

## ALAUX Christophe

*Professeur des Universités en Sciences de Gestion  
Habilitation à diriger des recherches (HDR)  
Agrégé de Sciences économiques et sociales*

*Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale (IMPGT)  
AIX-MARSEILLE Université  
Laboratoire CERGAM, EA 4225  
Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial*



### AIX-EN-PROVENCE

21-23, rue Gaston de Saporta  
13625 Aix en Provence CEDEX 1  
Tél.: 04 13 94 21 12

Email : [christophe.alaux@univ-amu.fr](mailto:christophe.alaux@univ-amu.fr)

Twitter : [@christophealaux](https://twitter.com/christophealaux)

LinkedIn : [Christophe ALAUX](https://www.linkedin.com/in/ChristopheALAUX)

## Fonctions actuelles

- **Directeur** de la composante d'Aix Marseille Université : U.F.R. Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale (IMPGT, 900 étudiants, 40 personnels) (depuis Juin 2017)
- **Directeur de la Chaire** Attractivité et Nouveau Marketing Territorial (Depuis Janvier 2015, 32 territoires et entreprises fondateurs), IMPGT, AIX-MARSEILLE Université
- Co-chairman du **Permanent Study Group XVI** for Public Marketing & Communication du **European Group of Public Administration** (depuis 2014), Société scientifique de l'International Institute of Administrative Sciences.
- **Responsable pédagogique** du Master 2 « Marketing et communication publics »
- **Responsable pédagogique** du Master 2 « attractivité et nouveau marketing territorial » (depuis 2018)
- **Directeur de la mention de Master Management public de l'IMPGT** (400 étudiants, depuis 2018)
- **Membre invité de la CFVU (ex-CEVU) pour l'IMPGT** (depuis 2009)
- **Assesseur Responsable** du site de Marseille de l'I.M.P.G.T. (De 2005 à 2009, et depuis 2012)
- **Elu au conseil de composante** de l'UFR IMPGT (depuis 2006)

## Fonctions occupées

- **Administrateur provisoire** de l'IMPGT (Février à Juin 2017)
- **Directeur-adjoint** de l'IMPGT (de 2012 à 2017)
- **Directeur des études** à l'IMPGT (de 2009 à 2015)
- **Chargé de mission CIPE, Aix-Marseille Université** auprès du Vice-Président « formation », Evaluation des formations et des enseignements par les étudiants (de 2014 à 2019)
- 2008-2011 : **Elu Représentant** des doctorants au sein du Conseil de l'Ecole doctorale d'économie-gestion n° 372 de l'Université d'Aix-Marseille et **Elu au Conseil Scientifique** de l'Université Paul Cézanne, Collège D.
- 2006-2012 : **Responsable pédagogique** du Master 1 « management de la qualité (IMPGT).
- 2005-2016 : **Responsable pédagogique** du Master 2 « management de la qualité » (classé SMBG parmi les meilleurs « Master qualité » français depuis 2013 (parcours : qualité, gestion de l'environnement et du développement durable ; parcours : qualité et gestion des services publics) (IMPGT).
- 2015-2018 : **Responsable pédagogique** du Master 2 « Marketing et communication publics » en formation continue (version Chaire depuis 2015)
- 2005-2012 : **PRAG éco-gestion** IMPGT, Université Aix Marseille III, Paul Cézanne.
- 2001-2002 : **Chef de secteur GMS** Kraft Foods France.

## Formation universitaire

- 2018 : **Habilitation à Diriger des Recherches**, Aix-Marseille Université, Vers un management public créateur de valeur : les nouveaux apports du marketing public à l'attractivité des territoires, Professeur Robert FOUCHET (tuteur) :  
[https://www.linkedin.com/in/christophealoux/detail/treasury/education:693729337/?entityUrn=urn%3Ali%3Afsd\\_profileTreasuryMedia%3A\(ACoAAAsEK-kBOPhMoiAL8pkCwtEkvwHKWazXABM%2C1607544374384\)&section=education%3A693729337&treasuryCount=2](https://www.linkedin.com/in/christophealoux/detail/treasury/education:693729337/?entityUrn=urn%3Ali%3Afsd_profileTreasuryMedia%3A(ACoAAAsEK-kBOPhMoiAL8pkCwtEkvwHKWazXABM%2C1607544374384)&section=education%3A693729337&treasuryCount=2)
- 2006-2011 : **Doctorat en sciences de gestion**, Université Aix-Marseille III, mention très Honorable, obtenue avec les félicitations du jury, à l'unanimité, et l'autorisation de reproduire la thèse en l'état: « L'impact des instruments des politiques publiques environnementales sur les processus de décision du consommateur : l'achat de voitures à faibles émissions de carbone », sous la direction de Robert Fouchet, Professeur et Directeur de l'Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale (CERGAM-IMPGT), en co-direction avec M. Jean-Louis Moulins, Professeur à l'Université de la Méditerranée (CRETLOG), soutenue publiquement le 5 mai 2011 à l'IMPGT d'Aix-en-Provence :  
[https://www.linkedin.com/in/christophealoux/detail/treasury/education:111920125/?entityUrn=urn%3Ali%3Afsd\\_profileTreasuryMedia%3A\(ACoAAAsEK-kBOPhMoiAL8pkCwtEkvwHKWazXABM%2C50086753\)&section=education%3A111920125&treasuryCount=1](https://www.linkedin.com/in/christophealoux/detail/treasury/education:111920125/?entityUrn=urn%3Ali%3Afsd_profileTreasuryMedia%3A(ACoAAAsEK-kBOPhMoiAL8pkCwtEkvwHKWazXABM%2C50086753)&section=education%3A111920125&treasuryCount=1)
- 2005-2006: **Master 2 Recherche Sciences de gestion**, I.A.E. Aix en Provence (Mention Bien, Major).
- 2003: Lauréat du concours d'**Agrégation de Sciences Economiques et Sociales** (9ème) et lauréat du concours du **CAPES de Sciences Economiques et Sociales**.
- 2002-2003 : **Préparation à l'Agrégation de Sciences Economiques et Sociales**, Sciences-Po Bordeaux.
- 2000-2001 : **DESS Marketing**, I.A.E. Toulouse (mention A.B.)
- 1998-2000 : **Licence et Maîtrise de Sciences Economiques**, mention économie internationale, monnaie et finance, Université des Sciences Sociales, Toulouse (mention A.B.)
- 1995-1998 : **Diplôme de Sciences-Po Toulouse**.

