



Université Abderrahmane Mira - Béjaïa
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département des Sciences de l'Information
et de la Communication

Mardi **25**
Novembre
2025

**La communication événementielle
au service de l'attractivité de territoire**

Approche dynamique et processuelle

COLLOQUE NATIONAL

Les présidents d'honneur		Président du colloque	Président du comité scientifique	Président du comité d'organisation
Pr BEN YAICHE Abdelkrim Recteur de l'université	Pr. SOUALMIA Abderrahmane Doyen de la faculté des sciences humaines et sociales	Dr. ARAIBIA Mohammed Karim	Dr. AOUDIA Nacer	Dr. MEKIDECHE Imene Hadjer



+213/034-81-68-35



Campus Aboudaou, Bejaia 06000 Algérie

L'argumentaire :

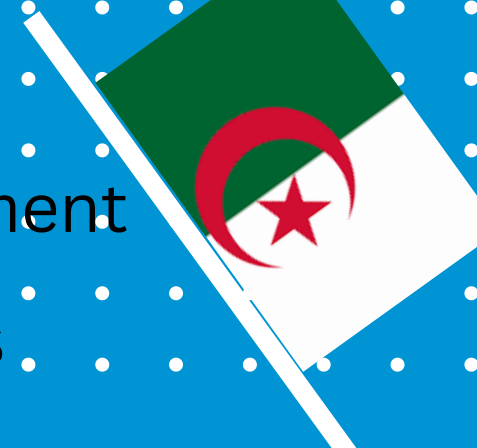

La notion de territoire est une notion qui se situe au carrefour des savoirs et qui suscite l'intérêt des chercheurs issus de plusieurs disciplines, notamment les SIC, les sciences politiques, la géographie, les sciences juridiques...etc. Selon **Leloup et al (2005)**, Le territoire s'impose au contraire comme un construit social permanent, en constante appropriation. Dans ce sens, il peut être apparenté à un système dynamique complexe. Il se construit ainsi grâce aux relations durables de proximité géographique développées entre une pluralité d'acteurs. **(A. Merah et V. Meyer dir, 2015. p22)**. Un territoire n'est donc pas un morceau de nation ou de région « administrative », mais une forme d'organisation et de coordination, inscrite géographiquement et construite socialement. **(H. Thouément, E. Charles, 2014. P1)**.

En effet, une localité, une ville, une région ou, un territoire, est appelé aujourd'hui, à comprendre que son développement est conditionné par deux compétences principales : d'un côté, la capacité d'attirer des nouvelles ressources, notamment des capitaux, à travers les investissements, les touristes, les nouveaux résidents... mais aussi des scientifiques et des expériences professionnelles. Et de l'autre côté, la capacité de préserver ses ressources déjà existantes, face à l'épuisement et la détérioration quand il s'agit de ressources naturelles et culturelles et, face au déplacement en faveur d'autres territoires quand il s'agit de ressources humaines, artisanales ou entrepreneuriales.

Ceci dit, qu'il est question de compétitivité d'un territoire, c'est ainsi l'explique **Y. Bouhelouf-Berretima** : « Un territoire peut être attractif s'il est capable d'intéresser et d'attirer des entreprises et des capitaux à des fins productives et des populations à des fins résidentielles et touristiques **(Bouhelouf-Berretima, 2022, p 207)**.

Pour **Vincent Meyer et autres** « Aimables, apprenants, inclusifs, intelligents, protégés... Ces adjectifs (re)- qualifient-ils – en promesses ou en actes – ce que sont ou seront les territoires de demain dans nos parcours de vie et nos interactions quotidiennes, mais également face à des transformations majeures de nos habitats, aux événements climatiques ou aux urgences écologiques...? » **(Vincent et al., 2023)**

L'image d'un territoire est particulièrement véhiculée par les médias en mettant en avant les spécificités qui le distinguent, mais ce rôle médiatique s'intensifie lorsqu'il se focalise sur un événement, d'une portée locale, régionale ou nationale, où la communication événementielle à la lumière de ces contextes est devenue une préoccupation stratégique concernant l'offre et la demande et son engagement dans des activités de communication, principalement des relations publiques, puis l'évènementiel, comme un ensemble intégré que le territoire en général cherche à atteindre ses buts et objectifs à court et à long terme **(Araibia M, 2020)**.



L'émergence de l'événement territorial aujourd'hui constitue très certainement le plus grand bouleversement que les acteurs territoriaux dont les autorités ou les institutions publiques, les associations ou encore les entreprises locales aient connu. Son objectif est de mettre en valeur le territoire afin d'y attirer des touristes, des capitaux ou des habitants. Cela dit qu'un événement territorial s'organise autour d'une spécificité ou d'une richesse du territoire. Célébration d'une date historique, festival autour d'une tradition, d'une activité, d'une richesse naturelle, ou encore les manifestations sportives, sont tous des événements territoriaux.

Les territoires se trouvent dans la nécessité d'exploiter les événements pour promouvoir leur culture, leurs capacités touristiques et économiques, en investissant dans l'événement territorial comme une technique pour augmenter leur visibilité puis construire leur réputation au niveau bien ciblé. C'est ainsi, que ce colloque vise à démontrer l'importance de l'événementiel dans l'attractivité des territoires, en nous focalisant sur la communication événementielle, qui comprend divers mécanismes, dont les médias, en tant que dispositif permettant la promotion de la culture touristique du territoire et vise à améliorer sa réputation.

