

APPEL A COMMUNICATIONS

2^{ème} Journée de Recherche Marketing sur les Pays d'Afrique (JRMPA)

Lille, 28 novembre 2019

Selon la Banque Africaine de Développement (BAD), la région nord-africaine a enregistré en 2017 une croissance de 5%, derrière l'Afrique de l'Est (5,6%). La croissance économique en Afrique subsaharienne a, quant à elle, enregistré un rebond à 2,4 % en 2017 et devrait atteindre 3,1 % en 2018 (3,6% en moyenne en 2019-2020). Ces chiffres montrent l'accélération de la croissance en Afrique expliquée par différents facteurs dont notamment la jeunesse de la population, l'urbanisation exponentielle, l'afflux de capitaux et le développement technologique (Daziano, 2014)¹. L'Afrique est par exemple le deuxième marché mondial de téléphonie mobile.

Avec ses changements sociaux et sociétaux, économiques et technologiques, l'Afrique offre des opportunités de croissance à de nombreuses entreprises du monde entier. Les investisseurs nationaux et internationaux sont de plus en plus attirés par le potentiel du continent africain. L'installation massive des enseignes de la grande distribution ou de service (Auchan, Carrefour, Leroy Merlin, KFC, Pizza Hut, etc.) dans de nombreux pays d'Afrique en est témoin. Malgré cet engouement des professionnels pour le continent africain, force est de constater le nombre limité de recherches en sciences de gestion et en marketing en particulier portant sur les marchés et les consommateurs africains (Lages, Pfajfar, et Shoham, 2015)². Cet appel à communication a donc trois principaux objectifs :

- Stimuler et promouvoir les recherches marketing permettant de mieux comprendre les comportements des consommateurs et des managers en Afrique.
- Contribuer à l'avancement théorique et managérial de la recherche sur les pays d'Afrique.
- Favoriser les rencontres et échanges entre chercheurs intéressés par les problématiques des pays d'Afrique au sens large (Afrique sub-saharienne et Afrique du Nord) qu'ils soient situés dans des pays d'Afrique ou dans d'autres pays (émergents ou développés). Une première initiative a vu d'ailleurs le jour. Il s'agit du développement du Groupe d'Intérêts Thématiques de l'Association Française de Marketing (GIT-AFM) autour de la « distribution dans les pays émergents ».

¹ Laurence Daziano (2014), *"Les Pays émergents. Approche géo-économique"*, Armand Colin

² Lages, Cristiana R., Gregor Pfajfar et Aviv Shoham (2015), "Challenges in Conducting and Publishing Research on the Middle East and Africa in Leading Journals", *International Marketing Review*, 3 (1), 52-77

Thèmes potentiels :

Les chercheurs sont invités à soumettre des recherches empiriques méthodologiques et conceptuelles qui mettent l'accent sur des sujets en marketing liés aux pays africains. Les communications peuvent être fondées sur des méthodes qualitatives ou quantitatives, des études de cas et des analyses conceptuelles.

Sans que cette liste soit exhaustive, les chercheurs peuvent proposer des communications critiques et originales sur les thèmes suivants :

- Les produits et les services : adaptation des produits, innovation produit, transformation locale du produit, gestion du personnel de contact, qualité du service, etc.
- Les réseaux de distribution en Afrique : commerce traditionnel, réseaux informels, marchés alternatifs, impact de la distribution moderne (ex. centres commerciaux, grandes surfaces, etc.), présence chinoise en Afrique, ...
- Les stratégies de communication : adaptation de la publicité dans le contexte local, pratiques de promotion, rôle des réseaux sociaux, etc.
- Le prix : négociation de prix, perception du prix, etc.
- Le e-commerce et les nouvelles technologies : marketing mobile, commerce connecté, digitalisation, etc.
- Le comportement du consommateur : influence de la religion, des traditions, du groupe de référence et du réseau social, etc.
- Consommation, relations commerciales et comportements des consommateurs en lien avec l'immigration africaine, pauvreté et les stratégies à la base de la pyramide, l'adaptation à la crise économique, etc.
- Le management et le marketing sociétaux : éthique, RSE, développement durable, commerce équitable, etc.
- Les stratégies d'internationalisation, management interculturel des équipes, stratégies de partenariats Afrique-Afrique.
- Les pratiques de co-création et de participation, les *business models*.
- Les stratégies de marque : marque locale/ globale, pays d'origine, contrefaçon, etc.
- Les stratégies associatives et coopératives : ONG, association, coopératives, GIE, etc.
- Le management et le marketing sectoriels : luxe, santé, industrie, agro-business, tourisme / hospitalité, banque, etc.
- Les études cross-culturelles (pays africains / autres pays émergents ou développés).
- Les analyses de croisement disciplinaire appliquées à l'Afrique : marketing-GRH, marketing-finance, marketing-stratégie ; marketing-histoire, marketing-géographie, etc.

Le Comité scientifique encourage fortement les collaborations entre collègues de pays différents, ainsi que les comparaisons inter-culturelles.

