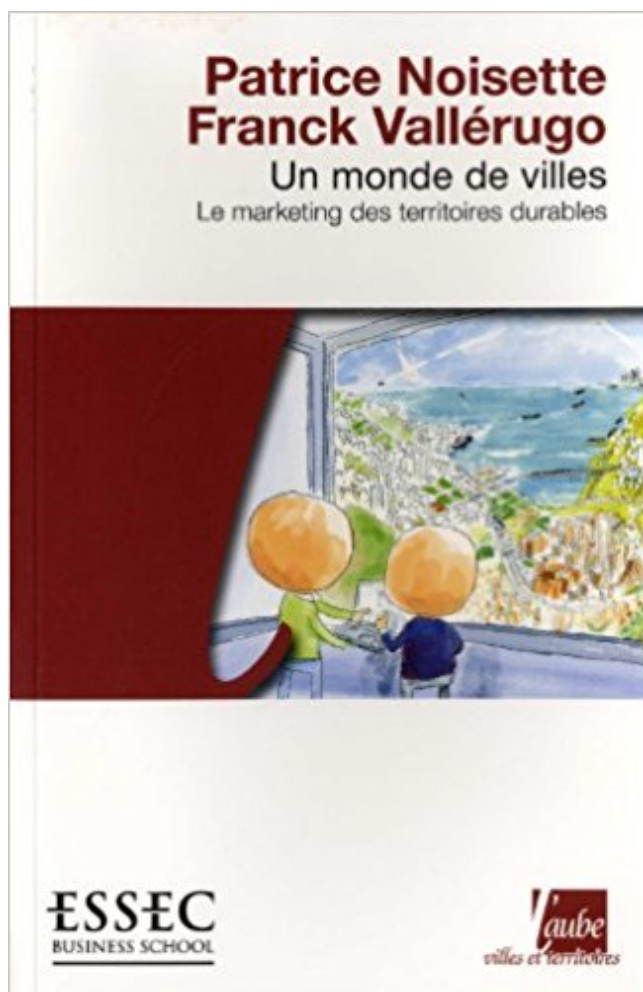


Un monde de villes : Marketing des territoires durables PDF - Télécharger, Lire



TÉLÉCHARGER

LIRE

ENGLISH VERSION

DOWNLOAD

READ

Description

Les villes abritent aujourd'hui la majorité de la population mondiale et elles sont le cœur même du développement économique. cœur donc cœurment à elles qu'il revient de répondre au défi d'un développement nouveau, fondé sur la responsabilité sociale, économique et environnementale. La difficulté est d'assurer la compétitivité et l'attractivité d'un territoire dans une économie globale et mondialisée, tout en répondant aux exigences humaines de solidarité, de " vivre ensemble ". C'est à ces questions que le marketing urbain cherche à apporter des réponses. Au cœur des projets, il contribue à réaliser les objectifs publics en cherchant une réponse optimale aux attentes des entreprises et des personnes. Sa théorie comme sa pratique bénéficient de l'intérêt croissant de la recherche et du professionnalisme accru des équipes locales. Ce livre s'adresse aux élus et aux professionnels qui ont en charge de gérer la ville comme à ceux qui les conseillent et aux étudiants qui s'y préparent. Il intéresse aussi tous ceux qui, acteurs socio-économiques ou habitants-citoyens, souhaitent mieux comprendre les enjeux économiques et sociaux du développement urbain et les politiques que conduisent les villes.

14 mars 2012 . Sélection thématique autour des villes dans le cadre du développement durable : leurs inscriptions dans les programmes scolaires, les approches et problématiques de la ville durable, ses traductions à l'échelle des pays et des continents, mais aussi les aspects durables de la ville (biodiversité, pollution,.

6 mars 2016 . Le marketing territorial est une boîte à outils composée de méthodes, techniques, outils et analyses de pratiques menées à travers le monde. . Le marketing ... surtout créer des liens durables avec les offres et les talents de son territoire et avec toutes ses clientèles » Joël Gayet; 57. Le marketing de.

6 mai 2010 . Titre, Un monde de villes. Sous-titre, Le marketing des territoires durables. Résumé. Les villes abritent aujourd'hui la majorité de la population mondiale et elles sont le coeur même du développement économique. C'est donc largement à elles qu'il revient de répondre au défi d'un développement nouveau,.

