultant e-tourisme**. Sa société, Dublanchet, organise les Rencontres Nationales du e-tourisme institutionnel, ainsi que Tourisme Numérique, le Forum de Deauville. Conférencier, formateur, il accompagne les structures touristiques dans leur développement. Avec ses partenaires Pierre Eloy (Touristic), et François Perroy (Emotio Tourisme), il fonde la société « Agitateurs de Destinations Numériques » dont l’objet est d’accompagner les DMO dans l’élaboration de leur stratégie numérique. Il est par ailleurs rédacteur et cofondateur du blog etourisme.info.

Ludovic is an **e-tourism consultant**. His agency, #Dublanchet, organizes the national conference on institutional e-tourism ('Rencontres Nationales du Etourisme Institutionnel') and "Tourisme Numérique" (a major B2B conference on Digital tourism, also called Forum of Deauville). Speaker, trainer, he helps tourist facilities in their development. With his partners Pierre Eloy (Touristic agency), and François Perroy (Emotio Tourism), he founded the digital agency ADN "Agitateurs de Destinations Numériques" whose purpose is to support Destination Management Organizations (DMOs) in developing their digital strategy. He is also co-founder and contributor of the blog etourisme.info.

Lauréat : Chris GOTTLIEB – Agence Attractivité London&Partners / London&Partners attractiveness agency (Angleterre / England)

Chris est **Directeur communication et marketing de London&Partners**, l’agence d’attractivité de Londres, fondée en 2011 par le maire de Londres et des partenaires privés. Le rôle de London&Partners est de faire rayonner Londres pour attirer des touristes, des investissements directs étrangers, des étudiants et des conférences-événements sur le territoire. Durant ces quatre dernières années, London&Partners a engendré un milliard de livres de retombées économiques en Grande-Bretagne, créé ou sécurisé 30 000 emplois, aidé près de 1 000 entreprises à voir le jour ou à se développer dans Londres et généré près de 500 millions £ de publicité positive pour la ville.



Chris Gottlieb is the **Chief Marketing and Communications Officer of London and Partners**, the Mayor 's official promotional agency for London, funded by the Mayor of London and commercial partners. Their remit is to promote London globally to attract tourists, foreign direct investment and trade, students and events & conferences to London. In the last four years, London and partners has added £1 billion to the UK economy, created or secured 30,000 jobs, helped over 1000 companies set up or expand in London and generated over £500 million of positive publicity for London.



Animateur : Yves DEMANGEL – Agence d'Attractivité d'Alsace / Alsace Attractiveness Agency (France)



Après avoir fait ses premières armes dans la qualité, la direction d'agences de voyages, la définition et la gestion de la stratégie numérique d'une destination touristique : l'Alsace, Yves Demangel est aujourd'hui **Directeur du Pôle Marque et Réseaux à l'Agence d'Attractivité de l'Alsace**. Ce pôle a pour missions de communiquer et de promouvoir la Marque Alsace, d'animer des réseaux de prescription (Réseaux sociaux : plus de 2 millions de fans sur Facebook, Ambassadeurs d'Alsace : 27000 personnes, Partenaires de la Marque Alsace : 4500 entreprises et autres organismes), d'apporter des services et de la valeur ajoutée aux entreprises. **Yves Demangel was previously a quality specialist, a travel agencies manager, a numeric strategy management advisor for a touristic destination: Alsace region. He is now the Brand Division and Networks manager for the Attractiveness Agency of Alsace.** This division holds the communication and the promotion of the Alsace Brand and animates its various networks (social networks: more than 2 billion of Facebook fans, 27000 Alsace ambassadors, 4500 companies, partners of the brand). One of the main goals of the agency is to provide services and added values to companies of the region.

Expert : Paul ARSENAULT – Chaire de tourisme Transat Montréal / Montreal Transat Chair of Tourism (Canada)

Titulaire de la Chaire de tourisme Transat et directeur du Réseau de veille en tourisme, Paul



Arseneault est également professeur en gestion des entreprises et des organismes touristiques au département de marketing de l'ESG UQAM. Détenteur d'un doctorat en sciences de gestion de l'École supérieure de tourisme et d'hôtellerie de l'université d'Angers (ESTHUA) son enseignement et ses recherches portent principalement sur la stratégie organisationnelle, le développement des organisations et des destinations touristiques ainsi que sur le cadre politique et administratif de l'industrie touristique.