À ce propos, notre problématique vise ainsi à ;

- Rassembler les acteurs académiques et les praticiens de la communication afin d'entreprendre une réflexion scientifique sur le développement de l'événementiel dans un territoire. L'accent sera mis sur le champ conceptuel, empirique, études de cas et expériences de la communication événementielle et l'événement territorial, et son rôle dans l'attractivité touristique du territoire.
- Enrichir les connaissances concernant l'usage de la communication événementielle et sa contribution dans l'attractivité territoriale, dans l'objectif de comprendre l'apport de la communication à travers l'évènement territorial, à la construction de l'image et la réputation du territoire.

Axes thématiques :

Axe 1 : la communication événementielle et l'interdisciplinarité du concept

Cet axe explore les pratiques événementielles qui rassemblent différentes disciplines pour créer des synergies innovantes en communication. Il examine comment la communication événementielle entre divers domaines, comme les arts, le sport, les sciences commerciales, les sciences de l'environnement et les technologies, peut donner naissance à des solutions créatives et efficaces face aux enjeux territoriaux contemporains.

Axe 2 : Nouvelles dynamiques et outils innovants pour l'attractivité territoriale

En se concentrant sur les innovations technologiques, cet axe interroge les nouvelles dynamiques, plateformes, logiciels et outils des TIC, tels que l'intelligence artificielle, qui façonnent l'avenir du territoire. Il discute des possibilités offertes par ces technologies pour améliorer l'image du territoire et créer des attractivités plus engageantes et personnalisées.

Axe 3 : Engagement et participation à travers l'évènement territorial

Cet axe met en lumière les stratégies et les méthodes de communication événementielle visant à renforcer l'engagement et la participation des acteurs territoriaux dans divers contextes. Il explore comment les événements territoriaux, à travers la communication, peuvent mobiliser les citoyens à favoriser le dialogue et renforcer la cohésion sociale. Les discussions porteront sur des études de cas et des approches innovantes pour impliquer les acteurs territoriaux dans les processus décisionnels et les initiatives de développement durable du territoire.

Axe 4 : expériences nationales et internationales

Cet axe se concentre sur les expériences liées à l'intégration de la communication événementielle dans le processus territorial et la dynamique des acteurs pour l'hospitalité du territoire, ainsi qu'aux défis spécifiques qu'ils rencontrent.

Bibliographie:

1. Aoudia, N., Meyer, V., Merah, A., (2022). Une communication publique et territoriale pour le Maghreb. Paris : l'Harmattan.
2. Araibia, M., (2020), la communication événementielle au sein des institutions algériennes-techniques et mécanismes-, Thèse de doctorat en communication institutionnelle , sous la direction de Nouari A, Souk Ahras , université de Souk Ahras .
3. Bouhelouf-Berretima, Y., (2022). L'événementiel comme outil stratégique du marketing territorial : cas de la Kabylie. Pp 207-226 In « Une communication publique et territoriale pour le Maghreb. Paris : l'Harmattan.
4. Merah, A., Meyer, V., El Mendili, S., (2020). (Re)marquer les territoires au Maghreb. In Communication publique et marketing territorial au Maghreb : RIMEC. N°04
5. Meyer, V., et al., (2023). (Re)qualifier les territoires. Promesses et actes. Erès.
6. Merah, A., Meyer, V., (2015). La communication publique et territoriale au Maghreb : Enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs, Paris: l'Harmattan.
7. Pamart, E., (2010). Repenser la notion de territorialité sous le regard des sciences de l'information et de la communication. XVIIe Congrès de la Société des Sciences de l'Information et de la Communication : « Au coeur et aux lisières des SIC ». Dijon.. Pp 365-376.
8. Thouement, H., Charles, E., (2014) . L'identité, frein ou moteur de développement territorial ? Une méthodologie d'analyse; Exemples de la Région capitale de Bruxelles et de Québec. 1ère Conférence Intercontinentale d'intelligence Territoriale "Interdisciplinarité dans l'aménagement et développement des territoires", Oct 2011, Gatineau, Canada. Consulté en septembre 2024 sur : HAL Id: halshs-00958349 <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00958349>.
9. Leloup, F., Moyarta, L., Pecqueur, B., (2005), La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale ?, Pp321-331, in Géographie, Économie, Société , N°7 .

Conditions de participation :

1. Les propositions de participation doivent s'inscrire dans l'un des axes du colloque
2. Le résumé doit contenir : la problématique, la méthodologie et les résultats attendus (300 mots).
3. Le nombre des auteurs par communication est limité à deux personnes.
4. Les communications peuvent être présentées en arabe, français et anglais.
5. La rédaction du résumé ; police Times New Roman, Taille 12 pour le caractère latin et Simplified Arabic, Taille 14 pour la langue arabe.
6. Les propositions sont à envoyer à l'adresse mail suivante : comeventterritoriale@gmail.com
7. Les communications les plus importantes du colloque national seront publiées .

Calendrier :

25 mars 2025 : diffusion de l'appel

28 avril 2025 : date limite de réception des résumés de communication

25 juin 2025 : réponse du comité scientifique

15 septembre 2025 : Réception des textes définitifs (30 000 signes maximum)

25 novembre 2025 : colloque au niveau du campus Aboudaou, Université Abderahman Mira. Bejaia.