25 sept. 2013 . Elle propose à cet effet aux personnes publiques le concours de ses compétences originales en matière de droit de la propriété intellectuelle et de marketing. CMPP - Note de synthèse, janvier 2012. OUVRAGES. Un monde de villes : le marketing des territoires durables. Patrice Noisette, Franck Vallérugo.

marketing urbain en tant qu'outil au service de la différenciation des territoires (Bros-Clergue,. 2006) à ... Cette marque de ville, est à l'heure actuelle la plus connue du monde, son association à New ... 287-314. CASTEIGTS M. (2009), « Optimisation du développement durable et management territorial stratégique : de la.

25 mars 2017 . territoire. 1.1. Définition du territoire. 1.2. Attractivité et marketing territorial. 2. La place du marketing. 2.1. Marketing de l'attractivité : question de l'image. 2.2. La marque . des territoires. => Le territoire est un support de la croissance et à l'origine d'un projet de territoire qui concerne les villes, les régions, ...

durable. au Brésil, au Québec et dans le monde DES TERRITOIRES DURABLES? Lorsqu'il est question de territoires durables, de villes vertes, intelligentes, compactes, en transition, d'écoquartiers et de communautés viables, les interrogations fusent: de quoi s'agit-il au juste? Un nouveau . Un marketing territorial?

1 avr. 2011 . On parle d'image, d'attractivité, et même de marque pour désigner une ville, une région, un pays. . sur le marketing territorial, aux éditions Groupe Territorial, 2009. , directeur de l'attractivité durable des territoires (DADT) au sein de l'Agence régionale de développement Paris Ile-de-France, « les territoires.

Un monde de villes : le marketing des territoires durables. – La Tour-d'Aigues (Vaucluse) : Éd. de l'Aube, 271 pages. – (Monde en cours). <http://babordplus.univ-bordeaux.fr/notice.php?q=id:949485>. WODON Quentin. (1993). – Marketing contre pauvreté. – Ivry-sur-Seine : Editions de l'Atelier, 287 pages (Portes ouvertes).

Démarches territoriales dedéveloppement durableau Brésil, au Québec etdans le monde . Un marketing territorial ? . Si le territoire de la démarche de développement durable est à la base

celui de la Ville de Baie-Comeau, l'implication des acteurs et les effets de la démarche se font sentir, quant à eux, sur le plan.

Coopération décentralisée et développement urbain : L'intervention des collectivités territoriales [en ligne]. [consulté le 11/03/2008] France. Ministère des Affaires étrangères et européennes. Direction Générale de la Coopération internationale et du Développement et al. (2007). Jean-François Laé, Numa Murard, L'argent.

[Auteur] [5]. Titre. Un monde de villes le marketing des territoires durables Patrice Noisette, Franck Vallérugo. Édition. La Tour-d'Aigues (Vaucluse) Éditions de l'Aube impr. 2010, cop. 2010 [118]. Collection. Monde en cours Essec Villes et territoires [4]. Sujets. Croissance urbaine 1990-.. [9]. Urbanisme Aspect social 1990-.

6 mai 2014 . Samuel Widmer. To cite this version: Samuel Widmer. Quelle intelligence territoriale pour le développement durable des territoires urbanisés ? Le cas du Pays de Montbéliard.. 6th International Conference of Territorial Intelligence "Tools and methods of Territorial Intelligence", Besançon, 2008, Oct 2008,.

16 févr. 2016 . AMI « Villes et territoires durables ». Séminaire collectif n°1 .. Partenariat public-privé. Réseau élargi. La Plateforme Amsterdam Smart City. Monde extérieur. Le modèle d'Amsterdam. Un partenariat public-privé et un fonctionnement « en réseau » . Marketing de l'innovation / innovation par les usages.

Cette dernière part de la construction symbolique de la vision du monde et le territoire acquiert alors une valeur symbolique en référence à l'individu ou au groupe qui l'a construit.

Actuellement, on observe que l'idée de représentation tend à prendre le pas sur celle de matérialité du territoire. Claude Raffestin et Yves Barel.

Entreprises et Territoires durables (CDET). ENTREPRISES - TERRITOIRES - CULTURE . du développement économique local. 8. International Attractivity and Territorial Marketing. 10. 15 . et de transmission d'expérience, l'objectif étant de renforcer toujours plus le lien avec le monde professionnel et avec le monde de la.

