



## **La perception de l'attractivité des territoires par les parties prenantes dans la ville de Kara et développement local durable**

**KOUYAKOUEMA Samtou**

Doctorant en sciences de gestion, Université de Kara (Togo)

**SOGBOSI B. Bertrand**

Professeur titulaire en sciences de gestion, Université de Parakou (Bénin)

**GNOUFOUGOU Doman**

Maître de Conférences Agrégé en sciences de gestion, Université de Kara (Togo)

### **RESUME**

L'objectif de cette étude est d'examiner l'effet de la perception de l'attractivité des territoires sur le développement local durable. Une méthodologie mixte, s'inscrivant dans une démarche hypothético-déductive, associant 12 entretiens et une enquête auprès de 201 parties prenantes, a été utilisée. Les résultats émanant du Modèle des Equations Structurelles révèlent que la dimension politique et économique de l'attrait territorial de la ville de Kara exerce une influence sur son développement local durable. L'étude souligne l'importance de sensibiliser et de mobiliser les parties prenantes locales pour une meilleure implémentation des politiques d'attractivité et de développement durable.

**Mots-clés :** Attractivité des territoires, Développement local durable, Parties prenantes, Territoire, Ville de Kara.

### **ABSTRACT**

The aim of this study is to examine the effect of the perception of the attractiveness of territories on sustainable local development. A mixed methodology, based on a hypothetico-deductive approach, involving 12 interviews and a survey of 201 stakeholders, was employed. Results from Structural Equations Model reveal that the political and economic dimensions of the territorial attractiveness of the city of Kara exert an influence on its sustainable local development. The study highlights the importance of raising awareness and mobilizing local stakeholders for a better implementation of attractiveness and sustainable development policies.

**Keywords:** Territorial attractiveness, Sustainable local development, Stakeholders, Territory, and Kara city.

## Introduction

Dans un contexte soutenu où toutes les parties prenantes doivent multiplier leurs efforts dans l'atteinte des Objectifs du Développement Durable (ODD), l'attractivité des territoires est devenue un objectif stratégique pour les managers publics (Houllier-Guibert, 2019). En conséquence, face aux enjeux environnementaux, il est nécessaire de repenser les stratégies d'attractivité territoriale en les inscrivant dans une logique de durabilité. Dans le secteur touristique, considéré comme partie intégrante de l'attractivité territoriale, le rapport des ODD en 2023 dénote que le nombre de pays mettant en œuvre les outils pour surveiller les répercussions du tourisme sur le développement durable est en baisse. Ce faisant, la performance environnementale des destinations touristiques constitue aujourd'hui un enjeu majeur pour les managers territoriaux (Thomas, 2024).

Dans le contexte togolais, l'atteinte des ODD constitue une préoccupation première pour les autorités publiques. Celles-ci s'efforcent d'intégrer ces objectifs dans leur politique nationale et plans de développement. D'autant plus que, ces derniers à l'échelle nationale misent sur l'attractivité du territoire<sup>1</sup> afin de se ressourcer<sup>2</sup>. Pour réaliser un développement durable intégral, elles se sont engagées depuis 2016 dans un processus de décentralisation du territoire. Cela se traduit par le renforcement du rôle des collectivités locales dans l'action publique. Face aux contraintes budgétaires qui incombent les gouvernants locaux, ceux-ci fond recours à l'attractivité de leurs territoires afin de compenser le déficit en ressources. Dès lors, le véritable enjeu consiste à concilier attractivité territoriale et préoccupations de développement durable.

En effet, on parle d'attractivité pour un territoire si ce territoire parvient à offrir aux acteurs les conditions propices pour qu'ils localisent leurs projets plutôt que sur un autre territoire concurrent (Hatem, 2004). Il ne s'agit pas uniquement d'attirer les ressources mobiles à venir s'installer sur le territoire, mais de les retenir (Serval, 2015 ; Douchet & Warnant, 2021) par des leviers de marketing territorial relationnel (Khanfar & Azouaoui, 2021). Ce faisant, l'attractivité territoriale constitue une orientation stratégique qui vient légitimer les acteurs publics dans leur choix en faveur du développement local (Trébuq & Bartoli, 2020 ; Barthodé-Prothade & Leroux, 2020 ; Houllier-Guibert C.-E. , 2021 ; Auquier & Lelli, 2022).

Les recherches en management stratégique ont montré de manière dynamique que l'attractivité des territoires est un levier de développement local (Soldo, Arnaud & Keramidas , 2013 ; Serval, 2015). Le paradigme de l'économie résidentielle et le modèle de centre périphérie, bien qu'ils soient remis en cause dans certains cas, illustrent comment l'attractivité des territoires impacte le développement local. Si la venue des groupes cibles peut être au service du développement local, il est essentiel de prendre en compte ses externalités (Leroux, 2010 ; 2016 ; Zilberberg et al., 2016). Pour certains auteurs, il convient d'œuvrer dans le développement durable afin de se rendre attractive (Olszak, 2010 ; Deisting & Paumard, 2012 ; Avom & Gandjon Fankem, 2012). Cependant, le développement local sous l'aspect économique, ne saurait aujourd'hui se

---

<sup>1</sup> Dans le cadre de cette recherche, le concept d'attractivité des territoires et l'attractivité territoriale sont utilisés de manière interchangeable.

<sup>2</sup> Selon le rapport sur l'index d'attractivité des investissements en Afrique publié par le baromètre 2020 des CEOs africains, le Togo est le troisième pays attractif de l'UEMOA. Afin de renforcer l'attrait territorial du pays, les autorités publiques depuis mars 2023 se sont dotés d'un schéma national d'aménagement du territoire (SNAT) en rééquilibrant la localisation de la population et les activités sur toute l'étendue du territoire.

dissocier de la durabilité sociale et environnementale (Nahrath, Turc & Hernandez, 2021). Ainsi, dans le contexte de la communication touristique, au-delà de la prise en compte des préoccupations environnementales, les aspects sociaux doivent également être intégrés (Mbaye, Diop-sall, Leroux & Valette-Florence, 2015).

Par ailleurs, les parties prenantes occupent une place déterminante dans les démarches de marketing territorial (Eshuis & Erik, 2014 ; Houllier-Guibert & Rochette, 2019 ; Zumbo-lebrument & Lebrument, 2020). La co-création de la valeur publique locale est devenue partie intégrante des projets de territoire (Soldo, 2018; Agbokanzo, 2019). En outre, l'action collective est vectrice de la déclinaison du développement durable dans les collectivités locales (Modolo, Petitjean & Côme, 2020). Si la qualité des relations inter-organisationnelles constitue le fondement des capacités stratégiques du territoire (Gillet, 2014 ; Rey-Valette, et al., 2014), la gouvernance des destinations touristiques orientée vers l'objectif de développement durable ne peut réussir sans l'émergence d'un acteur stratégique collectif (Van Der Yeuh, 2009). Ainsi, le regard sous l'angle de la théorie des parties prenantes permettrait de mieux intégrer les préoccupations environnementales dans l'attractivité des territoires. La littérature conceptualise l'attractivité des territoires comme un construit multidimensionnel : attractivité politique, attractivité économique, attractivité sociétale (Soldo et al., 2013 ; Soldo, 2018), mais les effets de ces dimensions sur le développement local durable, dans la perspective de la théorie des parties prenantes ne sont pas encore pleinement connus. Cela nous conduit à répondre à la question suivante : quel est l'effet de l'attractivité des territoires sur le développement local durable ?

