

# Programme

## 2<sup>ème</sup> Journée de Recherche Marketing sur les Pays d'Afrique (JRMPA)



**2<sup>ème</sup> Journée de Recherche Marketing  
sur les Pays d'Afrique (JRMPA)  
28/11/2019**

**IMMD, 651 avenue des nations unies, 59100, Roubaix.  
Métro 2 - arrêt gare Jean-Lebas  
Contact : [jrpallille@gmail.com](mailto:jrpallille@gmail.com)**

**Lieu :** IMMD, 651 Avenue des Nations Unies - 59 100 Roubaix (France)

**Date :** Jeudi 28 novembre 2019

**Contact :** [jrpallille@gmail.com](mailto:jrpallille@gmail.com)

**Inscription :** <https://inscription-evenement.univ-lille.fr/JRMPA2019/index.php>

# Programme JRMPA 2019

	ACTIVITES	HORAIRES
<b>MATIN</b>	<b>ACCUEIL DES PARTICIPANTS</b>	<b>8H30-9H00</b>
<b>MATIN</b>	<b>MOTS DE BIENVENUE AMPHI 2 (sous-sol)</b>	<b>9H00-9H30</b>
<b>RECHERCHE SUR L'AFRIQUE</b>	<p>- <b>Présidente du Comité scientifique</b> : Souad DJELASSI</p> <p>- <b>Président du Comité d'organisation</b> : Mbaye DIALLO</p> <p>- <b>Doyen Faculté FFBC-IMMD</b> : Sébastien DEREPPER</p> <p>- <b>Université de Lille</b> : François-Olivier SEYS (VP Relations Internationales) / Nil TOULOUSE (VP Recherche DEG)</p> <p>- <b>Association Française de Marketing</b> : Pr Pietro ZIDDA</p> <p>- <b>Mairie de Roubaix</b> : Mr Léonard DELCOURT (adjoint au maire, responsable du Développement Economique)</p> <p style="text-align: center;"><u><b>Invité d'honneur</b></u> : Mr Vincent LEDOUX Député des Hauts-de-France (10<sup>ème</sup> circonscription)</p> <p><u><b>Avec la présence de</b></u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mme Fatma BOUALI, Directrice IUT Roubaix</li> <li>- Mme Anne-Sophie BRANQUART, Maire adjointe de Tourcoing, responsable des Finances et de la coopération des territoires</li> <li>- Mr Jacques DARMANIN, Administrateur d'ICD Afrique</li> <li>- Mr Amadou DIALLO, Consul général du Sénégal à Paris</li> <li>- Mme Kamila GHIDOUCHE, Directrice de la programmation, de l'évaluation et de planification de la recherche de l'Algérie</li> <li>- Mme Bourry NDAO, Conseil présidentiel pour l'Afrique   Elysée</li> <li>- Mr Jean MOSCAROLA, Fondateur de la société Le Sphinx</li> <li>- Mr Bertrand SOGBOSSI, Président de l'Association Africaine de Marketing et ancien ministre de la Réforme du Bénin.</li> </ul>	<b>RECHERCHE SUR L'AFRIQUE</b>
<b>MATIN</b>	<b>SESSION PLENIERE – TABLE RONDE « DIGITALISATION DANS L'AGROALIMENTAIRE ET RSE EN AFRIQUE » AMPHI 2 (sous-sol)</b>	<b>09H30-10H30</b>
<b>DIGITALISATION DANS L'AGROALIMENTAIRE</b>	<p><u>Animateur</u> : <b>Fatiha FORT</b>, Professeure des universités - SupAgro Montpellier, France.</p> <p><u>Participants</u> :</p> <p><b>Adamou BOUBACAR</b>, Ingénieur en Technologie alimentaire, PDG CEO SAHEL AGROPOLE, Niger</p> <p><b>Fatou DIOP-SALL</b>, Professeure, Chef de Département de Gestion Responsable Laboratoire de Recherche en Marketing et Stratégie -</p>	<b>DIGITALISATION DANS L'AGROALIMENTAIRE ET LA RSE EN AFRIQUE</b>