Il s'adresse à tous ceux qui cherchent des repères pour peser sur le destin de leur cité. Jean Haëntjens, économiste et urbaniste, a déjà publié La Société soft (Denoël, 1985), Le Pouvoir des villes (l'Aube, 2008) et Le Gouvernement des machines (l'Aube, 2010). *. Un monde de villes. Le marketing des territoires durables.

Sudoc Catalogue :: - Livre / Book Un monde de villes : le marketing des territoires durables / Patrice Noisette, Franck Vallérugo.

Utopies est née en 1993, à l'origine sous forme associative, pour inciter les entreprises à intégrer les enjeux sociaux et environnementaux à leur stratégie, et pour les accompagner dans cette révolution.

Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement Durable et de l'Aménagement ... du monde, perd progressivement une partie de ses .. On peut observer que les politiques marketing tablent sur la revalorisation de l'identité d'une ville et d'un territoire. Cette identité, mélange de passé et de futur, admet l'évolution.

Livre : Un monde de villes ; le marketing des territoires durables de Noisette/Vallérugo, de Patrice Noisette au meilleur prix et en livraison rapide. Retrouvez également toutes les critiques et avis exclusifs disponibles. Un monde de villes ; le marketing des territoires durables - Ses sujets de recherche portent sur la dynamique des villes, le marketing territorial et la responsabilité territoriale des entreprises. Il dirige au sein des Editions de l'Aube la collection « Villes et territoires ». Son dernier ouvrage s'intitule « Un monde de villes. Le marketing des territoires durables », aux Editions de l'Aube,.

19 juil. 2016 . La ville, l'urbain peut-être apparenté à un organisme vivant à part entière, qui depuis sa naissance, se développe, croît, se gère, s'alimente, se dégrade, .. stratégie territoriale,;

urbanisme; paysage; marketing territorial; bilan d'aménagement; choix pour montage et portage de projet; pistes de partenariats.

Cet essai propose une organisation d'ensemble des objectifs et des méthodes du développement stratégique et du marketing urbain. Il prend ensuite en compte la complexité spatiale, politique, économique et sociale de la ville pour apporter une contribution à la réflexion ainsi qu'à l'action. Marketing territorial · Economie.

10 mai 2017 . la Ville de L'Isle-sur-la-Sorgue a lancé la « Mission L'Isle-sur-la-Sorgue Attractivité », MISSA, . démarche ambitieuse de marketing territorial mobilisera massivement les acteurs privés du territoire. Elle se veut exemplaire et innovante dans ses . l'enseignement supérieur et du développement durable ; 2.

Albi, Institut National Universitaire Champollion, Gestion des territoires et développement local, Ingénierie du développement des villes petites et moyennes . Angers, Université d'Angers, Géographie et aménagement, Chargé de développement : entreprises et territoires durables, Détail formation, Evaluation Hceres.

ET ÉCOQUARTIERS. LES PRATIQUES #9. COMPRENDRE la démarche pour AGIR aujourd'hui dans sa collectivité et sur son territoire. VILLE DURABLE . politiquement motivées pour la construction d'une ville durable. toutefois, remarquons . rupture franche avec les modes archaïques de fabrication du monde urbain.

23 août 2016 . Chaque année depuis 2008, le Forum Mondial Convergences est un lieu unique de rencontres entre le secteur public, le monde de l'entreprise, . Cette année, le Forum Mondial Convergences « Réussir la transition vers des villes et territoires durables » proposera une réflexion autour de 3 axes.

30 sept. 2017 . Télécharger Un monde de villes : Le marketing des territoires durables livre en format de fichier PDF gratuitement sur lefichier.info.

Ouvrage. Noisette, Patrice ; Vallérugo, Franck. Un monde de villes : Le marketing des territoires durables. La Tour d'Aigues : Éditions de l'Aube, 2010. 272 p. , bibliogr. 7 p., ill., fotogr., cartes. (Monde en cours). (Notes.) ISBN 978-2-8159-0063-8. Langue, Français.

Producteur de la notice, REGARDS-CNRS.

12 juin 2017 . Pour faire face à ces défis, des initiatives ont fleuri depuis quelques années : le sommet mondial de la ville durable Ecocity s'est tenu à Nantes en 2013, le Référentiel des villes et territoires durables constitue un réseau engagé au niveau européen, et au niveau français l'Etat a créé Vivapolis (le réseau.