## Activités de recherche

### Domaines de recherche

- Marketing territorial (Image des territoires, gouvernance de l'attractivité territoriale : économique, touristique,...)
- Marketing public (social marketing : marketing des comportements d'intérêt général ; comportement de l'utilisateur-client-citoyen-consommateur, marketing des services publics et qualité,)
- Performance des politiques publiques (instruments des politiques publiques environnementales, impact des politiques publiques sur les parties prenantes, gestion territoriale environnementale)

### Direction et participation à des programmes de recherche scientifiques :

- Depuis 2015 : Direction de la Chaire « attractivité et nouveau marketing territorial », budget de 250 000 € annuel, 35 partenaires financeurs, équipe de 4 personnels à temps plein, équipe de chercheurs associés,  
<https://anmt.univ-amu.fr/fr>
- 2018-2021 : Co-pilotage du WP 2 et 3 du programme de recherche européen COGOV (H2020) : Budget global du projet : 360 000 € : <http://cogov.eu>
- 2018-2021 : Direction et pilotage du programme de recherche INTERREG (représentant français pour le Comité Scientifique) portant sur l'élaboration d'un Schéma de Développement Territorial Transfrontalier de la Grande Région SDTGR (France/Luxembourg/Allemagne/Belgique) : **Budget spécifique de l'équipe : 67 000 EUROS (Equipe de 8 chercheurs)** : [http://www.interreg-gr.eu/projets\\_projekte/fr-fr/](http://www.interreg-gr.eu/projets_projekte/fr-fr/)
- 2018/2020 : Contrat de recherche de gré à gré pour accompagner la stratégie d'attractivité d'Aix- Marseille Provence Métropole (**Budget : 20 000 €, 4 personnes**).
- Depuis 2017 : Direction et pilotage du programme de recherche **IMAGETERR** de la Chaire A&NMT portant sur l'image perçue des territoires français et européens.
- 2016/2018 : Direction du programme de recherche : stratégies d'attractivité des couples métropoles/régions françaises (Budget : 20 000 €), appel à projet de la Région Provence-Alpes Côte d'Azur.
- Depuis 2015 : Direction du **programme de veille et de benchmarking** de la Chaire sur les meilleures pratiques internationales de marketing territorial ([veille-marketingterritorial.fr](http://veille-marketingterritorial.fr))
- 2013-2014 : Direction et Pilotage d'un programme de Recherche-action : évaluation de **l'identité et de l'image de la ville** des Pennes-Mirabeau (13) : une approche exploratoire qualitative sous l'angle du marketing relationnel, en collaboration avec S. SERVAL et C. ZELLER.
- 2012-2014 : Pilotage de l'axe 2 : Etude des publics du **Programme de recherche sur l'offre territoriale de musiques actuelles** (Direction par E. Soldo et O. Keramidas)

- 2012-2014 : Pilotage de l'axe : évaluation des attentes et de la perception des actions par les publics-cibles **Evaluation des opérations de sensibilisation des jeunes à l'Opéra** (Direction par M. Keramidas et M. Tiberghien)
- 2009-2011 : Recherche-action portant sur la construction d'un **outil d'évaluation de l'image de marque de l'artisanat**. Etude réalisée dans le cadre d'une démarche partenariale entre l'ISM (Institut Supérieur des Métiers), les CMA (Chambres des métiers et de l'Artisanat) et l'IMPGT, en collaboration avec Mmes Soldo et Singéry (MCF).

