

ALAUX Christophe

*Maître de conférences en sciences de gestion
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 42 17 44 18

Email : 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 Chaire** Attractivité et Nouveau Marketing Territorial (Depuis Janvier 2015), IMPGT, AIX-MARSEILLE Université
- **Directeur-adjoint** de l'Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale (IMPGT) (depuis 2012).
- **Chargé de mission CIPE**, Aix-Marseille Université auprès du Vice-Président « formations », Evaluation des formations et des enseignements par les étudiants (depuis 2014).
- **Responsable pédagogique** du Mater 2 « Marketing et communication publics » en formation initiale (depuis 2012) et en formation continue (version Chaire depuis 2015)
- **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

- 2009-2015 : **Directeur des études** à l'Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale (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).
- 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).

Formation universitaire

- 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.
- 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 **CAPEES 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 :

- 2017 : Direction et pilotage du programme de recherche **IMAGETERR** de la Chaire A&NMT portant sur l'image perçue des territoires français et européens.
- Depuis 2015 : Direction du **programme de veille et de benchmarking** de la Chaire sur les meilleures pratiques internationales de marketing territorial (veille-marketingterritorial.fr)
- 2013-2014 : Direction et Pilotage d'une 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. Keramidis)
- 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. Keramidis 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

- Articles en cours de soumission:
 - Le processus de décision pro-environnemental du consommateur est-il influencé par ses attitudes envers les incitations publiques ? Le cas des voitures à faibles émissions de carbone, **Politique et Management Public**, Classée FNEGE 4, CNRS 4.
 - Place relationship marketing: a new attractiveness policy for small and medium- sized, **Cities**, Special issue on place branding and Urban policy.
- **2016**, Alaux C., Serval S. et Zeller C., Le marketing territorial des Petits et Moyens Territoires: identité, image et relations, *Gestion et management public*, 61-78, Classée FNEGE 3, CNRS 4.
- **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.TIBERGHIEU, MCF).

Ouvrages et participation à des ouvrages collectifs

- **2017 (en cours de rédaction)** : Trust in Government, in Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance, edited by Carole Jurkiewicz, and Editor-in-Chief Ali Farazmand ?
- **2017 (en cours de publication)** : Place brand image and crisis management : The Flint Case, USA, (in collaboration with T. Neaves).
- **2017 (en cours de publication)** : Attractivité territoriale : des interactions de court, moyen et long terme, in Pasquier M., Keramidis 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 LAMOUREUX 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 Boëck, (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.TIBERGHIEU, 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^{ème} 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

- **2016 Medium-sized cities: the analysis of internal stakeholders' perceptions with relationship marketing**; International Conference IPBA, Middlesex University, London (UK), December 9th and 10th.
- **2016 Place Hospitality: a way to understand and improve place branding approaches**; International Conference IPBA, London (UK), Middlesex University, December 9th and 10th, (in collaboration with C. CHAMARD)
- **2016 Territorial attractiveness and events: from economic impacts to city branding**; International Conference IPBA, London (UK), Middlesex University, December 9th and 10th, (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. Keramidas 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.

Autres activités professionnelles

Membre de comités scientifiques

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

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

Membre du Comité Scientifique du programme européen HOPE sur la consommation énergétique des ménages

Activités de reviewing

Reviewer pour la revue internationale : Public Management Review, CNRS 3

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

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 and non for profit Marketing (depuis 2014).
 Membre de l'**Association Française de Marketing (AFM)**
 Membre du **Comité éditorial** de la Revue "**International Review for public and non for profit marketing**".
 Membre de l'**AIRMAP** (Association Internationale de Recherche en Management Public)
 Membre du **PDDTM** (Pôle Développement Durable et Territoires Méditerranéens), Aix-Marseille Université.
 Membre de la fédération de recherche **ECCOREV** (Ecosystèmes Continentaux et Risques Environnementaux)

Conférences, colloques, séminaires, ateliers : speaker

2016

- **Séminaire Politique et Management public**, ESCP-Europe (Paris) : conférence sur le marketing public des comportements d'intérêt général appliqué au marketing territorial,
- **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.
- **France Congrès Evénement** (colloque annuel), Cannes : 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
- **Métropole Européenne de Lille** : conférence sur le marketing territorial comme levier de l'attractivité économique.
- **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)

Conférences, colloques, séminaires, ateliers (organisation et animation)

- 2017** : **AIRMAP : Organisation d'un atelier marketing public** : en collaboration avec Charles-Edouard Houllier-Guibert et Corinne Rochette, Colloque AIRMAP, 30 mai et 1^{er} Juin 2017, Université de Nice.
- 2016** : **Journée Attractivité Métropole**, Semaine AMU-entreprises, Aix-Marseille Université, 16 Novembre.
- 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

- 2016** **Chaire/Cap'Com : Co-organisation des 3èmes rencontres du Marketing territorial**, Lyon, Musée des Confluences, 9 et 10 Mai.
- 2016** **Chaire : 3^{ème} Place Marketing Forum de la Chaire ANMT**, Aix-en-Provence, Centre des Congrès, 9 et 10 Mars 2016.
- 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^{ème} 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, 6èmes dialogues euro-méditerranéens de management public, 7-9 Octobre 2013
- 2009** **Ville-Management : Animation d'un workshop** lors du séminaire préparatoire des 8èmes rencontres ville - management : « la gestion démocratique des biens collectifs, Aix-en-Provence, Université Aix-Marseille III.

Interviews Médias 2015/2016 :

Radio : **Sud Radio** au sujet des noms des nouvelles régions,
 Presse : **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 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

2016 : Journée de formation aux élus, **Le marketing territorial pour développer l'attractivité de son territoire**, ATD 13.

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. SERVVAL (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**: 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.
- **2014/2015 et 2015/2016: 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.