6 sept. 2016 . Le défi des villes et territoires durables; Cap vers les Objectifs de développement durable; Pour une économie au service du bien commun. S'y ajoute un ... Ces Objectifs ont fait l'objet d'une définition collective réunissant pour la première fois citoyens, acteurs solidaires et monde économique. Un enjeu.

28 mars 2011 . Nouvelles mobilités, préservation de la biodiversité, protection des plus démunis, création de nouvelles filières économiques, ces enjeux concernent le territoire urbain dans sa totalité. La ville durable ne peut donc se résumer à un cortège de maisons passives ou à la construction d'un éco-quartier.

29 sept. 2016 . GOLLAIN (V), "Guide du marketing territorial. Réussir son marketing territorial en 10 étapes", Territorial éditions, Voiron, 2010. NOISETTE (P), Franck VALLERUGO (F), "Un monde de villes : le marketing des territoires durables", La Tour d'Aigues : les éditions de l'Aube,. France, 2010. Audencia Business.

31 juil. 2014 . traits partagés dans les territoires d'étude sont riches d'enseignements, notamment en ... et le monde associatif représentait encore un défi pour les trois villes d'étude il y a quelques années. En 2011 . Portland, dont le rôle est d'organiser la stratégie de développement durable de la ville, constitue.

Un monde de villes : le marketing des territoires durables / Patrice Noisette, Franck Vallérugo -
- La Tour-d'Aigues (Vaucluse) : Éditions de l'Aube , impr. 2010. Cote = 352.1053. Livre
prêteable à domicile. Pinheiro-Croisel , Rebecca Urbanisme durable : ou pilotage des collectifs
d'innovation / Rebecca Pinheiro-Croisel.

d'un nouveau mode d'organisation de la ville et de son territoire que l'on pourrait qualifier . Il
découle du concept de ville durable consacré lors de l'élaboration de .. marketing territorial ». 56 .
Le développement durable est aujourd'hui une formule « à la mode ». 57 et à peu près tout
le monde s'en réclame. Ainsi il est.

La concrétisation de la ville durable requiert de réinterroger le modèle de développement
économique du territoire et les modèles économiques d'entreprise qui y sont . À travers le
monde, les territoires urbains, qui représentent moins de un pour-cent de la superficie la
planète, concentrent les grands défis écologiques,.

5 oct. 2010 . Les nouvelles périphéries urbaines : formes, logiques et modèles de la ville
contemporaine. Rennes: Presses univ. . Augustin, J. (Ed). (2010). Villes québécoises et
renouvellement urbain depuis la révolution tranquille. . Un monde de villes : le marketing des
territoires durables. La Tour-d'Aigue: Ed. de.

des villes durables ? Comment mieux partager la ville ? Tels sont les défis quotidiens auxquels
est confronté le groupe VINCI. Telles sont les questions . villes en question ». En moins de
deux siècles, l'humanité a connu un changement structurel majeur. En 1840, pour la première
fois dans l'histoire du monde,.

En 2006, la Ville de Lausanne décide d'introduire une politique de marketing . Marketing
urbain. MUD. Marketing urbain basé sur un développement durable. USP. Stratégie marketing
consistant à valoriser un attribut que le produit est le seul .. territoires aux villes, points nodaux
reliés au reste du monde (i.e. au système).

Les projecteurs du monde tech se sont tournés vers les bots conversationnels après l'annonce
de Facebook fin 2016 du lancement de leur bot store sur la plateforme de Messenger. Voyons
comment . La mobilité durable, l'enjeu des villes d'aujourd'hui : En France, nous pouvons
constater aujourd'hui l'émergence de [...].

Titre, : Un monde de villes [Livre] : le marketing des territoires durables / Patrice Noisette &
Franck Vallérugo. Auteur, : Noisette, Patrice, 1954-.. Année, : 2010. Éditeur, : La Tour-d'Aigue
(Vaucluse) : Ed. de l'Aube, impr. 2010. Collection, : Monde en cours. Série ESSEC villes et
territoires.

25 mai 2015 . Bibliography - Le marketing des villes : un défi stratégique pour l'environnement
(Patrice Noisette et Franck Vallérugo), éditions d'organisation, 1996 - Un monde de villes, Le
Marketing des territoires durables (Patrice Noisette et Franck Vallérugo), éditions de L'Aube,
201 - Stratégies d'internationalisation.