Le présent travail a pour objectif général d'examiner l'effet des dimensions de l'attractivité des territoires sur le développement local durable. Cet objectif général est subdivisé en objectifs spécifiques. Premièrement, il s'agit de vérifier l'effet de l'attractivité politique de la ville de Kara sur son développement local durable. Deuxièmement, tester l'effet de l'attractivité économique de la ville de Kara sur son développement local durable et troisièmement, mesurer l'effet de l'attractivité socio-citoyenne de la ville de Kara sur son développement local durable.

Cette recherche relève du champ du marketing territorial (Chamard, 2014). A la une de la décentralisation des compétences, cette recherche vient proposer un modèle aux gouvernements locaux dans la gestion territoriale pour un développement local durable réussi. Dans cette optique, dans le dessein de prévenir toute équivoque dans la démarche investigatrice, il est primordial d'instaurer préalablement les fondements théoriques indispensables à la conduite de la recherche empirique. Subséquemment, seront exposés la méthodologie adoptée, les résultats des tests d'hypothèses ainsi que la discussion afférente.

## **1- Ancrage théorique de la recherche**

### **1.1. Le développement local durable ou développement durable locale ?**

Il existe dans la littérature une différence sémantique au concept de développement local durable. Cette différence sémantique résulte de l'évolution de la perception du développement durable et de l'intérêt pour l'approche territoriale. En effet, le développement durable vise à concilier environnement et développement à l'échelle globale à des fins de solidarité intergénérationnelle (Boutaud & Brodhag, 2006). L'enjeu est si grand à telle enseigne que les sciences sociales se l'approprient (Béji-Bécheur & Özçağlar-Toulouse, 2014). Au regard des mutations sociétales contemporaines, il ne s'agit plus d'œuvrer pour le développement local, mais de le concilier avec la durabilité (Asselineau & Cromarias, 2010). Ainsi, les collectivités territoriales doivent intégrer le développement durable dans leurs actions locales tout en veillant à ce que leurs objectifs de développement local respectent les préoccupations environnementales. Étant donné que les dynamiques locales ne trouvent que des réponses à

l'échelle locale, le développement durable doit se décliner à tous les niveaux locaux. Par conséquent, la mise en œuvre d'une politique de développement durable nécessite une volonté nationale accompagnée d'une déclinaison locale. Modolo, Petitjean & Côme, (2020) dans leur étude sur un établissement public de coopération intercommunale, ont examiné le pilotage du développement durable au sein d'une collectivité locale et le contrôle de l'effectivité de ses déclinaisons en projets et actions locales. Cependant, certaines études en contrôle de gestion des collectivités publiques soulignent que l'opérationnalisation du développement durable reste mitigée (Heurteux, 2017). Leroux (2012), en analysant les discours stratégiques de 20 collectivités françaises, est parvenu aux résultats que les objectifs de développement économique et environnemental sont liés dans les discours, mais correspondent davantage à incantations qu'à des lignes directrices d'une politique, tandis que la dimension sociale est absente.

Le développement durable se décline en trois dimensions : économique, sociale et environnementale. Hernandez & Fiori, (2017) montrent dans leur étude qu'il existe un écart net entre les dimensions socioéconomique et environnementale des politiques et actions durables mises en avant dans les collectivités françaises. Par ailleurs, l'opérationnalisation du développement durable est enracinée au contexte d'étude. Bien que la plupart des recherches appréhendent le développement local sous l'aspect économique en lien à l'attractivité des territoires ( Serval, 2015 ; Houllier-Guibert, 2022), force est de constater que cette conception est empiriquement limitée (Nahrath, Turc & Hernandez, 2021). En effet, le développement aujourd'hui ne saurait se dissocier de la durabilité environnementale et sociale. Jadis limité au découpage politique et institutionnel, il est devenu localisé à une échelle territoriale (Bastiège & Laré, 2021). Intégrant les nouvelles manières de faire (Alaux & Carmouze, 2021) et faisant du management public collaboratif, le modèle renouvelé.

La gouvernance locale est au cœur du développement local durable. Rey-Valette, et al., (2014) considèrent la gouvernance territoriale comme un enjeu institutionnel majeur pour les acteurs et comme un soutien au développement durable du territoire. Aujourd'hui, faisant partie intégrante des modalités d'actions publiques, la gouvernance locale implique la coordination des différentes parties prenantes dans le processus décisionnel. Elle se présente comme une démarche concertée dans le contexte des transitions écologiques (Menozzi, 2013). Cependant, on assiste à l'émergence de la gouvernance collaborative pour atteindre les objectifs du développement durable locaux (Chappoz & Pupion, 2013). La déclinaison du développement durable dans les collectivités constitue un avantage concurrentiel et contribue à l'attractivité territoriale. À partir d'une double étude de terrain menée auprès des chefs d'entreprise (PME), Harribey & Cardebat, (2013) tentent de mesurer comment ces derniers appréhendent la question du développement local durable et si un lien peut être établi entre le développement durable et leur ancrage territorial. Ils sont parvenus aux résultats que, bien que les entreprises soient conscientes de l'importance d'une stratégie de développement durable, elles ne font pas pour autant le lien entre cette stratégie et le territorial local. En outre, l'acteur « entreprise » considère le triptyque « collectivité/citoyens/entreprises » comme responsable d'un développement local durable.

La gouvernance locale se traduit par l'activation de relations de proximité. Dès lors, les théories de l'économie de proximité et du capital social constituent une grille théorique précieuse pour comprendre le développement local durable ( Angéon & Callois, 2005). Modolo, Petitjean & Côme, (2020) dans leur étude relevant du contrôle de gestion du développement durable dans les collectivités locales soulignent que le modèle de structuration de Giddens offre une lecture précieuse des dynamiques de gouvernance. Cette logique marque le début de notre problématique et souligne l'importance de la participation des parties prenantes dans une attractivité territoriale attentives aux préoccupations environnementales.

## 1.2.L'attractivité des territoires : entre objectif stratégique et objectif d'équilibre

Les pouvoirs publics se tournent vers leurs territoires (Frimoussi & Peretti, 2021). L'attractivité des territoires est devenue un objectif primordial pour les managers publics. Pour bien l'appréhender, il convient de définir ce que c'est un territoire.