## Publications dans des revues à comités de lecture

- **2021 Alaux**, Carmouze, Serval (à paraître), Does professional identity matter in territorial attractiveness strategies? Focus on dyadic working relationships between French metropolises & regions », *Gestion et management public*, Classée FNEGE 3, CNRS 4,
- **2020** Carmouze, L., **Alaux, C.**, & Fouchet, R, « Local public services' cocreation: strategic approach of external stakeholders' participation. Case of social needs' analysis in communal centers of social action, *Vie & Sciences de l'Entreprise*, n°211.
- **2020**, **Alaux**, Carmouze, Serval What's in a Place Name : Reputation Components and Drivers. A Comparaison of Five European Metropolises' Perceptions. *Management international-Mi*, 24(spécial), 139-149. FNEGE 2, CNRS 3.
- **2018**, Place hospitality: a way to understand and improve place marketing approaches, *International Journal of Management Science and Business Administration*, Volume 4, Issue 2, en collaboration avec C. CHAMARD.
- **2017**, Place attractiveness and Events: From Economic Impacts to Place Marketing, *Journal of International Business Research and Marketing*, Volume 2, Issue 4, en collaboration avec L. BOUTARD.
- **2016**, Le marketing territorial des Petits et Moyens Territoires: identité, image et relations, *Gestion et management public*, 61-78, Classée FNEGE 3, CNRS 4, en collaboration avec S. SERVAL et C. ZELLER.
- **2014**, Vers une mesure de la satisfaction des publics pour une offre territoriale de musiques actuelles : le cas de la Communauté du Pays d'Aix, *Gestion et management public*, 2013/4 Volume 2/n°2, p. 53-75. (en collaboration avec S.SERVAL, C.ARNAUD et E. SOLDO), Classée HCERES C, FNEGE 4.
- **2012**, Processus de décision et comportements pro-environnementaux: l'impact des politiques publiques environnementales, *Revue Française d'Administration Publique*, 4/2012 (n° 144), p. 1093-1106, CNRS 4.
- **2010**, The Governance of Inherently Dangerous Territories: Strategies of Adaptation and Perspectives of Evolution, *International Journal of Sustainable Strategic Management (IJSSM)*, Special Issue on « Crisis Management in the New Strategy Landscape », Vol.2, N°1, pp.90-107 (en collaboration avec B.TIBERGHINI).

## Ouvrages et participation à des ouvrages collectifs

- **2020** "France and COVID-19: a centralized and bureaucratic crisis management vs reactive local institutions" avec Céline Du Boys, Jean-Michel Eymeri-Douzans et Khaled Saboune, in *Good Public Governance in a Global Pandemic*, edited by Paul Joyce, Fabienne Maron, Purshottama Sivanarain Reddy (Eds), 2020, Brussels: IIAS- IISA.
- **2018 Conclusion de l'ouvrage**. In Mazouz Bachir (UQAM), *Gestion par résultats : Concepts et pratiques de gestion de la performance des organisations de l'État*, Presses Universitaires du Québec, en collaboration avec R. FOUCHET.
- **2017 Trust in Government: a variable of public performance**, in *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*, edited by Carole Jurkiewicz, and Editor-in-Chief Ali Farazmand (in collaboration with T. NEAVES, Georges Mason University)
- **2017 : Attractivité territoriale : des interactions de court, moyen et long terme**, in Pasquier M., Keramidas O. et Arnaud C., *Événements et territoires* (en collaboration avec L. BOUTARD).
- **2016** : De la destination France à une marque globale partagée avec ses territoires attractifs, *Revue Espaces*, Numéro spécial : réinventer la Destination France.
- **2015 : L'offre territoriale de musiques actuelles**, in SOLDO E. et LAMOUROUX S., *Ancrage territorial d'une filière « musiques actuelles »*, Editions P.U.A.M (en collaboration avec S. SERVAL).
- **2015 : Le marketing territorial relationnel: une approche adaptée à l'image de marque des petites villes**, in BOURDEAU-LEPAGE Lise et GOLLAIN V., *Attractivité et compétitivité des territoires : théories et pratiques*, Centre National d'Etudes Régionales.
- **2014 : Le marketing territorial : Comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires ?** sous la direction de Camille CHAMARD, Edition De Boeck, (en collaboration avec Y. BOISVERT, J. GAYET et V. GOLLAIN)
- **2012 Les politiques publiques environnementales : instruments et effets comportementaux**, in LAZZERI Y. et MOUSTIER E., *Le développement durable dans l'espace méditerranéen*, Editions : Presses Universitaires d'Aix Marseille (en collaboration avec B.TIBERGHINI, MCF)
- **2012 The impact on environmental public policy tools on behavior decision process**, in L. Matéi et J.L. Vasquez-Burguete (Coord.), *33rd Annual Conference EGPA, Permanent Study group : public and non profit marketing*, Proceedings, Romania (Bucarest), Ed. Economica, 109-129.
- **2012 La stratégie marketing comme outil de développement d'un territoire : Etude comparative des capitales européennes de la culture**, in FOUCHET R., *Ouvrage collectif Med 4*, (en collaboration avec C. BOZZO et O. Keramidas, MCF).

- **2011 Territorial management and climate change in the mediterranean area**, in LAZZERI Y. et MOUSTIER E., *Sustainable Development in the Mediterranean Area : A Governance to be invented*, Collection Espace et Développement durable, Presses Universitaires d'Aix-Marseille, 2<sup>ème</sup> trimestre 2011
- **2010 *La gestion territoriale du changement climatique en Méditerranée*** », in LAZZERI Y. et MOUSTIER E., *Le développement durable dans l'espace méditerranéen : une gouvernance à inventer*, Enjeux et propositions, Editions : L'Harmattan (en collaboration avec A. GED)