Holder of the Chair in Tourism and Director of the Tourism Intelligence Network, Paul Arseneault is also director of undergraduate programs, tourism and hotel management, and a professor of tourism and business management in the Department of Urban Studies and Tourism at the UQAM School of Management (ESG UQAM). He holds a PhD in Business Administration from the School of Tourism and Hospitality Management of the University of Angers (ESTHUA). His teaching and research focus primarily on organizational strategy, the development of tourist destinations and organizations, and the political and administrative framework surrounding the tourism industry.

Chercheur : Robert GOVERS - Association internationale de Place Branding / International Place Branding Association (Angleterre / England)



Robert Govers est **Président de l'Association Internationale de Place Branding**, il est également partenaire de la Recherche pour www.good.country, Chercheur, Consultant, Conférencier et auteur de nombreux ouvrages et articles sur l'image et la réputation des villes, régions et pays. Robert est aussi Professeur Invité pour l'Université de Leuven, l'école de management de Rotterdam, l'Université de Loughborough, l'Université de Milan, et de nombreux instituts à Dubaï. Il est également co-éditeur du journal trimestriel "Place Branding and Public Diplomacy". Robert est docteur, diplômé de la Rotterdam School of Management, de l'Université Erasmus des Pays-Bas. Il est également membre du jury des City Nation Place Awards et du Dutch City



Marketing Innovation Award.

Robert Govers is **chairman of the International Place Branding Association**, the managing research partner of www.good.country, and an independent advisor, researcher, speaker and author on the reputation of cities, regions and countries. He has also been an adjunct or visiting scholar at the University of Leuven, Belgium; Rotterdam School of Management, The Netherlands; Loughborough University London Campus; IULM University Milano, Italy; and several institutes in Dubai, United Arab Emirates. He also teaches Place Branding on the UNESCO World Heritage at Work Master programme in Torino, Italy and is co-editor of the quarterly journal, Place Branding and Public Diplomacy. Robert has both a doctoral (2005) and master's degree (1995) from the Rotterdam School of Management, Erasmus University, The Netherlands. He is also a member of the jury for the Dutch City Marketing Innovation Award and the City Nation Place Awards.

Vendredi 24 mars – 10.15 / 11.30

Du flagship à la stratégie de marketing territorial

From flagship to place marketing strategy

Speaker : **Evelyne LEHALLE** – Nouveau Tourisme Culturel / New Tourism of Culture (France)



A la tête de son **entreprise d'ingénierie touristique et culturelle « Nouveau Tourisme Culturel »**, Evelyne est Docteur en histoire et membre de l'ICOM, International Council Of Museums et a mené près d'une centaine d'expertises, conférences, publications et formations depuis 2010. Elle est notamment l'auteur de l'ouvrage de référence « Le Tourisme Culturel » publié en 2012 et publiera à l'été 2017 un nouveau livre. Elle anime le blog de veille « Tourisme, culture et numérique » en France et à l'étranger, blog labellisé « Expert Public ».

Evelyne founded a **cultural and touristic mediation engineering company “Nouveau Tourisme Culturel”** and owns a PhD in History. She is also member of the International Council of Museums. Since 2010, she is consultant and speaker for conferences, valuations, publications and trainings. She also wrote the background book “Le Tourisme Culturel”, published in 2012 and will soon publish a new book. She also created the benchmarking blog “Tourisme, culture et numérique”, with an international audience and labelled “public expert”.

Lauréat : **Norbert CROZIER** – Mission Louvre Lens Tourisme / Louvre Lens Tourism Mission (France)



Après un DESS Tourisme et une formation à HEC Paris, Norbert Crozier devient expert en ingénierie touristique et en stratégie territoriale. **Fin 2010 il a pris les rênes de la Mission Louvre-Lens Tourisme. A la genèse de la création de la marque internationale ALL** (Autour du Louvre-Lens), sur les prescriptions du Studio Edelkoort, bureau de style, Paris, il œuvre à la mise en destination internationale et en récit de cet ancien territoire industriel minier. Il pilote le contrat de destination touristique « Autour du Louvre Lens » signé avec le MAE, la DGE et plus de 70 partenaires publics et privés. Son travail s'inscrit dans une démarche d'économie créative pour créer une destination culturelle et événementielle de dernière génération.

