

APPEL A COMMUNICATIONS

1^{ère} Journée de Recherche sur les Pays d’Afrique (JRPA)

Lille, 30 novembre 2017

Selon la Banque mondiale, les marchés émergents et les économies en développement afficheraient une croissance de 5,8 % en 2016. Le FMI prévoit une croissance de 4,7% dans les pays émergents en 2017. De plus en plus d’investisseurs, nationaux et étrangers, sont attirés par le potentiel que représentent ces pays (ex. ouverture de nouveaux centres commerciaux, Smartphones dédiés, services innovants, ...).

Les pays émergents suscitent également un intérêt croissant chez les chercheurs en sciences de gestion comme le témoignent par exemple les deux numéros spéciaux de *Journal of Business Research* dont l’un est consacré aux « opportunités et enjeux des pays émergents pour les professionnels »¹ et l’autre porte sur « les stratégies multinationales dans les pays émergents »^{2 3}. Cependant, le manque de travaux de recherche sur ces marchés est notable (Lages, Pfajfar, et Shoham, 2015)⁴. De manière plus spécifique, le continent africain mérite une attention particulière tant il est singulier sur le plan culturel, social et économique. Dans ce continent, la classe moyenne est passée de 5 à 15% en deux décennies (Ncube et Shimeles, 2012)⁵. Les travaux de recherche, en marketing en particulier et en sciences de gestion ou économie en général, doivent mieux prendre en compte cette spécificité, en apportant des contributions authentiques et sociétales pour favoriser un développement endogène.

Cette journée de recherche a pour objectif de réunir les chercheurs (en marketing et en gestion) intéressés par les problématiques des pays d’Afrique au sens large (Afrique subsaharienne et Afrique du Nord). Plus spécifiquement, il s’agit :

- De construire des ponts entre différents chercheurs (situés dans des pays d’Afrique et dans d’autres pays émergents ou développés).
- De contribuer à l’avancement théorique de la recherche sur les pays d’Afrique.

¹ <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-business-research/call-for-papers/challenges-and-opportunities-for-marketers-in-the-emerging-m/>

² <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-business-research/call-for-papers/emerging-market-mnacs-post-acquisition-strategies>

³ Le terme « emerging markets » ou « emerging countries » englobe les pays en développement et les pays émergents (voir les deux appels à publications cités ci-dessus).

⁴ 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.

⁵ Ncube, M. et Shimeles A. (2012), “The Making of the Middle Class in Africa”, African Development Bank Report : http://www.uneca.org/sites/default/files/page_attachments/aec2012-399.pdf

- De proposer des recommandations pour le management des entreprises (nationales ou internationales) et des organisations publiques.

Thèmes non exhaustifs:

Les chercheurs sont invités à soumettre des recherches empiriques, méthodologiques et conceptuelles qui mettent l'accent sur des sujets en marketing et en gestion liés aux pays africains. Sans que cette liste soit exhaustive, ils 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.
- Immigration africaine, pauvreté, stratégies à la base de la pyramide, 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*.
- La stratégie de marque: marque locale/ globale, pays d'origine, contrefaçon, etc.
- Stratégies associatives et coopératives : ONG, association, coopératives, GIE, etc.
- Entrepreneuriat : PME, TPE, entrepreneuriat social, femmes entrepreneurs, BtoB, etc.
- Management et marketing sectoriels : luxe, santé, industrie, agro-business, tourisme / hospitalité, banque, etc.
- Etudes cross-culturelles (pays africains / autres pays émergents ou développés).

Les communications peuvent être fondées sur des méthodes qualitatives ou quantitatives, des études de cas et des analyses conceptuelles. Les thèmes abordés peuvent avoir une orientation stratégie, marketing et comportement du consommateur ou de l'organisation. Ils peuvent être aussi abordés dans différents domaines des sciences de gestion ou de l'économie : ressources humaines, management public, logistique, système d'information, etc.

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

Format des communications, opportunités de publication et prix

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

- **Version courte** : 5 pages maximum, times 12, interligne 1,5 et marges 2,5, incluant tout (page de titre, résumés, texte, références bibliographiques et annexes).
- **Version longue** : 15 pages maximum, times 12, interligne 1,5 et marges 2,5, incluant tout (page de titre, résumés, texte, références bibliographiques et annexes).

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. 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 être nommés comme suit : titre soumission-JRPA2017

Opportunités de publication

Pour les communications avec un bon potentiel, et au vu de l'intérêt de la thématique abordée, le comité scientifique pourra encourager et accompagner le ou les auteur(s) à proposer leur projet dans des revues classées (liste HCERES/ FNEGE/ CNRS) ou dans d'autres supports (ouvrages collectifs). Dans ce sens :

- La revue *Management et Sciences Sociales* (FNEGE 4) sélectionnera les projets adaptés à son positionnement pour les envoyer en évaluation.
- La revue *Management & Avenir* (FNEGE 3/ CNRS 4) a donné son accord de principe pour publier **un cahier spécial** à partir des communications présentées à la JRPA. Un Comité de lecture constitué évaluera les projets sélectionnés selon la procédure de la revue.

Prix Sphinx de la meilleure communication

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.

Il s'agit de :

- **trois licences « Sphinx iQ 2 Quali » de 3 ans** (logiciel de conception de questionnaires et d'analyses quantitatives et qualitatives des données) et ;
- **un « compte SphinxOnline »** (1000 réponses, 5000 e-mails), plateforme d'hébergement, de diffusion des enquêtes (en ligne, tablettes, réseaux sociaux, etc.) et de partage de données.

L'équipement logiciel Sphinx offert sera créé au nom du laboratoire et envoyé par voie électronique directement au laboratoire du lauréat. Le lauréat doit mettre à disposition de Le Sphinx les coordonnées complètes de son laboratoire.