En effet, le territoire est un concept polysémique. En sciences de gestion, il est utilisé au même titre que le concept d'espace et est lié à l'organisation. Il constitue une ressource stratégique et fait l'objet de gestion. Caractérisé par une dimension sociomatérielle et une dimension construite et symbolique, le territoire favorise la proximité entre différents acteurs (Raulet-Croset, 2021). En management public, le territoire se réfère à des aspects à la fois institutionnels, organisationnels et sociaux, et renvoie aux modes de gouvernance de l'action publique entre le central et le local (Bartoli & Trébucq, 2021). Face aux mutations sociétales, il représente le lieu approprié pour établir des liens nécessaires à la résilience. En marketing territorial, tout comme un produit, on cherche également à promouvoir les territoires (Houllier-Guibert & Rochette, 2019) en utilisant des techniques issues des entreprises privées (Desmoulins, 2020 ; Fernandez & Le Roy, 2010). Ainsi, le territoire s'inscrit dans l'idéologie de la concurrence. Pour l'heure, les pouvoirs publics se concentrent sur l'attractivité de leurs territoires.

Selon l'INSEE<sup>3</sup>, l'attractivité territoriale se définit comme la capacité d'un territoire à capter les ressources extérieures mobiles. Il ne s'agit pas seulement d'attirer les groupes cibles, mais aussi de les retenir (Serval, 2015 ; Douchet & Warnant, 2021). Cette attractivité n'est pas exclusivement réservée aux grands territoires (Alaux, Serval & Zeller, 2015) et peut prendre plusieurs réalités attractives (Bartoli & Trébucq, 2021 ; Douchet & Warnant, 2021). C'est un concept multidimensionnel (Gérardin & Poirot, 2010). Considérée comme un objectif stratégique pour les managers publics (Houllier-Guibert, 2019), l'attractivité territoriale rend légitimes leurs politiques publiques locales et nationales ( Trébucq & Bartoli, 2020 ; Houllier-Guibert, 2021). Ainsi, l'implication des parties prenantes est déterminante dans les projets du territoire ( Arezki, Keramidas, & Soldo, 2018 ; Houllier-Guibert & Rochette, 2019 ; 2022). A ce titre, une approche intégrée est nécessaire afin d'émerger un agir collectif pour le développement local ( Azouaoui & Lahlou, 2021 ; Auquier & Lelli, 2022).

Dans la littérature, plusieurs facteurs ont été identifiés concernant l'attractivité d'un territoire. D'une part, on distingue les facteurs d'attractivité exogène qui sont enracinés sur le territoire, et peuvent faire l'objet de valorisation. On peut citer les événements ( Houllier-Guibert, 2022), la gastronomie et l'artisanat (Hmioui & Haoudi, 2016) ; la marque territoriale (Adraa, 2018) ; la fiscalité (Chtiou, 2021); la perception des acteurs internes (Le Gall, 2020) ; le marché (Guguen-Gicquel & Thevenot, 2020), la qualité des pratiques de management territorial (Keramidas, Le Penne & Serval, 2016), les l'innovation sociale (Peres, 2020). D'autre part, on distingue les facteurs d'attractivité endogène, qui ne sont pas encrés sur le territoire. Les préférences personnelles de l'entrepreneur (Bousquet, Barbat & Verstraete, 2016) constituent un exemple pertinent. Dans le cas de l'ancrage territorial des investisseurs étrangers, Ezzahra & Azouaoui, (2022) soulignent qu' un marketing territorial relationnel permet de modérer le lien entre l'entrepreneur et le territoire. En outre, le « Yield Management » aide à la prise de décision des acteurs ( Foignet & Carluet, 2009). Keramidas, Le Penne & Serval, (2016) précisent que, étant porteur de ressources, le territoire, à travers la coordination et combinaison de ses ressources entre acteurs publics, se transforme en compétences spécifiques territoriales.

---

<sup>3</sup> Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

Cependant, le management territorial stratégique constitue une grille appropriée dans les projets de territoire (Régent, Favre-Bonté & Fonseca, 2021).

Sous le prisme du rapport de brundtland, l'attractivité des territoires dispose également un caractère « soutenable ». Deisting & Paumard, (2012) dans leur étude, ont montré que plus un territoire est attractif, plus son pouvoir de réchauffement global (PRG) est élevé, ce qui crée une divergence entre le développement durable sous l'angle environnemental et l'attractivité hors prix. Soldo, Arnaud & Keramidas, (2013) dans une étude sur les événements culturels, proposent une grille de lecture multidimensionnelle de l'attractivité des territoires en tenant compte des préoccupations de développement durable : l'attractivité politique, l'attractivité économique et l'attractivité socio-citoyenne. L'enjeu est de mettre sur pied des stratégies d'attractivités en cohérence avec la durabilité. Ce que les recherches dans le secteur touristique tentent constamment de réaliser (François-Lecompte & Isabelle, 2011 ; Brasseur & Leroux, 2014 ; Thomas, 2024). Pour faire évoluer les pratiques, il convient que les territoires s'inscrivent dans la dynamique d'un développement local durable. Nous examinerons dans le point suivant le lien attractivité des territoires et développement local durable.

### **1.3.L'attractivité des territoires et développement local durable : une analyse sous l'angle de la théorie des parties prenantes**

L'attractivité territoriale peut impacter le développement local durable dans la mesure où un territoire attractif attire les groupes cibles avec des externalités positives. Ainsi, l'attractivité territoriale s'inscrit dans une logique concurrentielle et vise comme objectif final le développement local (Serval, 2015). Le modèle de centre périphérie et le modèle de l'économie résidentielle, bien qu'étant remis en cause dans certains cas (Dumont & Chalard, 2010), témoignent de l'impact de l'attractivité des territoires sur le développement local durable. En effet, le modèle de centre périphérie s'intéresse aux entreprises, recherchent des lieux où elles peuvent minimiser leurs coûts et réaliser des économies d'échelle tout en se rapprochant de la demande locale. Cela peut entraîner une concentration géographique et, par ricochet, des externalités positives pour ces lieux. En revanche, le modèle de l'économie résidentielle s'intéresse se concentre sur la localisation des résidents. L'enjeu de l'attractivité des territoires n'est pas seulement de créer de la richesse en soi, mais d'attirer des résidents dont l'emploi est basé à l'extérieur. L'attrait des groupes cibles est susceptible de contribuer au développement local tout en respectant les préoccupations sociétales (Leroux, 2010).

La plupart des recherches mettant en relation l'attractivité des territoires et le développement local durable ont été dynamiques en management territorial stratégique (Serval, 2015 ; Soldo, Arnaud & Keramidas, 2013). La faiblesse des études empiriques reliant l'attractivité des territoires et le développement local durable souligne la nécessité d'investigations plus approfondies dans le champ du marketing territorial, particulièrement dans le contexte africain. Les travaux de Fall Diallo (2014) issus du secteur touristique indiquent que, bien que des études empiriques à orientation quantitative sur la durabilité du secteur existent, il est impératif d'obtenir des résultats représentatifs et généralisables sur l'analyse de la perception du tourisme durable par les parties prenantes. Ainsi, il y a peu d'études quantitatives sur le tourisme durable dans le contexte africain et asiatique. Une prise en compte du tourisme durable dans des disciplines connexes est nécessaire. L'attractivité des territoires est un concept large à visée stratégique qui intègre le secteur touristique et partage des liens connexes.