With a post graduate degree in Tourism and a HEC training in Paris, Norbert Crozier has become an expert in touristic engineer and territorial strategy. At the end of 2010, **he was appointed as leader**



for the Louvre-Lens Tourism Mission and holds the promotion and development of the international Brand ALL (Autour du Louvre-Lens). He is working on the storytelling of this old mining place and to turn it in an international destination. Norbert also manages the touristic destination contract « Autour du Louvre Lens » signed with the MAE, the DGE and more than 70 public and private partners. His work is operating within a creative economy process in order to create a cultural and event-driven destination of the latest generation.

Animateur : Albine VILLEGER – Marque « Tout Commence en Finistère » / « Tout commence en Finistère » brand (France)



« Le marketing territorial, c'est beaucoup de territoire et un peu de marketing » cette devise illustre son parcours. Issue d'une formation en droit public et européen, ancienne élue rurale de montagne, elle a autant exercé dans le secteur privé que public, avant une reprise d'étude pour une spécialisation sur l'attractivité économique et l'identité compétitive des territoires. Journaliste, puis chargée de communication, agriculture et développement économique au Cabinet du Président d'un Conseil départemental. En tant que Responsable marketing territorial et communication en développement économique de CA

Evry Centre Essonne, elle a eu en charge durant quatre années sa stratégie d'attractivité. Depuis un an, **Albine est chef de marque « Tout commence en Finistère ».**

After training in public and European law and former elected member of rural mountain, she served as much the private and public sectors; with a return to study for a specialization in economic attractiveness and competitive identity of territories. Journalist, she was also communications, agriculture and economic development officer for a Departmental Council President office. As place marketing and communication Manager in economic development for CA Evry Centre Essonne, she was in charge for the last 4 years of its attractiveness strategy. She has created a local public service brand "l'eau pour l'agglo", set up new digital attractiveness tools of and developed the national and international real estate fairs and the economic magazine. Since one year she is **leading the brand strategy "Tout commence en Finistère"**.

Expert : Jean-Philippe GOLD – CRT Hauts de France / Hauts de France Regional Committee for Tourism (France)



Certifié « Experience Economy Expert » par Strategic Horizons (Minneapolis USA - 2013), diplômé MBA en stratégie (Programme CPA Lille - 2013), titulaire d'un Master en Marketing Stratégique (Institut Français de Gestion - 1997) et d'une Maîtrise en Sciences et Techniques du Tourisme (Université Blaise Pascal Clermont-Ferrand - 1986), Jean-Philippe Gold dirige le **Comité Régional du Tourisme de la région Hauts de France** et s'intéresse particulièrement aux stratégies disruptives. Jean-Philippe anime le Think Tank « Original France » qui réunit des organismes de tourisme qui utilisent la méthodologie « démarche stratégique ».

Jean Philippe Gold is **Director of the Regional Tourist Board of Hauts de France**, host of a new editorial approach and governance around the brand "Esprit de Picardie" and author of a thesis on new strategies for tourism development, governance and value creation in tourism. He got an experience economy certification in USA, a MBA degree in strategy and Sciences and Technics of Tourism Master's degree.



Chercheur : **Isabelle FROCHOT** – IAE Savoie Mont-Blanc (France)



Isabelle Frochot est **spécialisée dans le Marketing touristique**, dans les domaines du Comportement du touriste et du Marketing Expérientiel. Au cours de sa carrière, Isabelle s'est intéressée globalement à la notion de satisfaction dans un contexte expérientiel et aux expériences optimales, seules capables d'impacter la mémoire des consommateurs durablement. Elle a également développé une expertise sur les techniques de segmentation expérientielles. Suite à un PhD à Manchester Metropolitan University, elle **enseigne à l'Université Savoie Mont Blanc depuis 2000** (IAE Savoie Mont Blanc -Département CITHEME) où elle co-gère avec Grégory Guzzo le Master en Management des Destinations Touristiques.

