



APPEL A COMMUNICATIONS

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

Marrakech, Maroc, 25 novembre 2021

Selon la Banque Africaine de Développement (BAD), le PIB du continent africain a enregistré un taux de croissance de 3,4% en 2019. Cependant et même si la BAD prévoit un rebond de 3% en 2021, la croissance du continent en 2020 connaîtrait, en raison de la pandémie, une chute de 3,4%.

Malgré cette baisse prévue de croissance en 2020, l'Afrique avec ses changements sociaux et sociétaux, économiques et technologiques, offre toujours des opportunités de croissance à de nombreuses entreprises du monde entier. Ces opportunités s'expliquent 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. Elle se positionne, en 2018, comme un continent avec l'un des taux d'utilisation du mobile les plus forts (presque 80%) avec un taux de croissance du marché évalué à +4% par rapport à l'année 2017².

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, Casino, 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)³. Cet appel à communication a donc trois principaux objectifs :

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

² https://developer.orange.com/orange_explains/marche-mobile-afrique-francophone/

³ 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

- 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 les chercheurs et les managers intéressés par les problématiques des pays d'Afrique au sens large (Afrique sub-saharienne, Afrique Centrale et Afrique du Nord) qu'ils soient situés dans des pays d'Afrique ou dans d'autres pays (émergents ou développés). Des initiatives ont 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 » et de la création de l'association « Recherche Marketing sur les Pays d'Afrique » (RMPA).

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 avec un fort potentiel scientifique et managérial. 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 comportements des consommateurs africains pendant la pandémie Covid-19.
- Les réactions des entreprises en Afrique suite à la pandémie Covid-19.
- 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 deux formats :

- **Format poster** : 1 page résumant les grandes lignes d'un projet de recherche non encore abouti, un projet pédagogique innovant, une étude de cas, etc., times 12, interligne 1,5 et marges 2,5, incluant tout.
- **Format court** : 5 pages maximum, times 12, interligne simple et marges 2,5 hors page de titre, références bibliographiques et annexes

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

Pour chaque soumission, **au moins un auteur s'engage à présenter la communication en cas d'acceptation.**

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://jrmpa2021.sciencesconf.org/>

Les fichiers de soumission doivent absolument être nommés comme suit : **Titre soumission-JRMPA2021** (ex : si le titre du papier est « la relation satisfaction-fidélité », il faut le soumettre sous le nom : la relation satisfaction-fidélité-JRMPA2021)

Opportunités de publication et prix

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*).

Le Comité scientifique étudie également la possibilité de piloter un cahier spécial dans une revue classée (HCERES/ FNEGE/ CNRS) ou dans un ouvrage collectif. Les informations à ce sujet seront communiquées plus tard. Dans le cas positif, un Comité de lecture *ad hoc* fera la sélection des projets à soumettre selon la procédure de la revue ou de la maison d'édition.

La société Le Sphinx (éditeur de logiciels – prestataire d'études) décernera un « Prix de la meilleure communication » de la Journée. Le Prix consistera à un équipement logiciel pour le laboratoire du lauréat. Ainsi, le lauréat gagne et fait gagner son laboratoire.

Calendrier prévisionnel de soumission

Date d'ouverture des soumissions	01 Février 2021
Date limite de soumission des communications	05 avril 2021
Date des notifications des décisions aux auteurs	25 mai 2021
Date limite de soumission des versions finales	18 juin 2021

Comité scientifique

Présidentes

Souad DJELASSI Maître de conférences HDR Université de Lille (IUT C)

Fatou DIOP SALL Professeur titulaire Université Cheikh Anta Diop de
Dakar (UCAD)

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)
Amadou BA	Maitre-Assistant	Université Gaston Berger (UGB) UFR- SEG (Sénégal)
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)
Si Mohamed BENMASSOU	Professeur Habilité	ENCG de Marrakech, Université Caddi Ayyad (Maroc)
Bertrand BELVAUX	Professeur des Universités	Université de Bourgogne (France)
Norchene BEN DAHMANE – MOUELHI	Maître de conférences HDR	IHEC Carthage (Tunisie)
Lhoucine BERBOU	Professeur des universités	ENCG de Settat, Université Hassan Premier (Maroc)
Younes BOUGHZALA	PhD-Directeur commercial	Le Sphinx Développement (France)
Néji BOUSLAMA	Professeur	Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis (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)
Sékou Boukadary COULIBALY	Maître-assistant	Institut Universitaire de Gestion-IUG (Mali)
Ibrahima Samba DANKOCO	Professeur titulaire	Université Cheikh Anta Diop-FASEG (Sénégal)
Samba DEME	Maître assistant	Université Gaston Berger–UFR-SEG (Sénégal)
Fawzi DEKHIL	Maitre de Conférences	Université de Tunis El Manar (Tunisie)
Sihem DEKHILI	Maître de conférences HDR	Université de Strasbourg-EM Strasbourg (France)
Adama DIABATE	Maître-assistant	Université de Bamako- IIUDT (Mali)
Mbaye-Fall DIALLO	Professeur des Universités	Université de Lille (IMMD) (France)
Fatou DIOP-SALL	Professeur titulaire	Université Cheikh Anta Diop Dakar – ESP (Sénégal)
Souad DJELASSI	Maitre de conférences HDR	IUT C – Université de Lille (France)
Muriel FADAIRO	Professeur des Universités	Université Savoie Mont Blanc (IAE) (France)
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)
Chakib HAMADI	Professeur d’enseignement supérieur	ENCG de Marrakech, Université Cadi Ayyad (Maroc)
Richard HUN RAMIREZ	Professeur Assistant	EM Strasbourg (France)
Rim JALLOULI	Professeur	Université de Manouba (Tunisie)
Salima JAZI	Professeur habilité (HDR)	ENCG de Settat, Université Hassan Premier (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	Université Paris 13 (France)

	HDR	
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)
Ouidad SMAIL	Professeur habilité	ENCG de Settat, Université Hassan Premier (Maroc)
Karine PICOT-COUPÉY	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)
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)
Imène TRABELSI TRIGUI	Professeur	Université de Sfax
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

Présidents

Salima JAZI : Professeur habilité (HDR), ENCG de Settat, Université Hassan Premier, Maroc.

Nawfal BAHHA : Professeur assistant, ENCG de Marrakech, Université Cadi Ayyad, Maroc.

Membres

Enseignants-chercheurs :

Lhoucine BERBOU : professeur des universités, ENCG de Settat, Université Hassan Premier, Maroc.

Chakib HAMADI : professeur d'enseignement supérieur, ENCG Marrakech, Université Cadi Ayyad, Maroc.

Si Mohamed BEN MASSOU : professeur habilité (HDR), ENCG Marrakech, Université Cadi Ayyad, Maroc.

Abdelaziz RIDA : professeur assistant, ENCG de Settat, Université Hassan Premier, Maroc

Aziz ZOHRI : professeur habilité (HDR), ENCG de Settat, Université Hassan Premier, Maroc.

Doctorants/M2R : Hafida BOUDKOUSS, Jihane BOUMEDIANE, Sherazed DADA, Zineb ELBAYED, Issam EZZAHI, Chaimae HATHOUT Yasmine ZEMRANI, Khoulood ZGHAL

Contacts

E-mail de contact : jrmpamarrakech@gmail.com

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

Partenaires