Découvrez et achetez Le marketing des villes, un défi pour le dévelo. - Patrice Noisette, Franck
Vallérugo - les Éd. d'Organisation sur www.leslibraires.fr.

(ou.à.détruire)..Tout.dépend.des.

hommes.;il.n'y.a.pas.de.territoires.condamnés,.il.n'y.a.que.des.territoires.

sans.projets.et.sans.hommes.de.qualité.pour.les.porter. La première bonne nouvelle, c'est
qu'un monde nouveau se prépare.;il.

est.en.marche.et.ceux.qui.ne.sauront.pas.s'y.préparer,.et.mieux.encore.en.

Illustrer à l'échelle des territoires les multiples dimensions sociétales, économiques et
environnementales ainsi que les finalités du développement durable local. Présenter les enjeux,
les outils et méthodes pour appréhender de manière transversale la mise en œuvre des
pratiques et des politiques de développement.

Toutes nos références à propos de un-monde-de-villes-le-marketing-des-territoires-durables.

Retrait gratuit en magasin ou livraison à domicile.

O.N.G., mais il a montré en fin de compte plus d'actions de marketing que de décisions et démarches .. expérimentant les approches de la ville durable sur un territoire restreint et cohérent. En effet, face aux ... partenaires dans les Agendas 21, et notamment le monde de l'éducation et de la recherche ainsi que le secteur.

En d'autres termes, la vision politique en faveur du développement durable n'est pas portée par les élus locaux, mais par les responsables administratifs et certaines forces vives des territoires (associatives notamment). Il existe bien sûr des exceptions qui confirment cette règle. La réflexion sur la ville durable est née d'une.

23 févr. 2017 . C'est la première fois qu'un appel à article d'un numéro thématique d'une revue francophone porte sur la question du marketing des territoires. . système d'information marketing qui collecte les démarches se rapprochant plus ou moins du marketing territorial, auprès de plusieurs entités du monde entier.

4 juil. 2017 . L'originale Franche-Comté », « île de France, demain s'invente ici », « l'esprit grand ouvert, Région Pays de la Loire »... , les territoires sont devenus de véritables marques. Comprenant que, dans le monde globalisé, les villes, les territoires en général, ne peuvent plus fonctionner comme le petit village.

29 oct. 2008 . La Ville Durable : Entre développement économique et cohésion sociale dans une perspective environnementale. Qu'est-ce qui institue l'urbain durable ? . Durable et de l'Aménagement des Territoires) a labellisé 32 nouveaux ... établissements humains (ONU-Habitat) intitulé L'Etat des villes du monde.

un choix d'images reflétant les multiples dimensions de la contribution de la culture dans les villes à travers le monde. .. la culture pour le développement urbain durable, intitulé Culture : Futur urbain, élaboré avec le soutien de neuf partenaires régionaux ... Le marketing urbain se généralise également, dans un contexte.

Le marketing territorial n'est pas une simple étiquette accolée à un territoire mais repose de plus en plus sur de véritables stratégies d'ensemble de tout ce . . et en reléguant au second plan les signatures plus institutionnelles de la région, des départements, des villes, des agences de développement ou des entreprises.

Depuis une décennie, la notion d'attractivité fait florès dans les approches consacrées aux territoires comme dans les discours des élus et les travaux des experts. L'attractivité peut a priori .. En 2006, Londres et Tokyo étaient, dans toutes les enquêtes, considérées comme les villes les plus chères du monde. En 2007, The.

Mais où va la ville populaire ? entretien avec Patrick Braouezec. (avec J. Viard). : Edition de l'Aube, 2012. Un monde de villes : Le marketing des territoires durables. (avec P. Noisette). La Tour d'Aigues (France) : Les Editions de l'Aube, 2010. Le marketing des villes : un défi pour le développement stratégique. (avec P.

Principes, méthodes et pratiques, Colombelles, Éditions Management & Société, 2007; Benoît Meyronin, Le Marketing territorial, Paris, Vuibert, 2009 ; Patrice Noisette, Franck Vallérugo, Un monde de villes. Le marketing des territoires durables, La Tour d'Aigues, Les Éditions de l'Aube, 2010. 15. Voir, par exemple, la.

Un monde de villes : le marketing des territoires durables / Patrice Noisette, Franck Vallérugo. --. Éditeur. La Tour-d'Aigues [France] : Édition de l'Aube, 2010. Description. 271 p. --.