Format des communications et opportunités de publication

Les auteurs peuvent soumettre des communications en français ou en anglais selon trois formats :

- **Format poster** : 1 page résumant les grandes lignes d'un projet de recherche non encore abouti ou un projet pédagogique innovant, times 12, interligne 1,5 et marges 2,5, incluant tout.
- **Format court** : 5 pages maximum, times 12, interligne 1,5 et marges 2,5, incluant tout (page de titre, résumés, texte, références bibliographiques et annexes).
- **Format long** : 10 pages maximum, times 12, interligne 1,5 et marges 2,5, incluant tout (page de titre, résumés, texte, références bibliographiques et annexes).

NB : seul le format long est ouvert aux prix décernés lors de la conférence.

Chaque auteur peut proposer au maximum deux papiers en tant que premier auteur.

Les communications soumises feront l'objet d'une évaluation en double aveugle par deux relecteurs du Comité scientifique.

La première page de la soumission doit comprendre : le titre de la communication, un résumé (en français et en anglais) de 150 mots interligne double, un maximum de cinq (5) mots clés.

Le fichier initial soumis **ne doit pas** comporter d'informations sur l'identité du ou des auteurs (à remplir dans la plateforme de soumission). C'est la version finale acceptée qui comportera ces détails (Prénom, nom, affiliation et contacts du ou des auteurs).

Voir feuille de style jointe à l'appel et accessible via la plateforme de soumission pour connaître les spécifications du fichier à soumettre.

Plateforme et modalités d'envoi des soumissions

Les soumissions doivent être faites en Word 2003 exclusivement via la plateforme dédiée :
<https://jrpa.sciencesconf.org/>

Les fichiers de soumission doivent absolument être nommés comme suit : **Titre soumission-JRMPA2019**

Opportunités de publication

Pour les communications avec un bon potentiel, et au vu de l'intérêt de la thématique abordée, le comité scientifique encourage le ou les auteur(s) à proposer leur projet dans des revues classées (liste HCERES/ FNEGE/ CNRS), notamment dans celles de l'Association Française de Marketing (*Décisions Marketing, Recherche et Applications en Marketing*).

Dans ce sens, la revue *Systèmes Alimentaires/ Food Systems* (HCERES C/ FNEGE 4/ CNRS 4) a donné son accord de principe pour publier **un dossier thématique** à partir des communications présentées à la JRMPA 2019. Les projets doivent porter sur l'alimentaire pour pouvoir être sélectionnés. Un Comité de lecture *ad hoc* fera la sélection des projets à soumettre selon la procédure de la revue.

Calendrier prévisionnel de soumission

Date d'ouverture des soumissions	28 janvier 2019
Date limite de soumission des communications	07 avril 2019
Date des notifications des décisions aux auteurs	25 mai 2019
Date limite de soumission des versions finales	17 juin 2019

Comité scientifique

Présidente

Souad DJELASSI

Maître de conférences HDR Université de Lille (IUT C)

Membres

Fathi AKROUT	Professeur	Faculté des Sciences économiques et de Gestion Sfax (Tunisie)
Abdelmajid AMINE	Professeur des Universités	Université Paris-Est Créteil (France)

Augustin ANASSE	Professeur titulaire	Université Alassane Ouattara–Bouaké (Côte d’ivoire)
Nawel AYADI	Maître-assistante	ISG Tunis (Tunisie) et Université Paris Descartes (France)
Adama BA	Professeur assistant	Kedge Business School (France)
Nawfal BAHHA	Professeur Assistant	Université Cadi Ayad Marrakech-ENCG (Maroc)
Amina BEJI-BECHEUR	Professeur des Universités	Université Paris-Est Marne-La-Vallée (France)
Imène BELBOULA	Maître de conférences	Université Blida 2 (Algérie)
Bertrand BELVAUX	Professeur des Universités	Université de Bourgogne (France)
Norchene BEN DAHMANE – MOUELHI	Maître de conférences HDR	IHEC Carthage (Tunisie)
Younes BOUGHZALA	PhD-Directeur commercial	Le Sphinx Développement (France)
Salah BOUMAIZA	Professeur	Université de Carthage - FSEG de Nabeul (Tunisie)
Abdelatif CHAKOR	Professeur	Université Mohamed V, Faculté de Souissi de Rabat (Maroc)
Odile CHANUT	Professeur des Universités	Université Jean-Monnet – IAE Saint-Etienne (France)
Foued CHERIET	Maître de Conférences	SupAgro Montpellier (France)
Isabelle COLLIN-LACHAUD	Professeur des Universités	Université de Lille (IMMD-FFBC) (France)
Daouda COULIBALY	Professeur-chercheur	ISTEC Paris (France)
Ibrahima Samba DANKOCO	Professeur titulaire	Université Cheikh Anta Diop-FASEG (Sénégal)
Samba DEME	Maître de conférences	Université Gaston Berger–FSEG (Sénégal)
Fawzi DEKHIL	Maitre de Conférences	Université de Tunis El Manar (Tunisie)
Sihem DEKHILI	Maître de conférences HDR	Université de Strasbourg-EM Strasbourg (France)
Mbaye-Fall DIALLO	Professeur des Universités	Université de Lille (IMMD) (France)
Fatou DIOP-SALL	Professeur Agrégée	Université Cheikh Anta Diop Dakar – ESP (Sénégal)
Souad DJELASSI	Maitre de conférences HDR	IUT C – Université de Lille
Fatiha FORT	Professeur	SupAgro Montpellier (France)
Camal GALLOUJ	Professeur des Universités	Université Paris 13 (France)
Faiz GALLOUJ	Professeur des Universités	Université de Lille - FSES (France)
Abderrazak GHARBI	Professeur	Université Tunis El Manar (Tunisie).
Faouzi GHIDOUCHE	Professeur	HEC Alger (Algérie)
Delphine GODEFROIT-WINKEL	Professeur	Toulouse Business School-Casablanca (Maroc)
Christine GONZALEZ	Professeur des Universités	UFR Droit, Economie, Gestion, Le Mans Université (France)
Birahim GUEYE	Professeur Agrégé	Université Gaston Berger Saint-Louis