Par ailleurs, si la participation des parties prenantes est essentielle pour réaliser un développement local durable, peu de recherches en marketing territorial à notre connaissance analysent ce lien sous l'angle de la gouvernance territoriale. Pourtant, Houllier-Guibert & Rochette, (2019) soulignent que les parties prenantes peuvent être mobilisées par l'animation

territoriale et jouent un rôle crucial dans les démarches de marketing territorial. Dans la gouvernance des destinations touristiques visant de développement durable, Van Der Yeuh, (2009) fait ressortir que l'émergence d'un acteur stratégique collectif est impérative. Toujours dans le secteur touristique, Roxas, Rivera & Gutierrez (2020) développent un cadre de travail à cinq points sur la manière dont les parties prenantes peuvent exploiter leurs rôles et avantages collaboratifs dans la gouvernance des destinations touristiques à travers la conservation, la régulation et les moyens de subsistance.

Ce faisant, nous mobilisons, dans le cadre de cette recherche, la théorie des parties prenantes (Freeman, 1984). L'approche par les parties prenantes permet d'analyser la relation entre les managers publics et les autres parties prenantes dans la co-construction d'un territoire attractif et durable. Cette théorie, mobilisée dans sa dimension descriptive (Moore, 1999), permet d'expliquer la participation des parties prenantes dans l'attractivité territoriale et son impact sur le développement local durable. Lorsque les groupes cibles sont attirés par un territoire et y viennent s'installer, il incombe aux acteurs de pouvoirs de les mobiliser afin qu'ils participent au développement du territoire. Les chefs traditionnels, les citoyens peuvent être impliqués dans la valorisation de certaines ressources territoriales. Dans cette même veine, le modèle d'Arnaud, (2012) dans le champ culturel, identifie trois composantes de l'attractivité territoriale durable : la dimension politique, la dimension économique, la dimension socio-citoyenne. Bien que ce modèle provienne du champ culturel, il peut être transposé à d'autres domaines. En outre, dans un projet stratégique de territoire, l'intégration des parties prenantes est cruciale. Ces dimensions sont susceptibles d'influencer le développement local durable.

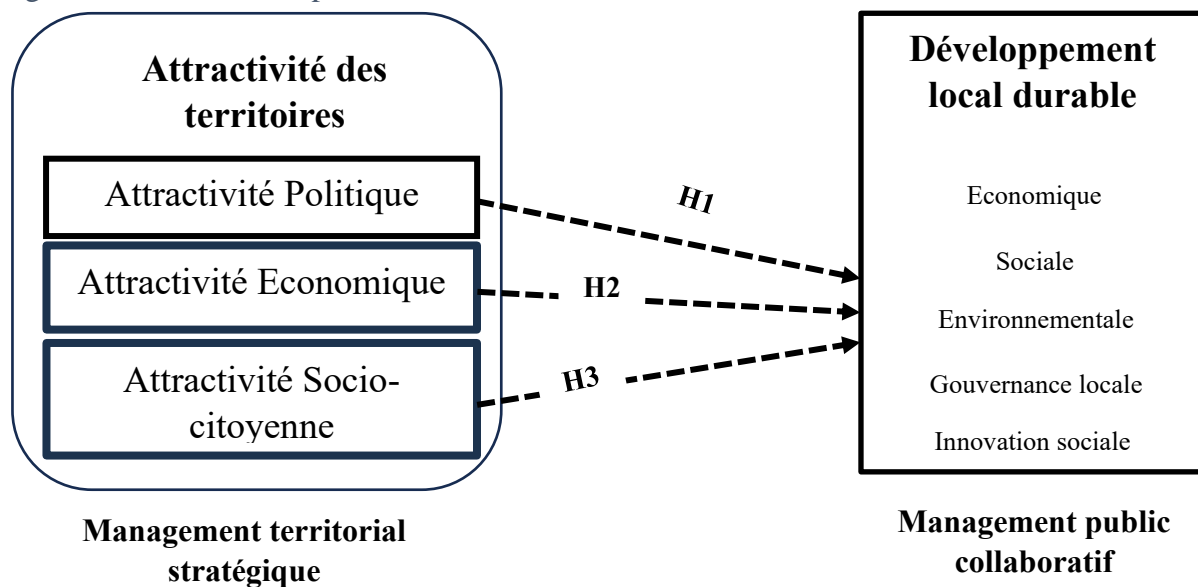
L'attractivité politique reflète la pérennité de l'intérêt général et de la gouvernance territoriale. Elle traduit une gouvernance efficace au niveau local, favorisant ainsi le développement durable. Un territoire attractif peut mettre en place un dispositif d'écoute des parties prenantes en facilitant la prise de décision transparente. L'attractivité politique concerne la contribution d'une ressource ou d'une activité à la cohésion de l'action publique ou ses effets sur la gouvernance territoriale (Serval, 2015 ; Soldo, Arnaud & Keramidas, 2013). Dans les démarches de marketing territorial, Zumbo-lebrument & Lebrument (2020) soulignent que les dispositifs de participation sont des vecteurs d'une démarche de marketing territorial réussie, permettant ainsi de renforcer la légitimité des institutions (Trébuq & Bartoli , 2020). A ce titre, la mobilisation des forces vives dans l'attractivité territoriale impacte le développement local durable en valorisant les ressources locales, en préservant l'environnement naturel et en favorisant une planification urbaine et régionale cohérente et durable. Au regard de ces développements théoriques apportés, nous émettons la première hypothèse suivante : *H1 : l'attractivité politique influence positivement et significativement le développement local durable.*

L'attractivité économique se définit par la capacité à attirer des ressources, qu'elles soient temporaires ou durables, permettant de développer le tissu économique (Soldo, Arnaud & Keramidas , 2013 ; Serval, 2015). Elle inclut l'évaluation des effets économiques directs et indirects, ainsi que les liens avec l'image, la réputation et le rayonnement des territoires. L'objectif de l'attractivité économique est la pérennité du modèle de développement économique. Une attractivité économique accrue renforce la synergie entre les entreprises locales tout en favorisant la croissance économique et le développement durable à l'échelle locale (Azouaoui & Lahlou, 2021). Dans une étude empirique au sein de deux pôles de compétitivité, Peres, (2020) montre qu'une innovation sociale territorialisée facilite l'émergence de projets collaboratifs, la concentration d'acteurs, et la visibilité internationale, répondant aux problématiques territoriales dans une perspective durable. Ainsi, les avantages concurrentiels d'un territoire économiquement attractif doivent veiller à un développement équilibré, inclusif et respectueux de l'environnement. En considérant ce développement, nous

formulons la deuxième hypothèse : *H2 : l'attractivité économique influence positivement et significativement le développement local durable.*