## Communications dans des congrès à comité de lecture

- **2019, City branding co-ownership: do external stakeholders listen to strategies?**, International Place Branding Conference, Volos (Greece) (en collaboration avec L. Carmouze et C. Cuenca)
- **2019, Towards a conceptual renewal of public management? A state of the art of the francophone literature**, Airmap 2019, (en collaboration avec Soldo & al.)
- **2018, 7 years after: The evolution of place brand image for French regional areas**, EGPA 2018, SG XVI, Lausanne (in collaboration with C. CHAMARD)
- **2018, Co-construire les services publics locaux : une approche stratégique de la participation des parties prenantes externes. Cas de l'analyse des besoins sociaux dans des centres communaux d'action sociale**, colloque ADIMAP, « Regards croisés sur les transformations de la gestion et des organisations publiques », Tunis, 1er et 2 Mars (en collaboration avec Laura Carmouze et Robert Fouchet)
- **2018, Les démarches qualité dans les collectivités territoriales : de la satisfaction de l'utilisateur à la participation citoyenne**, colloque ADIMAP, « Regards croisés sur les transformations de la gestion et des organisations publiques », Tunis, 1er et 2 Mars (en collaboration avec Anaïs Saint Jonsson)
- **2017 BEST PAPER CONFERENCE AWARD, What's in a place name: reputation components and drivers (BEST CONFERENCE PAPER AWARD)**. International Place Branding Association, Swansea, 05-07 December, in collaboration with Carmouze, L., Boutard, L., Serval, S
- **2017 Le marketing territorial : un positionnement entre différenciation et culture du territoire**, Workshop multilogue de la Chaire A&NMT, Marketing territorial : entre différenciation et mobilisation Université de Corte, 6 juin 2017.
- **2016 Medium-sized cities: the analysis of internal stakeholders' perceptions with relationship marketing**; International Conference IPBA, Middlesex University, London (UK), December 9<sup>th</sup> and 10<sup>th</sup>.
- **2016 Place Hospitality: a way to understand and improve place branding approaches**; International Conference IPBA, London (UK), Middlesex University, December 9<sup>th</sup> and 10<sup>th</sup>, (in collaboration with C. CHAMARD)
- **2016 Territorial attractiveness and events: from economic impacts to city branding**; International Conference IPBA, London (UK), Middlesex University, December 9<sup>th</sup> and 10<sup>th</sup>, (in collaboration with L. BOUTARD)
- **2016 Place Hospitality: a way to understand and improve place branding**; Colloque International EGPA Utrecht (Pays-Bas), Public and non for profit marketing Study group, 24-26 août 2016 (in collaboration with C. CHAMARD)
- **2016 Territorial attractiveness and events: from short-term impacts to long-term interactions in a place marketing vision**; Colloque International EGPA Utrecht (Pays-Bas), Public and non for profit marketing Study group, 24-26 août 2016. (in collaboration with L. BOUTARD)
- **2016 Place Marketing: Community Perception and Disaster Experience**, Colloque International American Society of Public Administration, Seattle (USA), 18-22 mars 2016 (in collaboration with T. Neaves and A. Fenley)
- **2015 Between city branding and city marketing: expectations and behaviors of targets**; Colloque International EGPA Toulouse (France), Public and non for profit marketing Study group, 24-29 août 2015.
- **2015 Marketing territorial relationnel et marques de territoires: vers une approche adaptée aux petites villes**, Colloque AIRMAP, Lyon, 28-29 Mai 2015.
- **2014 Place marketing relationships : in need of a new strategy**, Colloque International EGPA Speyer (Allemagne), Public and non for profit marketing Study group, 5-8 septembre 2014.
- **2014 Les « nudges » appliqués aux politiques publiques : libres de changer ?**, Colloque International EGPA Speyer (Allemagne), Séminaire francophone, 5-8 septembre 2014 (en collaboration avec A.FIORELLO, MCF).
- **2014 Le consommateur face aux incitations économiques publiques : l'achat de voitures à faibles émissions de carbone**, Colloque de l'Association Française de Marketing (AFM), 14-16 Mai 2014, Montpellier (en collaboration avec J-L. Moulins)
- **2014 Le marketing territorial des Petits et Moyens Territoires: identité, image et relations**, Colloque AIRMAP, Semaine du Management, 20 et 21 Mai 2014, Aix-en-Provence/Marseille, (en collaboration avec Sarah Serval et Christelle Zeller)
- **2013 Mesurer la satisfaction des publics d'une offre territorialisée de musiques actuelles : le cas de la Communauté du Pays d'Aix**, 6èmes dialogues euro-méditerranéens de management public, 7-9 Octobre 2013, (en collaboration avec le S. SERVAL, C. ARNAUD et E. SOLDI).