		(Sénégal)
Valérie GUILLARD	Professeur des Universités	Université Paris Dauphine (France)
Richard HUAMAN RAMIREZ	Professeur Assistant	EM Strasbourg (France)
Rim JALLOULI	Professeur	Université de Manouba (Tunisie)
Salima JAZI	Professeur habilité (HDR)	Université Hassan Premier - ENCG de Setta (Maroc)
Joseph KASWENGI	Maître de conférences HDR	Université d'Orléans (France)
Riadh LADHARI	Professeur titulaire	Université de Laval (Canada)
Soulaimane LAGHZAOU	Maître de conférences HDR	Université Ibn Tofail-ENCG (Maroc)
Erick LEROUX	Maître de conférences HDR	Université Paris 13 (France)
Zied MANI	Maître de conférences	Université de Nantes (France)
Alphonse MEFOUTE BADIANG	Maître-Assistant	Université de Douala-ESSEC (Cameroun)
César NDIONE	Maître de conférences	Université de Reims Champagne Ardennes (France)
Gilles N'GOALA	Professeur des Universités	Université de Montpellier (France)
Paul Valentin NGOBO	Professeur des Universités	Université Paris Dauphine (France)
Adèle Sabine NGUIMBI	Docteur-assistante	Université Omar Bongo-INSG (Gabon)
Zakia OBAIDALAHE	Maître de conférences	Université de Franche-Comté, IUT de Belfort-Montbéliard (France)
Philippe ODOU	Professeur des Universités	Université de Reims Champagne Ardennes (France)
Karine PICOT-COUPEY	Maître de conférences HDR	Université de Rennes 2- IAE-IGR (France)
Ingrid PONCIN	Professeur (HDR)	Université Catholique de Louvain à Mons (Belgique)
Fatima REGANY	Maître de conférences	Université Lille – IMMD (France)
Arnaud RIVIERE	Professeur des Universités	Université de Tours - IAE (France)
Abdellatif SADIKI	Professeur	Université Hassan II (Maroc)
Florent SAUCEDE	Maître de conférences	SupAgro Montpellier (France)
Marie SCHILL	Maître de conférences	Université de Reims Champagne- Ardenne (France)
Anne Marianne SECK	Maître de conférences	Aix-Marseille Université-FEG (France)
Fatma SMAOUI	Maître de conférences HDR	Université de Tunis - ISG de Tunis (Tunisie)
Bertrand SOGBOSSI	Professeur titulaire	Université Polytechnique Internationale du Bénin (Bénin)
Nizar SOUIDEN	Professeur titulaire	Université de Laval (Canada)
Jean-François TOTI	Maître de conférences	Université de Lille – IAE Lille (France)
Nil TOULOUSE	Professeur des Universités	Université de Lille – IMMD-FFBC

		(France)
Mourad TOUZANI	Professeur Associé	Neoma Business School (France)
Victor TSAPI	Professeur titulaire	Université de Ngaoundéré (Cameroun)
Pierre VALETTE FLORENCE	Professeur des Universités	Grenoble IAE (France)
Zahir YANAT	Professeur	Kedge Business School (France)
Pietro ZIDDA	Professeur	Université de Namur (Belgique)
Sondes ZOUAGHI	Professeur des Universités	IAE de Caen (France)

Comité d'organisation et contacts

Enseignant-chercheurs : Mbaye DIALLO (Président du Comité d'organisation), Souad DJELASSI, Nguyen NHAT Nguyen, Fatima REGANY, Frédérique PERRON, Jean-François TOTI, Nil TOULOUSE.

Doctorants/ M2R : Yassir AFIF, Hafida BOUDKOUSS, Illana BOUHAFS, Marine BOYAVAL, Alex DESLEE, Ly VO, Khouloud ZGHAL.

Contacts

E-mail de contact : jrpalille@gmail.com

Page Facebook : <https://www.facebook.com/JRPALILLE/>

Partenaires et revues associées



Roubaix



Labo LSMRC
Centre
MERCUR



Faculté de Finance,
Banque, Comptabilité



CLASSIQUES
GARNIER

Revue « Systèmes alimentaires /
Food Systems » (SAFS)