L'attractivité socio-citoyenne par l'amélioration du niveau de qualité de vie sur le territoire, à la structuration du lien social, le sentiment d'appartenance et d'attachement au territoire, la formation de capital humain, et le renforcement de la démocratie locale (Soldo, 2010 ; Soldo, Arnaud & Keramidas, 2013). Elle représente le visage interne de l'attractivité (hospitalité et ancrage). Il englobe l'aspect social des projets de territoire, comme le cas des innovations sociales dans les pôles de compétitivité (Peres, 2020). Par exemple, une collectivité mettant en place un budget participatif constitue un aspect de l'attractivité socio-citoyenne et contribue à la création de la valeur publique locale (Soldo, Laura & Céline, 2021), et indirectement au développement local durable. L'attractivité socio-citoyenne se manifeste par le renforcement de la cohésion sociale, à travers les fêtes traditionnelles qui rassemblent la communauté et la diaspora autour de l'attachement à son territoire. En considérant ces développements, nous formulons la troisième hypothèse suivante : *H3 : L'attractivité socio-citoyenne influence positivement et significativement le développement local durable.*

Figure 1 : Modèle conceptuel



Source : Auteurs

## 2. Méthodologie

Dans cette partie méthodologique, les éléments de méthodes et d'outils de collecte (2.1.) d'abord présentés, suivis de ceux de traitement des données (2.2.).

### 2.1.Méthodes et outils de collecte de données

Le terrain d'application de cette recherche est le Togo, en particulier la ville de Kara. La démarche utilisée est de type hypothético-déductive. La méthodologie mixte (qualitative et quantitative) a été choisie pour conduire cette recherche.

#### 2.1.1. Etude qualitative exploratoire

Dans la première phase de cette recherche, les entretiens semi-directifs ont été réalisés avec les parties prenantes. Ces entretiens se sont déroulés de décembre 2021 à janvier 2022. Au total, 15 entretiens ont été envisagés, mais la saturation théorique a été atteinte au 12<sup>e</sup> entretien. Ces parties prenantes comprenaient un maire, un secrétaire général, des conseillers communaux, et



des spécialistes du développement des territoires. Cette composition de l'échantillon a été formelle, afin de toucher la perception des acteurs stratégiques dans la gestion territoriale de la ville. Les données collectées ont fait l'objet de l'analyse de contenu thématique. Cette première partie qualitative a permis d'adapter les dimensions de l'attractivité des territoires identifiées par Soldo (2010); Soldo, Arnaud & Keramidas (2013) et celles du développement local durable de Menozzi (2013).

## 2.2. Opérationnalisation et mesure des variables

Pour cette recherche, la variable attractivité des territoires a été opérationnalisée par 12 items. Ces items sont répartis en trois sous-dimensions (attractivité politique, attractivité économique, attractivité socio-citoyenne) adaptées aux données qualitatives du terrain et basée sur Soldo (2010). Ensuite, la variable développement local durable, elle a été opérationnalisée par 4 items adaptés avec les données qualitatives du terrain basés sur Menozzi (2013). Toutes ces variables ont été mesurées à l'aide d'une échelle de likert à 5 points en allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord ». La collecte de données quantitatives a ensuite été effectuée auprès des parties prenantes (les élus locaux, les chefs d'entreprises, les étudiants, les enseignants). Afin de s'assurer d'une bonne cohérence interne de nos échelles de mesure, une étude exploratoire sur un échantillon de 118 parties prenantes a été réalisée. Cette première étape a permis de constater que les échelles de mesure étaient fiables. Une deuxième étude a été ensuite effectuée sur un échantillon de 201 parties prenantes dans la ville de Kara, dont 58,2% d'hommes et 41,8% de femmes. Pour se faire, nous avons utilisé la technique d'échantillonnage non probabiliste par convenance. Cette deuxième étape a permis de tester les hypothèses de recherche à l'aide du logiciel Amos 23.

## 3. Résultats et discussion de la recherche

Les résultats des tests de fiabilité (3.1.) sont présentés, suivis des résultats des tests d'hypothèses (3.2.), et enfin la discussion (3.3).

### 3.1. Résultats de l'analyse de fiabilité

**Tableau 1 : analyse de fiabilité.**

<b>Variables</b>	<b>Alpha de cronbach</b>	<b>Nombres d'items</b>
<b>Attractivité des territoires</b>	<b>0.815</b>	11
Attractivité Politique	0.790	4
Attractivité Economique	0.661	4
Attractivité Socio-Citoyenne	0,620	3
<b>Développement local durable</b>	<b>0.736</b>	4

Source : Résultats des enquêtes, janvier 2022.

Les résultats présentés ci-dessous révèlent qu'il y a une bonne cohérence interne des variables « attractivité territoriale » et « développement local durable » puisque leurs alpha de Cronbach sont tous supérieurs à 0,7 ( $0,815 > 0$  et  $0,736 > 0$ ).

### 3.2. Résultats des tests d'hypothèses

**Tableau 1 : Synthèse des résultats du test de l'effet linéaire simple**

Hypothèses				Paramètres estimés standardisés	Erreur type	t-test	p-value
H1	DLD	<---	AP	0,322	0,059	5,458	***
H2	DLD	<---	AE	0,465	0,066	7,013	***
H3	DLD	<---	ASC	-0,004	0,082	-0,055	0,956

Source : Résultats des enquêtes, janvier, 2022

L'analyse des paramètres du modèle de structure montre que la variable exogène « attractivité politique » exerce une influence significative ( $p = 0,000 < 0,05$ ) et positive (paramètre standardisé estimé = 0,322) sur la variable latente endogène « développement local durable ». L'hypothèse H1 est donc confirmée. De même, la variable exogène « attractivité économique » exerce une influence significative ( $p = 0,000 < 0,05$ ) et statistiquement positive (paramètre standardisé estimé = 0,465) sur la variable latente endogène « développement local durable ». L'hypothèse H2 est aussi confirmée. En revanche, la variable exogène « attractivité socio-citoyenne » n'a pas d'influence statistiquement significative ( $p=0,956 > 0,05$ ) sur le développement local durable. En effet, le paramètre standardisé estimé de cette relation n'est pas statistiquement différent de zéro. L'hypothèse H3 n'est donc pas confirmée. En ce qui concerne le pouvoir explicatif, le développement local durable est expliqué à 10 % par la dimension politique de l'attractivité des territoires ; à 22 % par la dimension économique alors que la dimension socio-citoyenne ne dispose d'aucun pouvoir explicatif.

### 3.3 Discussion des résultats

L'objectif de cet article est d'analyser l'effet de la perception de l'attractivité de la ville de Kara sur son développement local durable. Les résultats émergents de cette recherche montrent que la dimension politique et la dimension économique de l'attractivité de la ville de Kara influencent positivement et significativement son développement local durable.