	ESP/UCAD, Dakar- Sénégal <b>Sami LALLAHEM</b> , P-DG Ixsane, France <b>Jean-Jacques LUMUMBA</b> , co-fondateur d'UNIS «Mouvement Blanc », Congo-France	
	<p style="text-align: center;"><b><u>Remise des prix</u></b></p> <p><b>Prix Sphinx-JRMPA de la meilleure communication</b> par Pr Jean MOSCAROLA (Le Sphinx)</p> <p><b>Prix Jeune Chercheur JRMPA</b> par Carol LEROY et Maud HERBERT</p> <p><b>Prix Confédération Africaine de l'Enseignement Professionnel Privé (CADETFOP)</b> par Mr Alexis NDOUME</p>	10H30 – 10H50
<b>MATIN</b>	<b>PAUSE-CAFE</b>	<b>10H50 – 11H15</b>
	<b>SESSIONS PARALLELES</b>	<b>11H15 – 12H45</b>
	<p style="text-align: center;"><b>Session 1 : PRODUITS LOCAUX ET TRADITIONNELS EN AFRIQUE</b>  <u>Président</u> : Pr Bertrand SOGBOSSI BOCCO  <b>Salle 100</b></p> <p>Exploration de la préférence des adolescents Nord-Africains entre un produit fabriqué localement et un produit importé  <i>Fahima BOUMEDDA-TIAB (Université de Bejaia, Algérie)</i></p> <p>Les freins et les motivations à la consommation traditionnalised d'une boisson : le cas du thé à la menthe au Maroc  <i>Soumaya El HASSOUNI (Université Mohammed V de Rabat, Maroc)</i></p> <p>Le marché des Seniors en Tunisie : Etudes de cas sur les opportunités et les contraintes  <i>Imen SDIRI, Abderrazak GHARBI (Université de Tunis Elmanar, Tunisie)</i></p> <p>Observance nutritionnelle des patients africains souffrant d'hypertension artérielle : Une analyse comparative de l'Afrique Noire et de l'Afrique Blanche  <i>Rosalie Christiane NGA NKOUMA TSANGA (Université de Maroua, Cameroun), Lillia AREZKI (Algérie)</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Session 2 : DIGITAL ET EXPERIENCE CLIENT EN AFRIQUE</b>  <u>Président</u> : Dr Salima JAZI  <b>Salle 102</b></p> <p>L'importance de la dimension sociale dans une expérience de consommation multi-canal : Etude exploratoire  <i>Bahia ABOUESSOUOUD, Salima JAZI (ENCG de Settat, Maroc)</i></p> <p>Compréhension de la valeur de l'expérience d'utilisation du Mobile Money Transfer pour l'émetteur : un focus sur les caractéristiques</p>	

	<p>individuelles et situationnelles  <i>Ndéye Astou Manel FALL, Fatou Diop SALL (Université Cheikh Anta Diop Dakar–ESP, Sénégal), Ingrid Poncin, Université Catholique de Louvain à Mons, Belgique)</i></p> <p>Aging in the world of digitalisation inbounding the plastic surgery case studies  <i>Narjess ALOUI, Imen SDIRI (Université de Tunis Elmanar, Tunisie)</i></p> <p><b>Session 3 : COMMUNICATION ET RSE EN AFRIQUE</b>  <u>Présidents</u> : Dr Marie SCHILL  <b>Salle 103</b></p> <p>Comment les consommateurs perçoivent-ils les pratiques RSE : Une étude en contexte camerounais  <i>Altante Désirée BIBOUM, Calmette Ange DOUALA BETTY (Université de Douala, Cameroun)</i></p> <p>Le développement durable au sein d'organisations de producteurs certifiés « Fairtrade »  <i>Mantiaba COULIBALY-BALLET, (Université Côte d'Azur, France)</i></p> <p>L'influence de la publicité provocatrice à travers les médias sociaux, sur les attitudes des jeunes Tunisiens de la génération Z  <i>Mohamed SAIDI, Ramla MEZGHENNI DHOUIB (Ecole Supérieure de Commerce de Tunis, Tunisie)</i></p> <p>Les antécédents de la résistance à la substitution d'enseignes  <i>Ahmed KANNOU (Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis), Rym ELAMRI TRABELSI (École Supérieure des Sciences Économiques et commerciales de Tunis)</i></p>	
	<b>DEJEUNER</b> (Salles 209-211)	<b>12H45 - 14H15</b>
<b>APRES-MIDI</b>	<b>SESSIONS PARALLELES</b>	<b>14H15 – 15H45</b>
	<p><b>Session 4 : SPHINX - Faire parler les données - Quelques exemples de recherche en Afrique</b>  <b>MR JEAN MOSCAROLA</b>  <b>Salle Amphi 2 (sous-sol)</b></p> <p><b>Session 5 : DIGITALISATION ET STRATEGIES DE DISTRIBUTION EN AFRIQUE</b>  <u>Présidents</u> : Dr Delphine GODEFROIT-WINKEL  <b>Salle 100</b></p> <p>La relation client digitale-humaine, nouveau défi de la compétitivité des entreprises marocaines : cas des opérateurs Télécoms  <i>Mounia BENNANI, Habiba BENSASSI NOUR, Abdelaziz ZOHRI, Ouiam KHAIRI, Fatima Ezzahra MNAJLI (ENCG Settlat - Université Hassan Premier Settlat, Maroc)</i></p> <p>Les facteurs explicatifs de la satisfaction du partenaire local dans les</p>	

