

Focus nouveaux doctorants

2019-2020

1^{er} année

Kien

VU

Titre de la thèse

La métropolisation par l'image. Le marketing urbain dans la transformation latente de la ville

Mots clés

Hanoi, publicité immobilière, mondialisation, promotion immobilière, environnement urbain, projets urbains

Résumé

L'objectif de cette thèse est de comprendre quels sont les ressorts de la promotion urbaine à Hanoi ? Quels messages sont véhiculés par la publicité immobilière ? En quoi cela correspond-t-il à une image de marque (rayonnement extérieur) ou des aspirations nouvelles (attractivité interne) ? Ce travail a été réalisé à partir de 36 cas d'études. De manière descriptive et analytique, nous montrerons comment la promotion immobilière est-elle faite ? Par qui et comment est-elle appréhendée par les habitants, les acheteurs potentiels ? Enfin, en quoi les panneaux publicitaires obéissent-ils à des codes commerciaux illustrant les changements qui s'opèrent à Hanoi et la circulation des modèles et des standards immobiliers à travers le monde. Autrement dit, même la publicité immobilière est uniformisée et révèle la dynamique de normalisation de l'espace urbain.



Direction de thèse

Co-directrice de thèse :

Helga-Jane Scarwell, Professeur des Universités - ULille

Co-directeur :

Quoc Thong Nguen, Professeur des Universités - Université d'architecture de Hanoi

Co-encadrante :

Dyvia Leducq, Maître de conférences - Université Rabelais de Tours

Hanoi



Mon parcours...



Université de Lille

Diplômé d'un master aménagement et urbanisme obtenu à l'Université de Lille en 2019.



kien.vu@univ-lille.fr