Collection. Monde en cours. Série ESSEC villes et territoires · Monde en cours. Série ESSEC villes et territoires. Notes. Bibliogr. : p. 263-269.

Note : Ingénieur de l'École nationale de chimie de Paris. - Enseignant-chercheur à l'Institut des villes, du territoire et de l'immobilier de l'ESSEC, École supérieure des sciences économiques et commerciales (en 1996) . Un monde de villes. le marketing des territoires durables.

Description matérielle : 1 vol. (271 p.)

Franck Vallerugo. Un monde de villes : Le marketing des territoires durables. Co-auteurs : P. Noisette. Date : 2010. Editeur : Les Editions de l'Aube.

<http://www.aube.lu/web3/pages/1024/frameset.html>. ISBN : 978-2-8159-0063-8. Résumé : Cet ouvrage propose une démarche complète de diagnostic, d'élaboration et de

de gouvernance et de développement durable sont-elles « solubles » dans le marketing territorial ? Résolument . Dit plus crûment, si tout le monde s'accorde pour définir superficiellement la gouver- ... qu'en matière de marketing territorial, il n'existe rien de pire pour un territoire (ville, canton ou région) que de définir le.

16 avr. 2013 . La beauté, une composante essentielle. Pour Lafarge, une ville meilleure, c'est une ville plus accueillante (capable notamment de proposer des logements abordables), plus compacte (logeant plus de monde sur un espace réduit), plus durable, ce qui en l'espèce signifie plus solide et mieux armée face à.

MIOSSEC Alain, ARNOULD Paul et VEYRET Yvette : « Développement durable : affaire de tous, approches de géographes », Historiens et Géographes, Paris, 2004, n°387, p85-96.

NOISETTE P., VALLERUGO F., Un monde de villes. Le marketing des territoires durables, L'aube, coll. « Villes et territoires », 2010.

. développement stratégique territorial et le marketing urbain en formation initiale et continue de 2ème et 3ème cycles. Parmi les pionniers dans le domaine du marketing urbain dans les années 1980, il a publié dernièrement "Un monde de villes, le marketing des territoires durables" avec Franck Vallérugo (L'Aube, 2010).

Nous définirons cette attractivité, comme la capacité d'un territoire à être choisi par un acteur comme zone de localisation (temporaire ou durable) pour tout ou ... Plusieurs villes de l'échantillon, comme Lyon, Barcelone ou Munich, ont même élaboré une politique de marketing territorial, dans laquelle elles s'appuient sur.

24 juin 2015 . tous les jours de nouveaux chiffres alarmants sur la situation dans le monde. Les nombreuses . La semaine « Bâtiments, villes et territoires durables face aux défis des changements climatiques » organisée par ... Spécialiste marketing de destinations en Europe, au Moyen-Orient, en Afrique et en Asie du.

Experte en Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), achats durables, marketing et conduite du changement. Avec plus de 30 ans d'expérience professionnelle, Sylvie . Expert villes et territoires durables, politiques publiques, relations institutionnelles et stratégie RSE. Ancien Directeur des Ressources Humaines de.

5 juil. 2017 . Le marketing territorial désigne la manière dont les pouvoirs publics utilisent les techniques de la publicité et de la communication, issues du monde de . Enfin ces formes de communications tendent souvent au greenwashing, c'est-à-dire à présenter un territoire comme durable ou respectueux de.

Noté 0.0/5. Retrouvez Un monde de villes : Marketing des territoires durables et des millions de livres en stock sur Amazon.fr. Achetez neuf ou d'occasion.

28 avr. 2014 . Un monde de villes : le marketing des territoires durables / Patrice Noisette, Franck Vallérugo. – Éd. de l'Aube, impr. 2010. – (Monde en cours, Essec Villes et territoires). ISBN 978-2-8159-0063-8. – <http://www.sudoc.fr/175456593>. Face au Brand Territorial : sur la misère symbolique des systèmes de.

29 juin 2013 . Ses travaux de recherche portent essentiellement sur la dynamique des villes, le marketing territorial et la responsabilité territoriale des entreprises. Il est l'auteur de « Un monde de ville : le marketing des territoires durables » (éditions de l'Aube, 2010). Il a contribué à la création du programme « Une.

Un monde de villes : le marketing des territoires durables. Book.