Isabelle Frochot is a **Researcher specialized in marketing of tourism**, in tourists' behavior and experience marketing. During her career, Isabelle devoted her work to the satisfaction concept in an experiential context, to the optimal experiences, the only able to sustainably impact the consumers' memory. She also became expert in experiential segmentation approaches. Isabelle owns a PhD from Manchester Metropolitan University and **teaches since 2000 in Savoie Mont Blanc University** where she is co-managing the Master Degree "Management of Touristic Destinations"

Vendredi 24 mars – 11.50 / 13.05

Plan stratégique global d'attractivité

Global strategic plan for attractiveness

Speaker : **Nelly GOCHEVA** – NY Times / T Brand Studio International (Etats-Unis / United States)



Nelly Gocheva est **Rédactrice en chef du T-Brand Studio de Londres, branche du New York Times**, où elle supervise tous les contenus internationaux. Elle a précédemment travaillé pour le magazine Monocle (rédaction de guide de voyages) où elle y a créé et dirigé l'antenne de Toronto (rédactrice également sur les thématiques de l'urbanisme, de la culture, de l'architecture et du design). Spécialisée en Place Branding, elle a accompagné de nombreux territoires et mis en place des projets avec Turkish Airlines, la ville de Rio, Philippines Tourisme, Hong-Kong Tourisme, le Ministère des affaires étrangères du Danemark. Elle intervient également à l'Université de Toronto, de Londres et de Cardiff.

Nelly Gocheva **heads up editorial at T Brand Studio in London** – the global branch of The New York Times's in-house OMMA and Digiday award-winning brand marketing and native advertising unit – **where she oversees all international content**. She joined The New York Times from Monocle magazine, where besides launching the on-going Travel Guide Series, she also set up and led the Toronto bureau, covering current affairs, urbanism, culture, architecture and design. In the field of place marketing and country branding, she has worked on consultancy and branded-content projects with a range of clients, including Turkish Airlines, the City of Rio de Janeiro, the Philippines Tourism Promotions Board, the Hong Kong Tourism Board, the Ministry of Foreign Affairs of Denmark. She's also lectured at the University of Toronto, London's City University and the Cardiff School of Journalism.



Lauréat : **Jennifer KEESMAAT** – Service Urbanisme de la ville de Toronto / Toronto City Planning (Canada)



En tant que **Chef de service Urbanisme pour la ville de Toronto**, Jennifer s'engage à créer des espaces où les citoyens prospèrent. Durant les dix dernières années, Jennifer a été reconnue à plusieurs reprises par l'Institut Canadien de Planification pour son travail innovant pour les municipalités canadiennes. Plus récemment, Jennifer a été nommée comme l'une des personnalités les plus influentes de Toronto par le magazine Toronto Life et l'une des personnalités les plus puissantes du Canada par le magazine MacLeans. En 2016, elle a été élue présidente d'honneur et d'excellence de l'Institut Canadien de Planification. **As Chief Planner for the City of Toronto, Jennifer is committed to creating places where people flourish. Over the past decade Jennifer has been repeatedly recognized by the Canadian Institute of Planners and OPPI for her innovative work in Canadian municipalities. Most recently, Jennifer was named as one of the most influential people in Toronto by Toronto Life magazine and one of the most powerful people in Canada by MacLeans Magazine. Jennifer is the 2016 recipient of the President's Award of Excellence, Canadian Institute of Planners.**

Animateur : **Hubert CALMETTES** – Agence d'attractivité So Toulouse / So Toulouse Attractiveness Agency (France)



Hubert Calmettes, **Directeur Général de l'Agence d'Attractivité Economique et Touristique de Toulouse Métropole**, expert en marketing des territoires et des produits sous signes officiels de qualité, a effectué l'essentiel de sa carrière en entreprise à la Direction Marketing de marques à forte valeur ajoutée en France et en Suisse. Il a été précédemment le Directeur Général de l'Agence de Développement Economique du département de l'Aveyron. **Hubert Calmettes is the Executive Director of the Economic attractiveness and Tourism Agency of Toulouse Metropolis. He is specialized in place branding, place marketing and official quality mark products. He mainly worked as Marketing Manager for well-known French and swiss brands. He was previously Executive Director of the Economic Development Agency of the Aveyron French Department.**