Prix « Jeunes Chercheurs » de la JRPA

Les deux meilleures communications écrites ou co-écrites par des jeunes chercheurs vont recevoir un **Premier prix jeune chercheur (1000 euros)** et un **Deuxième prix jeune chercheur (500 euros)** de la JRPA.

Calendrier prévisionnel de soumission

Date d'ouverture des soumissions	15 mai 2017
Date limite de soumission des communications	31 juillet 2017
Date des notifications des décisions aux auteurs	05 octobre 2017
Date limite de soumission des versions finales	06 novembre 2017

Comité scientifique

Présidents

Mbaye DIALLO	Professeur des Universités	Université de Lille 2 (IMMD)
Souad DJELASSI	Maître de conférences HDR	Université de Lille 2 (IUT C)

Membres

Fathi AKROUT	Professeur	Faculté des Sciences économiques et de Gestion Sfax (Tunisie)
Abdelmajid AMINE	Professeur des Universités	Université Paris-Est – IAE Gustave Eiffel (France)
Augustin ANASSE	Professeur titulaire	Université Alassane Ouattara – Bouaké (Côte d’Ivoire)
Nawel AYADI	Maître-assistante	ISG Tunis (Tunisie) et Université Paris Descartes (France)
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	Université de Carthage - IHEC Carthage (Tunisie)
Mohamed Slim BEN MIMOUN	Professeur-chercheur HDR	SKEMA Business School (France)
Samuel K. BONSU	Professeur	Ghana Institute of Management and Public Administration (Ghana)
Younes BOUGHZALA	Docteur - Directeur de programmes de recherche	Le Sphinx (France)
Salah BOUMAIZA	Professeur	Université de Carthage - FSEG de Nabeul (Tunisie)
Sue BRUNING	Professeur	Université de Manitoba (Canada)
Abdelatif CHAKOR	Professeur	Université Mohamed V, Faculté de Souissi de Rabat (Maroc)
Odile CHANUT	Professeur des Universités	Université Jean-Monnet – IAE Saint-Etienne (France)
Isabelle COLLIN-LACHAUD	Professeur des Universités	Université de Lille 2 (IMMD)
Daouda COULIBALY	Professeur-chercheur	ISTEC Paris (France)
Ibrahima Samba DANKOCO	Professeur titulaire	Université Cheikh Anta Diop - FASEG (Sénégal)
Isabelle DECOOPMAN	Professeur-chercheur	SKEMA Business School (France)
Sihem DEKHILI	Maître de conférences HDR	Université de Strasbourg - EM Strasbourg (France)
Fatou DIOP-SALL	Professeur Agrégée	Université Cheikh Anta Diop Dakar – ESP (Sénégal)
Nibrass EL AOUD	Professeur	IHEC Sfax (Tunisie)

Camal GALLOUJ	Professeur des Universités	Université Paris 13 (France)
Faouzi GHIDOUCHE	Maître de conférences	HEC Alger (Algérie)
Delphine GODEFROIT-WINKEL	Enseignant-chercheur	Indépendante (Maroc / Belgique)
Birahim GUEYE	Professeur Agrégé	Université Gaston Berger Saint-Louis (Sénégal)
Rim JALLOULI	Professeur	Université de Manouba (Tunisie)
Salima JAZI	Professeur habilité (HDR)	Université Hassan Premier - ENCG de Setta (Maroc)
Joseph KASWENGI	Maître de conférences	Université d'Orléans (France)
Clarisse KIENOU-TRAORE	Maître Assistante	Université Ouaga II – FEG (Burkina Faso)
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)
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)
Philippe ODOU	Professeur des Universités	Université de Reims Champagne Ardennes (France)
Karine PICOT-COUCPEY	Maître de conférences	Université de Rennes 1 - IAE-IGR (France)
Yvon PESQUEUX	Professeur des Universités	CNAM Paris (France)
Ingrid PONCIN	Professeur (HDR)	Université Catholique de Louvain à Mons (Belgique)
Fatima REGANY	Maître de conférences	Université Lille 2 – IMMD (France)
Valérie RENAUDIN	Maître de conférences	Université Paris Dauphine (France)
Arnaud RIVIERE	Maître de conférences HDR	Université de Tours - IAE (France)
Abdellatif SADIKI	Professeur de l'enseignement supérieur	Université Hassan II (Maroc)
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 de Parakou (Bénin)
Nizar SOUIDEN	Professeur titulaire	Université de Laval (Canada)
Nil TOULOUSE	Professeur des Universités	Université Lille 2 – IMMD et SKEMA (France)
Mourad TOUZANI	Professeur Associé	Neoma Business School (France)
Victor TSAPI	Professeur titulaire	Université de Ngaoundéré (Cameroun)
Pierre VALETTE FLORENCE	Professeur des Universités	Université Grenoble Alpes (France)
Zahir YANAT	Professeur (HDR)	Kedge Business School (France)

Pietro ZIDDA	Professeur de Marketing	Université de Namur (Belgique)
Sondes ZOUAGHI	Maître de conférences HDR	Université Paris Seine - Cergy-Pontoise (France)

Comité d'organisation et contacts

Mohamed Slim BEN MIMOUN, Mbaye DIALLO, Souad DJELASSI, Frédérique PERRON, Jean-François TOTI, Nil TOULOUSE.

Rania CHAABANE, Alex DESLEE, Ines SASSI, Ly VO.

Contacts

E-mail de contact : jrpalille@gmail.com

Partenaires et revues associées



Laboratoire LSMRC
EA 4112



Centre
MERCUR



REVUE
management
& avenir



Management
& Sciences Sociales