Depuis quelques années², la notion de « développement durable » et son corollaire, celle de « ville durable », ont été à la fois médiatisées, vulgarisées, précisées et . 18 Ainsi la table rase plutôt que la réhabilitation ou l'inverse, le marketing urbain qui va rarement sans exclusion des plus pauvres de certains territoires,.

PROUX, M.-U., TREMBLAY, D., (2006), Marketing territorial et positionnement mondial. Global positioning of the peripheries with territorial marketing , Géographie Economie Société, vol. 8, n°2, pp. 239-256. NOISETTE P., VALLERUGO F. (2010), Un monde de villes. Le marketing des territoires durables, Editions de l'Aube,.

Action publique pour le développement durable des territoires et de l'agriculture. Promotion 2010-2011 . ainsi de poursuivre mes travaux sur le thème de l'alimentation des villes. Par ailleurs, cette .. L'intervention de l'industrie dans le système alimentaire, jusqu'alors confondu avec le monde agricole qui prenait en.

Pour en savoir plus sur l'implication des territoires sur l'alimentation et identifier leurs besoins d'appui, le Ministère de la transition écologique et solidaire (MTES) a demandé au CEREMA de réaliser une enquête nationale auprès de 38 collectivités sur les systèmes alimentaires durables .. 113 villes dans le monde.

19 janv. 2016 . Stratégie de Tourisme Durable et Solidaire élaborée dans le cadre du projet de l'ATED, de la Fondation ETEA et de l'AECID. • L'interprétation des patrimoines bioculturels matériels et immatériels du territoire n'est pas évidente. • Chefchaouen Ville emblématique de la Diète Méditerranéenne, reconnue par.

20 juin 2014 . Mots clés : gouvernance territoriale, démarche intégrée de développement durable, planification territoriale . Les conclusions de cette recherche démontrent que la Ville de Sept-Îles, faisant face à de multiples enjeux .. 2.3.1 Le projet de Loi sur l'aménagement durable du territoire et l'urbanisme

Financées par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR) dans le cadre de l'appel à projets 2008 de son programme « Villes durables », ses recherches portent sur les moyens de .. La ville des Mureaux s'est engagée dans un vaste projet de renouvellement urbain depuis 2006 qui porte sur environ ¼ de son territoire.

11 mars 2015 . La puissance d'un territoire se mesure aujourd'hui à sa capacité à se regrouper, à innover et à élever son offre à un niveau d'excellence, mais surtout à créer des liens durables avec les offres et les talents de son territoire et avec toutes ses clientèles » concluait Joël Gayet lors de sa présentation sur le.

16 août 2010 . 14 ans après l'édition de leur livre sur le "Marketing des villes", Patrice Noisette et Franck Vallérugo nous proposent leur nouvel ouvrage intitulé "Un monde de villes. Le marketing des territoires durables" aux éditions de l'Aube . L'objet principal.

des Sciences économiques et commerciales (ESSEC). Ses travaux de recherche portent sur la dynamique des villes et la gouvernance économique des territoires. Il dirige au sein des Éditions de l'Aube la collection « Villes et Territoires » et a notamment publié « Un monde de villes : le marketing des territoires durables ».

26 sept. 2012 . Je suis très heureuse de m'adresser à vous pour la première fois, à l'occasion de cette info 21 de rentrée consacrée au marketing durable. . Plus près de nous, ceux qui agissent sur les territoires et dans les entreprises ou dans les organisations sont toujours plus nombreux à rechercher de la cohérence.

EuropaCity. L'aventure d'un projet. (with JP. Gonguet, JM. Guenod). La Tour d'Aigues (France) : Editions de l'Aube, 2016. Mais où va la ville populaire ? entretien avec Patrick Braouezec. (with J. Viard). : Edition de l'Aube, 2012. Un monde de villes : Le marketing des territoires durables. (with P. Noisette). La Tour d'Aigues.

Cursus diplômant pour les dirigeants et les cadres des villes et des collectivités territoriales, des

entreprises publiques et privées de services urbains. Un contexte nouveau. Le Maroc est aujourd'hui engagé dans un vaste chantier de réformes de son dispositif d'administration publique locale : décentralisation.

Dans la rubrique « La vie vraiment durable du Comité 21 », Antoine Charlot, délégué général du Comité 21 Pays de la Loire, identifie la nature comme un élément central aujourd'hui des territoires urbains dans l'article « La nature au cœur de la ville ». 230 pages, 25 € / Diffusion : Presses universitaires de France - ISBN.