- **2013**      **Marketing relationships for brand image of small cities**, Colloque International EGPA Edimburg (Ecosse), Public and non for profit marketing Study group, 11-13 septembre 2013 (en collaboration avec S. SERVAL et C. ZELLER).
- **2013**      **Mesurer la satisfaction des publics d'une politique culturelle locale de musiques actuelles : le cas de la Communauté du Pays d'Aix**, ASRDLF 2013, 50ème Colloque « Culture, patrimoine et savoirs », Mons (Belgique), 8-11 juillet 2013 (en collaboration avec le S. SERVAL, C. ARNAUD et E. SOLDI).
- **2013**      **Les consommateurs face aux incitations économiques de la puissance publique : proposition d'un modèle intégrateur**, International Marketing trends, Paris, 17-19 janvier 2013 (en collaboration avec le Professeur J-L. MOULINS).
- **2012**      **Le processus de décision du consommateur pro-environnemental : une combinaison des apports du marketing et de l'analyse des politiques publiques**, Illèmes Etats Généraux du Management: Nouvelles frontières du management, Strasbourg 11-12 octobre 2012
- **2012**      **L'évaluation de l'impact des politiques publiques sur les comportements**, Universités de la fonction publique territoriale (UFPT), Aix-en-Provence, 5 octobre 2012
- **2012**      **Measuring the brand image of a city**, Colloque International EGPA Bergen (Norvège), Public and non for profit marketing Study group, 5-8 septembre 2012.
- **2012**      **Confiance, acceptabilité et comportement d'achat: la performance des politiques publiques environnementales**, Colloque International EGPA Bergen (Norvège), Séminaire francophone, 5-8 septembre.
- **2012**      **Des logiques instrumentales de l'action publique aux stratégies des entreprises: l'analyse des politiques nutritionnelles de santé**, Deuxième journée internationale du marketing santé (JIMS): comment et dans quelles limites marketer la santé ?, EDHEC, Nice, 23 mars (en collaboration avec L. MESSAOUDENE, Doctorante en Sciences de gestion)
- **2012**      **L'impact des facteurs contextuels des politiques publiques sur le processus de décision du consommateur : l'achat de voitures à faibles émissions de carbone**, International Marketing trends, Venise (Italie), 19-21 janvier 2012 (en collaboration avec le Professeur J-L. MOULINS).
- **2011**      **Exploitation VS sanctuarisation des Ressources Naturelles du Territoire : représentations de la Forêt et Acceptabilité de l'Implantation de la Filière Bois ; Colloque International « Dialogues euro-méditerranéens en management public : « Gouvernance, Développement Territorial et Culture »** ENA, Rabat (Maroc), 12-15 octobre (en collaboration avec C. ARNAUD et B. TIBERGHIEEN, MCF).
- **2011**      **The impact of public policy tools on consumer behavior**, Colloque International EGPA Bucarest (Roumanie), Public and non for profit marketing Study group, 7-10 septembre.
- **2011**      **Performance des politiques publiques environnementales en situation de crise économique: l'ère des paradoxes visibles**, Colloque International EGPA Bucarest (Roumanie): "Séminaire francophone du GEAP, 7-10 septembre (en collaboration avec le Professeur R. FOUCHET).
- **2010**      **L'approche transversale des instruments des politiques publiques environnementales : du choix aux effets comportementaux**, Colloque international PDDTM : Vulnérabilité, équité et créativité en Méditerranée, Aix-en-Provence, 2-3 décembre (en collaboration avec B. TIBERGHIEEN).
- **2010**      **Les déterminants des comportements environnementaux significatifs : un intérêt pour les politiques publiques**, Colloque International « Dialogues euro-méditerranéens en management public : MED 3 : « Développement durable et Action publique », Tunis (Tunisie), 7-8 octobre.
- **2009**      **La stratégie marketing comme outil de développement d'un territoire: Etude comparative des capitales européennes de la culture**, Colloque International « Dialogues euro-méditerranéens en management public : MED 2, Portoroz (Slovénie), 7-10 Octobre (en collaboration avec O. Keramidis et C. Bozzo, MCF).
- **2009**      **La gestion territoriale du changement climatique en Méditerranée**, Colloque International « Le développement durable dans l'espace méditerranéen», CERIC et CEFEM, Maison Méditerranéenne des Sciences de l'Homme, 11 et 12 juin 2009, Aix en Provence (en collaboration avec A. GED, MCF Associée)
- **2008**      **A Personalization to improve co delivery: the case of reception services in French Health Insurance local units**, Colloque International EFMD "Public sector conference: Empowering the public, Dublin (Irlande), 29-30 Mai (en collaboration avec N.SCOTTI, Docteur en sciences de gestion)
- **2008**      **La Méditerranée comme laboratoire du changement climatique**, Colloque International « Dialogues euro-méditerranéens en management public : MED 1, Aix-en-Provence, 10-11 Octobre 2008 (en collaboration avec A. GED, MCF Associée).
- **2007**      **A mixed marketing in the public sector: the case of municipal libraries in the city of Marseille**, Colloque International EGPA, Madrid (Espagne), 19-21 Septembre.

## Encadrement Doctoral et Jury de thèses

### 2018 :

Jury de thèse de Renaud Vuignier, IDHEAP, Université de Lausanne

Doctorat en cours de Laura Carmouze : « L'intégration des relations inter-organisationnelles entre les acteurs métropolitains et régionaux : processus de structuration des stratégies d'attractivité territoriale » (début en 2017)

### 2017 :

Jury de thèse de Dao Ting

Doctorat de Dao Ting : Quel dispositif d'évaluation de la performance pour les Universités publiques vietnamiennes ?

2016

Doctorat de Léa Boutard : De l'événementiel vers une attractivité globale et pérenne des territoires : une approche par le marketing public territorial : les festivals internationaux du film (Fin en 2018)

## Autres activités professionnelles

---

### Membre de comités scientifiques

Expert Scientifique auprès de l'HCERES, évaluation des formations

Directeur du Comité Scientifique de la Chaire « Attractivité et Nouveau Marketing territorial »

Membre du Comité d'édition et du Comité Scientifique de la revue *Politique et Management Public*, FNEGE 4, HCERES C.

Membre du Comité Scientifique de la revue *International Review for public and non for profit marketing*

### Activités de reviewing

Reviewer pour la revue *Public Management Review*, CNRS 3

Reviewer pour la revue *International Review of Administrative Sciences*, FNEGE 3, CNRS 3

Reviewer pour la revue *Gestion et Management public*, FNEGE 3, HCERES C.

Reviewer pour la revue *Politique et Management public*, FNEGE 4, HCERES C.