	<p>joint-ventures internationales en Algérie <i>Malik BOUACIDA (BSI, France)</i></p> <p>Écologie, émotions et attitude envers le supermarché au Maroc et au Sénégal : Effet modérateur du contexte culturel <i>Delphine GODEFROIT-WINKEL (Toulouse Business School, Casablanca Campus, Maroc), Fatou DIOP-SALL (Université Cheikh Anta Diop Dakar–ESP, Sénégal), Marie SCHILL (Université de Reims Champagne-Ardenne, France)</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Session 6 : COMMUNICATION ET COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR AFRICAIN</b> <b>Présidents : Dr Nawfal BAHHA</b> <b>Salle 102</b></p> <p>L'effet de la taille d'emballage sur l'intention d'achat: Cas de l'huile d'olive tunisienne dans le marché américain <i>Mohamed ABDELMOULA, Imene TRABELSI TRIGUI (Faculté des Sciences économiques et de Gestion de Sfax, Tunisie)</i></p> <p>Le Son non-musical de marque faet qualité perçue: étude qualitative exploratoire <i>Iméne GABTNI, Kaouther SAIED-BENRACHED (Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université De Tunis El Manar, Tunisie)</i></p> <p>Influence de la congruence entre célébrité et la marque sur l'amour envers la marque : une étude exploratoire à partir de la personnalité de la marque <i>Bertrand SOGBOSSI BOCCO, Abdou Kadiri IMOROU (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)</i></p> <p>L'efficacité du sponsoring sportif auprès des enfants de 10 à 12 ans Le cas de la coupe du monde de football RUSSIA 2018 <i>Kawther METHLOUTHI, Mouna BENGHANEM, Fawzi DEKHIL (Université de Tunis El Manar – FSEG Tunis, Tunisie)</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Session POSTERS :</b> <b>Présidents : Pr Faouzi GHIDOUCHE</b> <b>Lieu : devant Amphi 2</b></p> <p>Bad Buzz: Toward an Integrated Conceptual Framework for effects of online crisis on consumer behavior <i>Khouloud ZGHAL, Romdhane KHEMAKHEM (FSEG, Sfax, Tunisie)</i></p> <p>Business modèle et cartographie des plateformes de crowdfunding diasporique : étude de cas <i>Ouma MAMAN (GRANEM à l'Université d'Angers, France), Zeinabou MAMANE SANDA (IAE de Lyon, France)</i></p> <p>A multi-channel strategy involving street and supermarket/hypermarket trade in west African countries: the case of Fan Milk <i>Rozenn PERRIGOT, Komlanvi Elom GBETCHI (University of Rennes 1, France)</i></p>	
--	--	--