6 mai 2010 . Livre : Livre Un monde de villes ; le marketing des territoires durables de Patrice Noisette, Patrick Noisette, Franck Vallérugo, commander et acheter le livre Un monde de villes ; le marketing des territoires durables en livraison rapide, et aussi des extraits et des avis et critiques du livre, ainsi qu'un résumé.

Valoriser le potentiel énergétique local. Ville intelligente, ville durable ? .. Cette étude se veut une approche concrète des villes et territoires intelligents français en se concentrant sur cinq dimensions opérationnelles de ... sujets : ville considérée comme la plus intelligente du monde selon le classement Juniper Research.

territoire. Mais que définit le terme attractivité ? Quels en sont les dimensions et les déterminants ? François Cusin et Julien Damon, après une présentation des .. NOISETTE Patrice et VALLERUGO Franck. Un monde de villes. Le marketing des territoires durables. La Tour d'Aigues : éditions de l'Aube, 2010, 271 p.

4 déc. 2014 . Il faut aussi se demander si on peut réellement modifier l'attractivité d'un territoire par une politique discrétionnaire .. NOISETTE Patrice & VALLERUGO Franck, (2010), Un monde de villes. Le marketing des territoires durables, Ed. ESSEC Business School – L'Aube. PUCA (2007), L'attractivité des.

Un monde de villes : Le marketing des territoires durables. (avec P. Noisette). La Tour d'Aigues (France) : Les Editions de l'Aube, 2010. Cet ouvrage propose une démarche complète de diagnostic, d'élaboration et de mise en oeuvre d'un plan stratégique de développement économique et social d'un territoire. Il convoque.

4 sept. 2013 . Un monde de villes : le marketing des territoires durables. Patrice Noisette, Franck Vallérugo, Editions de l'Aube, 2010. Cet essai propose une organisation d'ensemble des objectifs et des méthodes du développement stratégique et du marketing urbain. Il prend ensuite en compte la complexité spatiale,.

27 oct. 2017 . Gollain Vincent, Réussir sa démarche de marketing territorial, éditions Territorial. Meyronin Benoit, Le marketing territorial, enjeux et pratiques, éditions Vuibert. Noisette Patrick, Vallérugo Franck, Un monde de villes, le marketing des territoires durables, éditions de l'Aube. Blogs. marketing-territorial.org.

2 mai 2017 . RESUME: Dans un contexte fortement concurrentiel, les villes et régions du monde ont de plus en plus recours au marketing territorial et aux marques .. d'un territoire à être choisi par un acteur comme zone de localisation (temporaire ou durable) pour tout ou partie de ses activités » (P. Jacques et G.

26 févr. 2013 . l'attractivité d'un territoire...marketing territorial par le biais de la culture, il convient de comprendre en quoi le marketing territorial peut être culturel. . L'attractivité se base également sur une amélioration continue de l'image d'une ville ou d'un territoire plus large. La culture peut servir de base à la création.

Dans la même série : Jean Haëntjens, Urbatopies. Ces villes qui inventent l'urbanisme du xxie siècle, 2010. Patrice Noisette et Franck Vallérugo, Un monde de villes. Le marketing des territoires durables, 2010. Julien Neutres, Rome, ville ouverte au cinéma, 2010. Michel Blondel, Du pré carré à la compétence collective,.

Lorsqu'il est question de territoires durables, de villes vertes, intelligentes, compactes, en . Un

marketing territorial ? Une façon .. un monde meilleur. Au-delà de l'interprétation de sa portée par les chercheurs et de son usage extensible par des acteurs aux intérêts opposés, revenons brièvement sur l'historique mondial.

Patrice Noisette. Un monde de villes, Le marketing des territoires durables. Co-auteurs : F. Vallerugo. Date : 2010. Editeur : Editions de l'Aube (coll. ESSEC-Aube Villes et territoires).

Référence : Noisette, Patrice. Un monde de villes, Le marketing des territoires durables. (avec F. Vallerugo). La Tour d'Aigues : Editions de.

Mais leur difficulté à saisir la complexité de la ville, du territoire et, plus largement, de la dimension spatiale du marketing les amènent à simplifier leur approche territoriale, malgré la . Toutefois, Anholt propose depuis 2005 une évaluation de l'image extraterritoriale de 60 grandes villes dans le monde (2006a et 2006b).