Reviewer pour la revue *Géographie, économie et société*, FNEGE 4.

Reviewer pour la revue internationale : *Cities*

Reviewer pour la revue internationale : *Journal of Urban Management*

Reviewer pour la revue internationale : *International Review for public and non for profit marketing*

Reviewer pour la revue internationale : *International Journal of Public Sector Performance Management*

Reviewer pour la revue internationale : *International Marketing Trends*

### Membre d'associations scientifiques

Membre de l'*European Group for Public Administration (EGPA)*, Co-chairman du *Permanent Study Group XVI for Public Marketing & Communication* depuis 2014).

Membre de l'*AIRMAP (Association Internationale de Recherche en Management Public)*

Membre de l'*Association Française de Marketing (AFM)*

### Organisation, participation et animation de manifestations scientifiques : Conférences, colloques, séminaires, ateliers

2019 6<sup>ème</sup> Forum de la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial (organisateur et animateur depuis 2016 : <http://placemarketingforum.com/pmf-en-bref>)

2019 Forum IMPGT (depuis 2018) : [https://back-office.univ-amu.fr/sites/back-office.univ-amu.fr/files/news\\_documents/programme\\_forum\\_impgt\\_2019\\_0.pdf](https://back-office.univ-amu.fr/sites/back-office.univ-amu.fr/files/news_documents/programme_forum_impgt_2019_0.pdf)

2018 INTERREG : organisation de 2 workshops thématiques sur les enjeux du développement territorial de la Grande Région transfrontalière (Ministère du développement durable et des infrastructures, Luxembourg)

2018 EGPA (depuis 2014) : Co-Chairman of the Permanent Study Group XVI (Public Marketing & Communication) with Professor Martial Pasquier, European Group for Public Administration, International Institute of administrative sciences, <https://www.egpa-conference2018.org/call-of-papers/PSG%20XVI%20Public%20Marketing%20and%20Communication%20Final.pdf>, 2 workshop sessions.

2017 Workshop multilogue de la Chaire A&NMT, Marketing territorial : entre différenciation et mobilisation Université de Corte, 6 juin 2017.

2017 AIRMAP : Organisation d'un atelier marketing public : en collaboration avec Charles-Edouard Houllier-Guibert et Corinne Rochette, Colloque AIRMAP, 30 mai et 1<sup>er</sup> Juin 2017, Université de Nice.

- 2017 **IIAS : Organisation et animation d'un panel sur Attractivité territoriale et questions de gestion** (place attractiveness & managerial issues)
- 2017 **Séminaire Politique et Management public**, ESCP-Europe (Paris) : conférence sur le marketing public des comportements d'intérêt général appliqué au marketing territorial,
- 2016 **EGPA (depuis 2014) : Co-Chairman of the Permanent Study Group XVI** (Public and non for profit Marketing) with Professor Ani Mattei and Jose Luis Vasquez-Burguete, European Group for Public Administration, International Institute of administrative sciences, <http://www.iias-iisa.org/egpa>, 4/5 workshop sessions per year during EGPA Annual Conference.
- 2016 **IPBA, Chairman for the workshop on place brand image and destination management**, International Place Branding Association Conference, London ; December 9 & 10th
- 2015 **AIMAC : Animation d'un atelier** sur le comportement du consommateur et le management culturel, Colloque AIMAC, IMPGT, Aix-Marseille Université.
- 2014 **AIRMAP : Organisation d'un atelier** : comportements d'intérêt général et marketing public en collaboration avec Camille Chamard et Karine Gallopel-Morvan, Colloque AIRMAP (semaine du management), 20 et 21 mai 2014, IMPGT, Aix-Marseille Université.
- 2013 **Cap'Com : Organisation et animation d'un atelier** : rencontres entre la recherche universitaire et les partenaires professionnels du réseau Cap'Com, 25<sup>ème</sup> Forum Cap'Com de la communication publique et territoriale, La Rochelle, 10-12 Septembre 2013.
- 2013 **Dialogues Euro-méditerranéens de Management Public : Animation d'un atelier** : Cultures, territoire et changements économiques et sociétaux, 6<sup>èmes</sup> dialogues euro-méditerranéens de management public, 7-9 Octobre 2013
- 2009 **Ville-Management : Animation d'un workshop** lors du séminaire préparatoire des 8<sup>èmes</sup> rencontres ville - management : « la gestion démocratique des biens collectifs, Aix-en-Provence, Université Aix-Marseille III.

## Organisation, participation et animation de manifestations professionnelles : Conférences, colloques, séminaires, ateliers : speaker

### 2019

- **LYON** : conférence pendant la ONLY LYON Académie
- **MELUN** : Conférence sur le Marketing Territorial, Département de Seine et Marne.
- **MARSEILLE** : Interventions dans le groupe projet « attractivité de la métropole
- **UP13** : Conférence sur le Marketing Territorial
- **TOP20** : Conférence sur le Marketing Territorial

### 2018

- **CAEN** : Séminaire sur le Marketing Territorial, Région Normandie.
- **SOUILLAC** : Conférence, lancement de la marque de territoire du LOT
- **LUXEMBOURG** : Workshops INTERREG, Ministère du Développement Durable et des Infrastructures
- **GRENOBLE** : Assises du tourisme de l'ISERE
- **AIX-en-PROVENCE** : séminaire de formation CNFPT
- **STRASBOURG** : 5<sup>ème</sup> Place Marketing Forum de la Chaire
- **AIX-en-PROVENCE** : 1<sup>er</sup> Forum de l'IMPGT : leadership dans le management public
- **CASABLANCA** : Organisation et animation du 1<sup>er</sup> Africa Place Marketing Summit : <http://www.therollingnotes.com/2018/01/10/africa-place-marketing/>