Expert : **Damien ROY** –Strasbourg The Eurooptimist (France)



Damien Roy est **chef de programme Strasbourg the Eurooptimist**, en charge du marketing territorial et de l'attractivité (rattaché à l'Eurométropole de Strasbourg). Il a précédemment été Coordonnateur de la stratégie de développement économique et d'attractivité Strasbourg Eco 2020 pour la Communauté urbaine de Strasbourg et Chef de service développement et attractivité de la Communauté d'agglomération de Colmar. **Damien Roy is the « Strasbourg Eurooptimist » program leader, in charge of place marketing and attractiveness of the territory (this program is linked to Strasbourg Eurometropolis). He was previously coordinator of Strasbourg Eco 2020, the economic development strategy of the Urban Community of Strasbourg and also head of the development and attractiveness department of Colmar City.**



Chercheur : **Camille CHAMARD** – Directeur IAE Pau-Bayonne / IAE Pau Bayonne Director (France)



Docteur en Sciences de Gestion de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, Camille Chamard est **Maitre de Conférences à l'IAE de Pau Bayonne, et Directeur de cette institution**. Spécialiste des questions relatives à l'attractivité des territoires, et au marketing territorial, il a créé en 2009 l'Observatoire de l'Image des Territoires (O.D.I.T), au sein du Centre de Recherche et d'Etudes en Gestion (C.R.E.G). Auteur de nombreux articles sur ce sujet, il accompagne régulièrement des organisations professionnelles dans leur démarche de marketing territorial.

Doctor in Management Sciences of Paris – 1 Pantheon Sorbonne University, Camille Chamard is a **Senior Lecturer in Management Sciences and Director of IAE of Pau and Pays de l'Adour University** since 2002, and Director of this institution since 2011. Specialist in issues related to the attractiveness of the territories and place marketing, he created in 2009 the Observatory of Territories Brands within the Centre for Research and Studies in Management. Author of various articles on the subject, he regularly accompanies organizations in their place marketing approach.

Vendredi 24 mars – 14.35 / 16.05

Modèles de gouvernance et problématiques managériales

New models of governance and managerial issues

Speaker : **Boris MAYNADIER** – Expert Marketing Territorial / Place Marketing Expert (France)



Boris Maynadier est **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. Il est directeur marketing pour InnerSense.

Boris Maynadier is a **Doctor in Marketing, a Research Associate at ICD and a Place Marketing Consultant**. He defended a thesis on city-branding. He takes action with elected representatives and regional authorities in creation and co-production of strategies. He hosts the blog www.brandingthecity.com. All his academic work on this website. Boris is also marketing Director for InnerSense.

Lauréat : **Øyvind SATVETD** – Oslo Region Alliance (Norvège / Norway)



Øyvind Satvetd est le **Directeur Exécutif d'Oslo Region Alliance**. Issu d'une formation en sciences politiques, il fut précédemment Chercheur et Consultant pour l'entreprise Analyse & Strategi. Durant plusieurs années, il a également été Directeur de Cabinet de la mairie d'Oslo. Avec Frederik Winther, il a développé et géré la stratégie de marque pour la région d'Oslo et a mis en place une gouvernance innovante, « Oslo Brand Alliance », qui regroupe VisitOSLO et Oslo



Business

Region.

Øyvind Sâtvedt is **managing director at the Oslo Region Alliance**. Øyvind is a political scientist, former researcher and senior adviser at consultancy firm Analyse & Strategi, and was for many years Chief of Staff for the Governing Mayor of Oslo. Together with Fredrik Winther he was in charge of the development of a brand management strategy for the Oslo Region. Together with VisitOSLO and Oslo Business Region, his organization the Oslo Region Alliance have formed the Oslo Brand Alliance which is responsible for the execution of the brand strategy.