	Les dimensions de la performance commerciale dans les PME transformatrices de fruits et légumes au Sénégal Awa Balla NDIAYE (Université Cheikh Anta DIOP, Dakar, Sénégal)	
<b>APRES-MIDI</b>	<b>PAUSE-CAFÉ</b>	<b>15H45 – 16H15</b>
	<b>SESSIONS PARALLELES</b>	<b>16H15 – 17H45</b>
	<p><b>Session 7 : TOURISME ET AUTHENTICITE EN AFRIQUE</b>  <u>Présidents</u> : Dr Joseph KASWENGI  <b>Salle : 100</b></p> <p>Perceived authenticity of a cultural event and its effects on behavioural intentions: the moderating effect of familiarity and event fit  <i>Kamila GHIDOUCHE AÏT-YAHIA, Amal SAIDANI ABDERRAHMANI, Faouzi GHIDOUCHE (EHEC - Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Algérie)</i></p> <p>La mise en scène de l'authenticité touristique est une nouvelle approche d'attrait du terroir : cas des maisons d'hôtes en Tunisie  <i>Ichrak RIAHI, Marwa BRINSI, Fawzi DEKHIL (Université de Tunis El Manar – FSEG Tunis, Tunisie)</i></p> <p>Rôle des réseaux sociaux dans le processus de planification de voyage :  Cas du Maroc et de la communauté « Girls love travel »  <i>Salima JAZI, Sherazed DADA (Ecole nationale de commerce et de gestion, Settat, Maroc)</i></p> <p><b>Session 8 : INNOVATION ET CO-CREATION EN AFRIQUE</b>  <u>Présidents</u> : Pr Fatou DIOP-SALL  <b>Salle 102</b></p> <p>The role of open innovation accelerators (OIA) in firm's competitiveness  <i>Narjess ALOUI, Imene SDIRI (Université de Tunis Elmanar, Tunisie)</i></p> <p>Le contrôle de gestion : une innovation managériale dans le pilotage des établissements de santé -le cas des hôpitaux publics en Algérie  <i>Safa LECHAB, Nadia HAMDY PACHA (Université de Blida 2, Algérie)</i></p> <p>Perception des nouvelles formules de distribution par les « locavores » : une exploration en contexte camerounais  <i>Nadège Ingrid GOUANLONG KAMGANG (Université de Ngaoundéré, Cameroun)</i></p> <p><b>Session 9 : COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR AFRICAIN</b>  <u>Présidents</u> : Pr Victor TSAPI et Dr César NDIONE  <b>Salle 103</b></p> <p>L'impact des parcours de vie dans les pratiques alimentaires des migrants sénégalais entre ici et là-bas  <i>César NDIONE (IUT DE REIMS, France)</i></p>	

	<p>Ramadan : mois du gaspillage alimentaire ?  <i>Ines BAHRI HAMMAMI, Salma-Inès DAOU (Laboratoire de recherche en marketing ERMA, Tunisie), Norchène BEN DAHMANE MOUELHI, Souhé GAMHA (IHEC Carthage – Université Carthage, Tunisie)</i></p> <p>Automédication en Afrique : une étude transnationale par la valeur perçue et la personnalité des consommateurs  <i>Paul NGOBO (Université Paris-Dauphine, France), Adele Sabine NGUIMBI (UNIVERSITE OMAR BONGO GABON – Gabon), Sekou Coulibaly, Adama DIABATE (Institut Universitaire de Gestion, IUG, Université de Bamako, Mali)</i></p>	
<b>APRES-MIDI</b>	<b>SESSION PUBLICATIONS AMPHI 2 (sous-sol)</b>	<b>17H45 – 18H00</b>
<b>PUBLICATIONS</b>	<p><b>PUBLICATIONS</b></p> <p><b>Mbaye DIALLO &amp; Souad DJELASSI</b> (NS 2021 RAM Marketing et Globalisation)</p> <p><b>Isabelle COLLIN-LACHAUD</b> (Décisions Marketing)</p> <p><b>Fatiha FORT</b> (Systèmes Agro-alimentaires)</p>	<b>PUBLICATIONS</b>
	<b>REUNION AG « ASSOCIATION RMPA » AMPHI 2 (sous-sol)</b>	<b>18H00-18H30</b>



**NOUS REMERCIONS TOUS NOS PARTENAIRES !**

<p style="text-align: center;"><b>Accès IMMD-LEA : 651 avenue des Nations Unies – 59100 ROUBAIX</b></p>
---

Depuis la gare **Lille Flandres** ou la gare **Lille Europe** (Lille) :

1. Prendre le **métro ligne 2** (ligne rouge) - Direction C.H. Dron (Tourcoing).
2. Descendre à l'**arrêt métro gare Jean-Lebas** (Roubaix).
3. Prendre la **rue de l'Alma** pour aller vers l'**avenue des nations unies**. Le campus IMMD-LEA est à l'intersection, à gauche.

**Il faut compter environ 25-30 minutes de trajet au total entre Lille et Roubaix  
arrêt métro gare Jean-Lebas.**

NB : merci de vous munir d'une pièce d'identité pour le contrôle à l'entrée et indiquer participation à la JRMPA come motif de présence.