### 2017

- **PAU** : Journée de l'attractivité, les grandes tendances du marketing territorial.
- **OISE Tourisme** : Séminaire sur le marketing territorial et le tourisme.
- **BREST** : Fondateur Lab de la Chaire A&NMT, Brest, 360 Possible..
- **MARSEILLE** : Autumn School de la Chaire A&NMT.
- **LA BAULE** : France Congrès Evénement: les grandes tendances du marketing territorial dans l'événementiel
- **LYON** : Rencontres du Marketing territorial, Cap-Com/OnlyLyon/Chaire (Lyon) : conférence et table-ronde sur la fonction marketing territorial dans les collectivités territoriales françaises
- **Conférence de presse** du lancement de la démarche de marketing territorial MISSA de l'Isle-sur-la-Sorgues

- **PARIS : France Volontaires (Paris) :** animation d'une journée de formation sur le marketing territorial
- **LYON : Place Marketing Forum de la Chaire A&NMT :** animation du forum et de la table-ronde sur la vision du marketing territorial par les élus
- **France Congrès Evénement Paris :** Meet up sur les tendances du marketing territorial.
- **Finistère 360 :** Table -ronde pour le lancement de l'Agence d'attractivité, marketing territorial et gouvernance.

## 2016

- **PARIS : Gazette des communes (avec France Urbaine) :** Attractivité et métropoles, Paris : Table-ronde sur le marketing territorial des métropoles
- **CRT Bourgogne Franche-Comté, Dijon :** conférence sur le marketing territorial et la mobilisation des acteurs.
- **Journée Attractivité Métropole (animation et table-ronde),** Semaine AMU-entreprises, Aix-Marseille Université, 16 Novembre.
- **CANNES : France Congrès Evénement (colloque annuel),** table-ronde sur les évolutions du tourisme d'ici 10 ans.
- **Communauté d'agglomération du Pays Ajaccien (intervention devant le Conseil Communautaire) :** Conférence sur les facteurs clés de succès du marketing territorial
- **Journée de formation aux élus, Le marketing territorial pour développer l'attractivité de son territoire,** ATD 13.
- **Métropole Européenne de Lille :** conférence sur le marketing territorial comme levier de l'attractivité économique.
- **Chaire/Cap'Com : Co-organisation des 3èmes rencontres du Marketing territorial,** Lyon, Musée des Confluences, 9 et 10 Mai.
- **3<sup>ème</sup> Place Marketing Forum de la Chaire ANMT,** Aix-en-Provence, Centre des Congrès, 9 et 10 Mars 2016.
- **GaroCamp,** colloque sur l'événementiel et les technologies innovantes, Marmande : conférence sur les interactions entre les événements/marketing territorial

## 2015

- **CCI Côte d'Azur,** table-ronde lors des Rencontres du Commerce, sur le marketing territorial et les commerces de centre-ville.
- **Conseil Département de la Manche,** Conférence sur la mobilisation des entreprises en faveur du marketing territorial
- **Universités de la Fonction Publique Territoriale,** Table-ronde sur la qualité des services publics et attractivité territoriale.
- **Conseil communautaire de la ville d'Apt :** Conférence sur le Marketing territorial et les territoires
- **Fondation de l'Occitane :** Conférence sur l'exportation des savoir-faire locaux et le marketing territorial
- **Association des Régions de France,** Paris, Conférence/Séminaire sur le marketing territorial et les 13 futures régions (avec J. Gayet)
- **Serres-Chevalier :** Conférence sur les pratiques du marketing territorial, appliquées aux stations de ski (avec J. Gayet)

## Interviews Médias 2015/2016 :

TV : TF1.

Radio : Sud Radio au sujet des noms des nouvelles régions, Radio France Bleu.

Presse : 20 minutes, JDD, le Point, l'Express, Le Parisien éco, La Croix, [La République des Pyrénées](#) au sujet de l'identité du Béarn, le Dauphiné Libéré.

Magazines : Brief (article), La Gazette des communes, Parole d'élus, Jura Times, Moselle Economie,

Sites Internet : [TPBM Presse](#), Go'Met, Ultra media, Place Brand Observer.

## Etudes/expertises appliquées en milieu professionnel : marketing public et comportements d'intérêt général

*Marketing territorial : attractivité des territoires, évaluation de l'image de marque et de l'identité territoriale*

2017-.... : accompagnement de la démarche d'attractivité de la métropole Aix-Marseille Provence

2014: Créativité et territoires, Journées d'automne, conférence sur le **marketing territorial des petites villes** : le cas des Pennes-Mirabeau, Poitiers, 24 octobre.

2014: Cap'Com: conférence/atelier sur le **marketing territorial des petits et moyens territoires** : le cas des Pennes-Mirabeau, en collaboration avec Philippe GALLO, Journées Cap'Com du Marketing territorial, Lyon, 8 octobre.

### *Marketing des services publics : mesure de la qualité des services publics*

2014 : Animation d'un séminaire sur « **Qualité et Management dans les établissements d'enseignement supérieur** » à Aix-Marseille Université, Public : Directions des services centraux, communs et des composantes.