Selon les travaux de Soldo (2010), la dimension politique se traduit par la pérennité de l'action publique engagée par les acteurs et la pérennité du système de gouvernance. Il s'agit pour les managers publics d'impliquer toutes les parties prenantes dans la gestion territoriale. Ce qui va dans le même sens des travaux de la co-construction ou de la participation avec les parties prenantes (Houllier-Guibert & Rochette, 2019 ; Alaux & Carmouze, 2021). Il convient de repenser la gouvernance territoriale (Eun, 2016 ; Rey-Valette et al., 2014) en créant une proximité avec les diverses parties prenantes du territoire (Bertrand & Moquay, 2004). En outre, cela soulève la question de la légitimité des institutions (Trébuq & Bartoli, 2020) du capital social et au développement territorial. Ces implications théoriques fournissent un cadre conceptuel pour comprendre la manière dont les facteurs politiques peuvent façonner la trajectoire du développement local et guider la formulation de politiques visant à promouvoir la durabilité à l'échelle locale.

La prise en compte de la dimension économique de l'attractivité des territoires revêt une importance cruciale dans le développement local durable. Selon certains travaux (Soldo, 2010; Soldo, Arnaud & Keramidis, 2013), elle se traduit par la pérennité du système, du modèle de développement économique choisi et par la pérennité de la démarche de marketing territorial. Les élus locaux doivent chercher à mettre sur leurs territoires des pôles d'attractivités touristiques et sportives afin de dynamiser l'économie. Ceci passe par le développer des infrastructures, la promotion de l'entrepreneuriat, de l'innovation et la création d'un environnement d'investissement attractif. Ce faisant, ils peuvent également collaborer avec le secteur privé et la société civile dans l'élaboration des stratégies de développement économique local et des initiatives de durabilité qui tirent parti des ressources et des compétences

complémentaires de chaque secteur. Les managers publics peuvent ainsi travailler conjointement avec les entreprises, établissements d'enseignement et autres partenaires dans le développement des programmes de formation professionnelle et technique afin de répondre aux besoins du marché du travail local tout en fournissant aux résidents les compétences nécessaires pour réussir dans l'économie locale. C'est aussi une injonction pour les managers publics de mettre en place des systèmes d'évaluation et de suivi pour mesurer les progrès réalisés dans le développement économique local et la durabilité, afin d'ajuster les politiques et les stratégies en fonction des résultats dégagés. Ainsi, les managers publics locaux ont un rôle important à jouer dans la promotion de l'attractivité économique et le développement local durable en mettant en œuvre des politiques, programmes et projets qui stimulent la croissance économique tout en préservant les ressources et en améliorant la qualité de vie des résidents locaux. Ceci passe inévitablement par des politiques de planification urbaine et de gestion environnementale soucieuses des enjeux sociétaux tout en favorisant le développement économique.

L'attractivité socio-citoyenne de la ville de Kara n'influence pas son développement local durable, cela sous-entend que les acteurs impliqués dans son développement doivent redoubler d'efforts considérables afin de renforcer la cohésion sociale et œuvrer à l'amélioration de la qualité de vie sur le territoire. Ceci passe par la construction des infrastructures sur le territoire. Leroux (2012) dans une analyse textuelle des discours sur les SCOT dans les collectivités locales a déjà démontré que la dimension sociale reste absente dans les politiques de développement durable. Cette remise en question des hypothèses théoriques antérieures souligne la complexité des facteurs influençant le développement local durable. Ils suggèrent que d'autres variables non prises en compte dans les modèles antérieurs puissent jouer un rôle crucial dans la promotion de la durabilité locale. Une analyse multifactorielle permettrait de mieux comprendre le développement local durable. Cela implique de considérer une gamme plus large de variables et d'interactions entre celles-ci afin de mieux saisir les mécanismes sous-jacents au développement local. Les résultats appellent à des recherches complémentaires pour identifier les facteurs spécifiques qui influencent le développement local durable et pour comprendre comment ces facteurs interagissent entre eux. Cela pourrait nécessiter des études longitudinales, des analyses qualitatives approfondies et des approches interdisciplinaires. Tout comme les travaux de Nahrath, Turc & Hernandez (2021) sur la nouvelle physionomie du développement local, ces implications théoriques suggèrent également qu'il peut être nécessaire de revoir les politiques et les pratiques actuelles de développement local qui se concentrent principalement sur l'attractivité socio-citoyenne. Des efforts dans ce sens doivent être réorientés vers d'autres domaines ou développer des approches plus nuancées qui prennent en compte une gamme plus large des facteurs de durabilité. Une telle situation peut faire appel aux gestionnaires locaux pour réaffecter les ressources de l'attractivité socio-citoyenne vers d'autres domaines qui ont démontré une influence positive.

## **Conclusion**

L'objectif général dans cette recherche est d'analyser l'effet de la perception de l'attractivité de la ville de Kara sur son développement local durable. Les résultats montrent que la dimension politique et économique de l'attractivité territoriale influence positivement et significativement le développement local durable. En revanche, la dimension socio-citoyenne n'a pas d'effet sur la variable endogène du développement local durable.

Sur le plan théorique, cette recherche contribue à enrichir la littérature sur les concepts d'attractivité des territoires et de développement local durable. A travers l'approche par les parties prenantes, le lien entre l'attractivité territoriale et le développement local durable a été testé. Ainsi, les managers publics ont un grand rôle à jouer conjointement dans la promotion de l'attractivité politique, économique et du développement durable dans les échelles locales. Une

réflexion approfondie sur les modèles théoriques sous-jacents, ainsi que sur les politiques et les pratiques de développement local, est nécessaire.

Sur plan méthodologique, cette recherche a permis d'enrichir les approches mixtes mêlant analyse qualitative et quantitative en mettant en évidence l'influence de l'attractivité des territoires sur le développement local durable. Ce qui constitue une nouveauté en marketing territorial où les recherches sont plus dynamiques.

Sur le plan managérial, à l'ère de la décentralisation, il est essentiel que les gouvernants locaux intègrent les dimensions politiques et économiques de l'attractivité de leurs territoires pour réussir dans leur développement local durable. Cette prise en compte se traduit par des actions concrètes impliquant les différentes parties prenantes (citoyens, les chefs traditionnels, les partenaires financiers, etc.) dans la valorisation des ressources territoriales. Cela permettra de travailler de manière coordonnée avec ces parties prenantes pour transformer le contexte institutionnel local en outil de rayonnement et chemin faisant, cela permettra de développer une démarche de marketing territorial et une stratégie de communication adaptée.

Malgré ces implications, cette recherche, qui s'inscrit dans un contexte local (ville de Kara), est limitée par le caractère non généralisable de ces résultats et par la faible représentativité de l'échantillon (201 parties prenantes), ce qui induit certains biais. Elle gagnerait à être généralisée en augmentant la taille de l'échantillon et en intégrant d'autres variables (sociodémographiques, médiatrices, modératrices) pour analyser plus précisément l'effet de l'attractivité des territoires sur le développement local durable.

## Références bibliographiques

Adraa, I. (2018), « Capital de marque territoriale et décision de localisation des entreprises. Cas de la province de Kénitra (Maroc) », *Revue du Marketing Territorial*.

Agbokanzo, K. S. (2019), *Dynamique de construction de l'image d'une construction d'une destination touristique et leur application sur la participation à la création de la valeur : Une application à la destination Blois Chambord-Val de Loire*. Thèse de doctorat, université d'Orléans.

