

Programme du 3ème Forum du Master Géomarketing & Stratégies Territoriales

Université Paris 12 - Mardi 24 mars 2009 – Amphi 101 Mail des Mèches

Thème Général : " Le Géomarketing innovant"

OBJECTIF

- ✓ Faire le point sur les connaissances, les méthodes d'analyse et les outils dans le domaine du Géomarketing et des stratégies territoriales ;
- ✓ Combiner les aspects recherche et les aspects professionnels ;
- ✓ Développer les relations entre les entreprises, les élus et techniciens des collectivités locales, les administrations et les enseignants-chercheurs.
- ✓ Faire mieux connaître la formation et les débouchés professionnels auprès des étudiants, des décideurs des entreprises et des collectivités locales ainsi qu'aux médias.

• 13h30 - Accueil des Participants

Introduction par Jean-Marie MOEGLIN, Doyen de l'UFR de Lettres et de Sciences Humaines
Abdelkader Abdellaoui & Stéphane Cordier - Co-Directeurs du Département de Géographie
Jérôme Baray Co-Directeur du Master de Géomarketing

• 14h00 - Les interventions

Collecte des données géographiques

Observatoire des zones d'activités : un outil d'analyse et d'aide à la décision aux projets de réaménagement de zones d'activités mis au point par l'AUDAS

Clément Chappert - chargé de mission prospection économique à l'Agence d'Urbanisme et de Développement de la Seine Aval (AUDAS)

Traitement des données géographiques

Webmapping, open source et géomarketing. Etat des lieux et exemples

Olivier Lamy – Directeur de Géocible

Un système d'information géographique « intelligent » pour la réorganisation des halls d'échange RER et des stations de métro

Philippe Latour - Directeur de Spatialist

L'intégration de l'analyse des données multifactorielles dans un SIG : le logiciel OptiTypo

Paul Archambault – Responsable PMapInfo France

Résultats d'études originales

Etude du plan de stationnement des Armées dans le cadre de la RGPP (Révision Générale des Politiques Publiques)

Pierre de Saint-Ferjeux – Consultant Deloitte Conseil

Le Géomarketing sanitaire : un domaine innovant

Condition de l'implantation et du maintien des professionnels libéraux : l'exemple de Plaine Commune -
Professeur Jeanne-Marie Amat – Université Paris 12

Sociologies de la ville et adaptation de la distribution à cette nouvelle donne

Christophe Bezes – Directeur de Click'Brick

Analyse des implantations bancaires en Île de France

Marcel Rousset-Deschamps – Chercheur à l'Université Paris 12 – Fondateur du Master

Le web-Géomarketing » comme nouvel outil d'aide à la décision pour l'optimisation des performances commerciales et marketing de l'entreprise ! Lionel Maisonneuve, Responsable du Pôle Géomarketing / Direction de la Stratégie Bouygues Télécom

Applications Terrain

Applications du géomarketing à la distribution de la presse

Sophie Personnat, Pôle Géomarketing et Observatoire de la performance - Direction Marketing Réseau et développement NMPP

Evaluation du coût des missions de service public

Clémence Panet-Amaro, La Poste

L'influence relative des éléments d'exécution d'un prospectus

Béatrice Parguel, Enseignant - Chercheur à l'IRG – Université Paris 12

- **18:30 - Discours de clôture & Cocktail**

Adresse : Université Paris 12 - Mail des Mèches – Amphithéâtre 101 - 61, avenue du Général Leclerc - 94010 Créteil - Ligne 8 / Métro : Créteil Université

<http://www.master-geomarketing.com>

Pour plus de renseignements Jérôme Baray, Tél : 06 85 83 05 12