Animateur : Quentin BARDINET – Métropole de Lyon / Grand Lyon Metropolis (France)



Après une expérience en prospection à l'Agence Essonne Développement, Quentin Bardinnet a rejoint la Métropole de Lyon en 2009 en tant que **responsable du service Attractivité au sein à la Direction de l'Attractivité et des Relations Internationales**. A ce titre, il fait partie du Comité de Direction de la démarche de marketing territorial ONLYLYON dont il supervise plus particulièrement le volet économique, en assurant notamment la représentation de Lyon dans des salons d'envergure internationale. Le service Attractivité qu'il dirige est composé de 20 personnes, dont les missions portent sur la construction et la promotion de la stratégie économique et touristique **de la Métropole de Lyon** à travers des actions de marketing et de communication.

Previously in charge of prospecting for the Development Agency of the French department Essonne, Quentin Bardinnet joined the metropolis of Lyon in 2009 as Head of the Attractiveness Unit, in the Attractiveness and International Relations Department. He is a member of the executive committee for the ONLYLYON Place Marketing strategy. He is particularly in charge of the economic aspects, while ensuring the promotion of Lyon in major international fairs. The Attractiveness Unit is composed of 20 persons and aims to build and promote the economic and touristic strategy of Lyon metropolis, through communications and marketing actions.

Expert : Anne MIRIEL – Fondatrice du cabinet de conseil Inkipit / Inkipit Consultancy company Founder (France)



Après 20 années dédiées à la communication publique et au marketing territorial, **Anne Miriel fonde INKIPIT, cabinet de conseil en attractivité et valorisation des territoires**. Elle met ainsi au service des acteurs territoriaux sa culture de la maîtrise d'ouvrage, sa connaissance approfondie des institutions et de leur fonctionnement, sa capacité à percevoir et analyser les jeux d'acteurs et les équilibres territoriaux. Elle valorise aussi son expérience de l'élaboration de la stratégie d'attractivité de la Bretagne, de la création puis du déploiement de la

marque

Bretagne.

After 20 years dedicated to public communication and **place marketing**, **Anne Miriel based INKIPIT, an attractiveness and promotion consultancy-firm for territories**. She assists local actors with its project management culture, its deep knowledge of institutions and their functioning, and its ability to collect and analyze the interplay of actors. She also highlights her experience with Brittany's attractiveness strategy, from the creation to the spreading of the "Bretagne" brand.



Vendredi 24 mars – 16.05 / 17.05

Nouveaux modèles et nouvelles pratiques du marketing territorial

New place marketing: models, trends and stakes

Joël GAYET – Chaire A&NMT / IMPGT (France)



Fondateur de la Chaire, Joël Gayet est un expert reconnu du marketing territorial. Il a démarré sa carrière dans la communication auprès de Publiscope et du groupe Publicis Conseil à Paris puis à la direction marketing et commercial de Pradel. Il est intervenu pendant 25 ans comme conseiller auprès de nombreux organismes institutionnels et collectivités territoriales françaises et européennes. Il a été le créateur de nouvelles méthodologies et outils d'analyse qui se généralisent dans le marketing territorial comme les « Portraits identitaires

» de territoire (avec Sophie de Paillette), les stratégies de marketing intégré, les « Codes de marques partagés » ou la veille avec le « Benchmark Tourisme et Internet ». Auteur de nombreux articles sur les problématiques de marketing et de communication, Joël Gayet est l'auteur du « Place Marketing Trend / Tendances et nouvelles pratiques du marketing territorial » co-auteur de « Le marketing territorial / Comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires ? » et « De l'attractivité à la compétitivité des territoires : théories et pratiques ».

Founder of the Chair, Joël Gayet is a recognized expert in place marketing. He began his career in communication at Publiscope and the Publicis Conseil group in Paris, before moving to the marketing and sales department at Pradel. As such, he created new methodologies and analysis tools, which are widely used in regional marketing, such as regional "Identity Portraits", integrated marketing strategies, "Shared branding codes" and monitoring with the "Tourism and Internet Benchmark". He has worked for 25 years as an advisor to many public bodies and French and European local authorities, which he has assisted with their new attractiveness, marketing and branding strategies. Joël Gayet is the author of "Place Marketing Trend 2014" A new version of the Place Marketing Trend will be published in 2016. He is also co-author of "Place Marketing: how to develop territories attractiveness and hospitality and "From attractiveness to competitiveness: theories and practices".