Alaux, C. & Carmouze, L. (2021), « Injonction des organisations publiques locales à collaborer : Quelle traduction dans les schémas régionaux de développement économique, d'innovation et d'intermédiation ? », *Politique & Management Public*, vol. 1, n° 1-2, p. 33-53.

Alaux, C., Serval, S. & Zeller, C. (2015), « Le marketing territorial des petits et moyens territoires : identités, images et relations », *Gestion et Management Public*, vol. 4, n° 2.

Angéon, V. & Callois, J-M.(2005), « Fondements théoriques du développement local : quel apport du capital et de l'économie de proximité ? », *Economie et Institution*, p. 19-50.

Arezki, D., Keramidas, O. & Soldo, E. (2018), « Exploration des antécédents de la mobilisation collective des ressources humaines dans les organisations festivières : Le cas des agents territoriaux d'un festival public », *Gestion et Management Public*, vol. 6, n° 3, p. 15-33.

Asselineau, A. & Cromarias, A. (2010), « Entreprise et territoire, architectes conjoints d'un développement local durable ? », *Management & Avenir*, n° 36, p. 152-167.

Auquier, C. & Lelli, L. (2022), « Quel rôle des collectivités locales dans la territorialisation d'une filière agricole ? Le cas de la production de noisette en creuse », *Géographie, Economie, Société*, n° 24, p. 161-188.

- Avom, D. & Gandjon Fankem, G.-S. (2012), « Le développement durable constitue-t-il un élément d'attractivité territoriale ? application aux pays de l'Afrique centrale », *Marché et Organisation*, vol.16, n° 2, p. 77-102.
- Azouaoui, H. & Lahlou, A. (2021), « Réseaux d'acteurs comme forme de gouvernance et attractivité territoriale des entreprises : la proximité des acteurs dans le contexte marocain », *Revue Management & Innovation*, n° 3, p. 53-73.
- Barois, B., Peres, R., Vignau, M. & Laussucq, F. (2021), « Les zones détendues : territoires oubliés porteurs d'attractivité territoriale », *Politique & Management Public*, n° 1-2, p. 55-75.
- BarthodéProthade, M. & Leroux, E. (2020), « Le rôle des acteurs publics dans la réalisation des activités éco-touristiques en zone rurale et de montagne de corse », *Gestion et Management Public*, vol. 8, n° 2, p. 39-65.
- Bartolie, A. & Trébucq, S. (2021), « Le territoire entre dynamique locale, processus organisationnels et logiques d'acteurs », *Gestion et Management Public*, vol. 9, n° 2, p. 6-8.
- Bastiège, M. & Laré, A. (2021), « Pratiques et représentations en matière de développement local soutenable : enseignements tirés du cas du port de Lomé », *Politique & Management Public*, n° 1-2, p. 137-155.
- Béji-Bécheur, A. & Özçağlar-Toulouse, N. (2014), « Institutionnalisation du développement durable et émergence d'un marketing durable », *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 29, n° 3, p. 3-9.
- Bousquet, F., Barbat, V. & Verstraete, T. (2016), « Influence des préférence de l'entrepreneur sur la dynamique de l'ancrage territorial », *Gestion 2000*, n° 33, p. 53-74.
- Boutaud, A. & Brodhag, C. (2006), « Le développement durable, du globale au locale. Une analyse des outils d'évaluation des acteurs publics locaux », *Nature Sciences Sociétés*, n°14.
- Brasseur, M. & Leroux, E. (2014), « Tourisme et développement durable », *RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, vol. 3, n° 10.
- Chamard, C. (2014), *le marketing territorial, comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires ?* De Boeck Supérieur.
- Chappoz, Y. & Pupion, P. (2013), « Une nouvelle gouvernance et de nouvelles politiques publiques territoriales », *Gestion et Management Public*, vol. 2, n° 2, p. 1-4.
- Chtiou, M. (2021), « Fiscalité locale et attractivité économique », *Regards Croisés sur l'Economie*, vol. 1, n° 28, p. 110-117.
- Desmoulin, C.(2020), « La réputation des territoires : un outil non reconnu par les managers territoriaux », *Revue Marketing Territorial*.
- Diallo, M. (2014), « Les études quantitatives sur le tourisme durable : une analyse des principaux travaux de recherche », *Management & Avenir*, n° 69, p. 204-221.
- Douchet, M.-A. & Warnant, A. (2021), « Valoriser un territoire en décroissance par l'insertion. Le cas de l'expérimentation « Zéro chômeur », à Prémery (Nièvre) », *Revue Marketing Territorial*.
- Eshuis, J. & Erik, B. (2014), « Marketing territorial et participation citoyenne : le branding un moyen de faire face à la dimension émotionnelle de l'élaboration des politique », *Revue Internationale des Sciences Administratives*, vol. 80, n° 1, p. 153-174.
- Ezzahra Khanfar, F. & Azouaoui, H. (2022), « Le marketing territorial relationnel : levier de l'ancrage territorial des entreprises étrangères », *Revue du Marketing territorial*.

- Fall Diallo, M., Diop-Sall, F., Leroux, E. & Valette-Florence, P. (2015), « Comportement responsable des touristes : Le rôle de l'engagement social », *Recherche et Applications En Marketing*, vol. 30, n° 3, p. 88-108.
- Fernandez, A.-S. & Le Roy, F. (2010), « Pourquoi coopérer avec un concurrent ? une approche par la RBV », *Revue Française de Gestion*, n° 204, p. 155-169.
- Foignet, J.-J. & Carluier, F. (2009), « Le “Yield Management”, un catalyseur de l'attractivité territoriale des investissements directs étrangers », *Revue Française de Gestion*, n°196.
- François-Lecompte, A. & Isabelle, P.A. (2011), « Les français et le tourisme durable : étude des représentations », *Décision Marketing*, n° 64, p. 47-58.
- Freeman, R. (1984), *Strategic management : A stakeholder approach*. Pitman.
- Guguen-Gicquel, I. & Thevenot, G. (2020), « Le marché, un hyper-lieu au service du marketing de la ville et du territoire », *Décisions Marketing*, n°98, p. 65-82.
- Gérardin, H. & Poirot, J. (2010), « l'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel », *Monde en développement*, n° 149, p. 27-41.
- Gillet, C. (2014), « Donner collectivement du sens à l'avenir touristique d'un territoire », *RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, vol. 3, n° 10, p. 23-36.
- Harribey, E.-L. & Cardebat, J.-M. (2013), « L'évolution de la perception du développement territorial durable dans les PME française permet-elle un renouvellement de la gouvernance territoriale ? une réponse à partir de deux enquêtes », *Management & Avenir*, n° 59, p. 102-119.
- Hatem, F. (2004), *Investissement international et politique d'attractivité*. Paris, Economica.
- Heurteux, A. (2017), « développement durable : vers un nouveau mode de pilotage des politiques territoriales ? Le cas de la métropole Nice Côte d'Azur », *Gestion et Management Public*, vol. 5, n° 3, p. 27-42.
- Hernandez, S. & Fiori, C. (2017), « Le développement durable pour tous, tous pour le développement durable ! Quelle traduction par les organisations publiques territoriales ? », *Management International*, vol.21, n°2, p. 18-31.
- Hmioui, A. & Haoudi, A. (2016), « le rôle de la gastronomie et de l'artisanat dans l'attractivité touristique de la ville de Fès : étude à partir des perceptions des touristes étrangers », *Management & Avenir*, vol. 3, n° 85, p. 149-169.
- Houllier-Guibert, C.-E. (2019), « l'attractivité comme objectif stratégique des collectivités locales », *Revue d'Economie Régionale & Urbaine*, p. 153-175.
- Houllier-Guibert, C.-E. (2021), « l'attractivité du territoire en tant que stratégie », *Regard Croisés sur l'Economie*, vol. 1, n° 28, p. 78-86.
- Houllier Guibert, C.-E. (2022), « Situer l'évènementiel comme levier d'action du marketing des territoires : définition, délimitation, combinaison », *Revue Marketing Territorial*.
- Houllier-Guibert, C.E. & Rochette, C. (2019), « l'implication des parties prenantes dans la mise en marque des régions Bretagne et Auvergne », *Revue du Marketing Territorial*.
- Jeannerat, H. & Huguenin, A. (2021), « Innovation, transition, valuation : quel référentiel pour les politiques territoriales à venir ? », *Politique & Management Public*, n° 1-2, p. 13-31.
- Keramidas, O., Le Penne, E. & Serval, S. (2016), « Caractériser l'attractivité d'un territoire : une approche par les ressources : le cas de 5 EMN européennes nouvellement implantées dans la région de Kalouga en Russie », *Management International*, n° 20, p. 105-117.