2012-2013: Recherche-action en marketing et qualité des services publics: **Etude qualitative exploratoire sur la proximité et la qualité de vie**, Ville d'Alès, en collaboration avec M. Guenoun (MCF).

### *Marketing culturel : étude des publics*

2012-2014 : **Evaluation des opérations des musiques actuelles** sur le territoire de la C.P.A., axe : étude des publics, Communauté des Pays d'Aix, en collaboration avec S. SERVAL (ATER), M. Keramidas et Mme Soldo (MCF)

2012-2014 : **Evaluation des opérations de sensibilisation des jeunes à l'Opéra**, axe : évaluation des attentes et de la perception des actions par les publics-cibles, Festival d'Aix-en-Provence, en collaboration avec Mme Soldo, M. Keramidas et M. Tiberghien (MCF).

## **Activités pédagogiques**

---

### **Matières enseignées à l'IMPGT**

#### **Depuis 2005, Institut de Management public et gouvernance territoriale (Aix-Marseille Université)**

- MASTER 2 Marketing et communication publics, Séminaires de la Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial :
  - **Marketing territorial et attractivité: concepts et démarches**
  - **Méthodologie de mémoire orientée recherche**
- MASTER 2 Management public :
  - **Marketing territorial : outils et méthodes**
  - **Marketing public et comportements pro-environnementaux** : Outils du social marketing et approches psychologiques des théories du changement social relatives aux comportements pro-environnementaux
  - **Gestion de l'utilisateur-client**: comportement de l'utilisateur-client, marketing de la relation de service, analyse du processus de service, référentiels de la qualité publique, dispositifs d'orientation client-utilisateur (mesure des attentes et de la qualité perçue).
  - **Management de projets**: présentation des fondamentaux et des outils de management de projet (planification timing) et suivi mensuel des équipes projets dans l'élaboration des projets pour les commanditaires.
- MASTER 1 Management public :
  - **Sensibilisation à la Qualité**: vocabulaire et fondamentaux de la qualité, l'histoire de la qualité: contrôle, assurance, management de et par la qualité, qualité totale, la qualité sociétale.
  - **Marketing des services marchands et non marchands**: démarche marketing appliquées aux services (caractéristiques des services, processus de servuction, qualité de service, marketing mix des services). Spécificités du marketing non marchand dans les administrations publiques et dans les secteurs de la culture, de l'environnement et de la santé.
  - **Economie et politique environnementale**: la conciliation des enjeux économiques et environnementaux, les théories économiques de l'environnement, les instruments des politiques publiques environnementales et la logique de performance des politiques publiques.
  - **Economie générale : acteurs et gouvernance** : les acteurs de la mondialisation et les relations entre ces agents économiques (simulation d'un jeu boursier avec remise d'un rapport sur les éléments de prise de décision relatifs à l'actualité de l'ensemble des acteurs de la gouvernance économique)
- LICENCE Management public
  - **Marketing, communication et qualité des services publics** : la démarche marketing adaptée au secteur et services publics (4 thèmes : marketing territorial, marketisation et qualité de service, social marketing, marketing des parties prenantes)

- **Grands domaines de l'action publique** : présentation des enjeux de l'environnement et du développement durable pour l'action publique : domaines de l'environnement, concept de développement durable et mise en application par les pouvoirs publics (agenda 21, Projets de loi du Grenelle, PCET...)
- **Introduction à l'économie** : les grands courants de pensée de l'histoire économique : les Classiques, Marx, les Néo-classiques, Keynes. Présentation des principaux concepts de ces théories accompagnée de la lecture des textes originaux traduits des auteurs (Smith, Ricardo, Say, Marx, Jevons, Marshall, Keynes)

### Activités de visiting/lecturer

- **2016, 2017 et 2018: University of Barhein, BIPA, MPM Program (ENA/IMPGT), Public marketing and communication, 2 days seminar.**
- **2016, 2014: IDHEAP (Institut des Hautes Etudes en Administration Publique), Université de Lausanne (Suisse), 2 séminaires sur le marketing public (territorial et qualité de service), 12 h**
- **ISCAE Casablanca (Maroc), Master 2 "Management des villes et des territoires", Management de la qualité des services publics, 14h.**
- **Master 2 Anglophone (Master of Public Administration): Public marketing and customer relationship, quality and environmental management.**
- **Master 2 Competitive intelligence : Information Management : 3 séminaires de 20 h dispensés en Anglais en 2007/2009/2011 à l'O.U.M. (Open University of Malaysia, Kuala Lumpur) et un séminaire en 2007 à Unima (Indonésie, Manado).**

### Enseignements hors Aix-Marseille Université :

- **2016: Faculté de Droit et de Sciences Politiques, Introduction au marketing territorial, AMU, 3h.**
- **Depuis 2014: IAE de Pau, Master Management public et collectivités locales, U.E. Opinion publique et gestion de la relation au citoyen, 39h.**
- **2012 à 2015 : IRA Lyon: cours de marketing marchand et non marchand : la gestion de la relation usager-client : 12 h.**
- **Ecole Générale d'Administration de l'Armée de l'Air, Salon de Provence (depuis 2008): séminaires de formation sur le management de la qualité (6 h)**
- **Université Paris I La Sorbonne (2005 à 2007) : Préparation à l'Agrégation d'Economie-Gestion: cours d'Economie Générale, 30h.**

### Autres activités

#### Activités professionnelles

- **2001/2002 : Chef de secteur GMS, Kraft Foods France.**