- Khanfar, E.F. & Azouaoui, H. (2021), « Le marketing territorial relationnel : levier de l'ancrage territorial des entreprises étrangères », *Revue Marketing Territorial*.
- Le Gall, S. (2020), « Les facteurs territoriaux d'attractivité de l'investissement étranger des firmes internationales : la perception et le rôle des directeurs de filiales », *Revue d'Economie Régionale & Urbaine*, p. 171-200.
- Leroux, E. (2010), « Stratégie et développement durable : du concept de l'Optimum Eco-touristique à la pratique », *Management & Avenir*, n° 34, p. 306-317.
- Leroux, E. (2016), « Management du tourisme durable : attractivité du territoire, patrimoine et gastronomie », *Management & Avenir*, n° 85, p. 107-112.
- Leroux, E. (2012), « SCOT : un outil de management public territorial au service du développement durable des territoires », *Gestion et Management Public*, vol.1, p. 38-52.
- Mbaye, F., Diop-sall, F., Leroux, E. & Valette-Florence, P. (2015), « Comportement responsable des touristes : le rôle de l'engagement social », *Recherche et Applications en Marketing*, p. 1-21
- Menzio, M. (2013), *Approche théorique du développement local durable et regard critique sur les années d'activités du dispositif d'agence de développement local en région wallonne*.
- Modolo, L., Petijean, J.-L. & Côme, T. (2020), « L'infrastructure-frontière comme catalyseur de la mise en place d'un système de pilotage du développement durable au sein des collectivités territoriales : l'exemple de la communauté de communes des crêtes pré-ardennaises », *Gestion et Management Public*, vol. 8, n° 3, p. 11-46.
- Moore, G. (1999), « Tinged shareholder Theory : or What's special About Stakeholders ? », *Business Ethics : A European Review*, vol. 8, n° 2, p. 117-127.
- Musson, A. (2015), « Construire et mesurer l'attractivité durable au niveau régional : l'apport de la représentation des entrepreneurs », *Géographie, Economie, Société*, n° 17, p. 97-131.
- Nahrath, S., Turc, E. & Hernandez, S. (2021), « Introduction. Coopérations et innovations en développement local : un renouvellement des référentiels et des pratiques », *Politiques & Management Public*, n° 1-2, p. 5-11.
- Peres, R. (2020), « le territoire comme soutien à l'innovation dans les pôles de compétitivité : vers une attractivité territoriale durable », *Gestion et Management Public*, vol. 8, n° 4, p. 9-23.
- Raulet-croset, N. (2021), « la question du territoire en sciences de gestion : point de vue sur le territoire comme une ressource pour les organisations », *Question (s) de Management*, n° 33, p. 33-36.
- Régent, B., Favre-Bonté, V. & Fonseca, M. (2021), « Le Management stratégique comme clé de lecture du développement des projets de territoire », *Gestion et Management Public*, vol. 9, n° 2, p. 9-30.
- Rey-Valette, H., Chia, E., Mathé, S., Michel, L., Nougarèdes, B., Soulard, C. & Guiheneuf, P. (2014), « Comment analyser la gouvernance territoriale ? Mise à l'épreuve d'une grille de lecture », *Géographie, Economie, Société*, vol.16, p. 65-89
- Roxas, F.M., Rivera, J.R. & Gutierrez, E. M. (2020), « Mapping stakeholders' role in governing sustainable tourism destination », *Journal of Hospitality and Tourism Management*.
- Serval, S. (2015), *Les managers territoriaux face à l'attractivité durable de leur territoire : comment favoriser l'ancrage territorial des filiales étrangères ? Une perspective antagoniste*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Aix-Marseille.

Soldo, E. (2018), *Vers une théorisation de l'attractivité territoriale durable. De l'ancrage démocratique des projets culturels de territoire à l'attractivité territoriale durable*. Habilitation à Diriger des Recherches, Université d'Aix-Marseille

Soldo, E., Arnaud, C. & Keramidas, O. (2013), « l'évènement culturel en régie direct, un levier pour l'attractivité durable du territoire ? Analyse des conditions favorables de succès », *Revue Internationale des Sciences Administrative*, vol. 4, n° 79, p. 779-799.

Soldo, E., Laura, C. & Céline, D. (2021), « Le budget participatif : un dispositif au service du management de la valeur publique ? », *Politique & Management Public*, n° 4, p. 425-444.

Thomas, F. (2024), « Perspectives pratiques sur la durabilité dans l'industrie du tourisme : proposition d'un cadre procédural d'évaluation de la durabilité des expériences touristiques », *Monde en Développement*, n° 206, p. 61-86.

Trébucq, S. & Bartoli, A. (2020), « Le management public face aux enjeux d'attractivité des territoires et de légitimité des institutions », *Gestion et Management Public*, vol. 8, n° 4.

Van Der Yeuh, C. (2009), « Favoriser l'émergence d'un acteur stratégique dans la destination touristique pour répondre aux défis du développement durable », *Management & Avenir*, n° 26, p. 300-317

Zumbo-lebrument, C. & Lebrument, N. (2020), « Les déterminants de la participation des parties prenantes à une démarche de marketing territorial : le cas d'une marque territoire française », *Management International*, vol. 24, n° 3, p.67-82.