APPEL A COMMUNICATIONS

2ème Colloque international « services, tourisme et distribution dans les pays émergents » organisé conjointement par HEC Rabat (CReSC) et l'Université Paris 13 Sorbonne Cité (CEPN-CNRS)

Services, tourisme et distribution dans les pays émergents

Services, Tourism and Retailing in Emerging Countries

HEC Rabat

Rabat (Maroc), 19-20 Octobre 2018

Les activités commerciales et de service représentent aujourd'hui près de 75% du PIB et de l'emploi dans la plupart des pays développés. Malgré la persistance, (et le regain sporadique en période de crise) de certains discours industrialistes qui persistent à considérer les secteurs de service comme parasitaires, peu innovants ou encore faiblement capitalistiques, force est de constater qu'il devient de plus en plus difficile aujourd'hui de contester le rôle économique de premier plan que peuvent jouer ces services dans les économies développées contemporaines. En effet, principaux pourvoyeurs d'emplois et principaux contributeurs à la valeur ajoutée au cours de ces dernières décennies, les services jouent également un rôle déterminant dans l'avantage compétitif global des firmes et de nations (cf. sur ce point le titre très évocateur de l'ouvrage de F. Gallouj, 2002 ; *Innovation in the Service Economy, the New Wealth of Nations*). Les services influencent en effet très directement la capacité d'adaptation et d'innovation des firmes industrielles ou tertiaires ; autrement dit ces activités jouent un rôle stratégique dans le système productif. Elles sont essentiellement des activités de réseau dont la signification économique réelle se reflète dans leurs nombreux effets (en termes de flexibilité, d'adaptabilité, de compétitivité, etc.) sur les autres fonctions économiques

Pour autant, l'essentiel des travaux consacrés aux services et au commerce reste centré sur le cas des pays développés (seul le tourisme peut faire ici, et dans une certaine mesure, figure d'exception). Curieusement, les économies émergentes ou en développement semblent pour l'essentiel, étrangères à ces débats théoriques et politiques. Plus précisément, la problématique du commerce et des services dans les pays émergents et/ou en développement peut se résumer à deux trajectoires de recherche distinctes successives.

- la première qui date du début des années 90, et qui semble avoir perdu en vigueur ces dernières années analyse la question des services au travers des besoins des firmes multinationales ou plus précisément de leurs filiales implantées dans les pays du Sud ;
- la seconde qui remonte pour l'essentiel au début des années 2000 a quant à elle été portée par les réflexions menées dans de nombreux pays développés sur les délocalisations et l'outsourcing/offshoring des services

Ces travaux restent cependant très parcellaires et très éloignés des enjeux considérables qu'ils représentent ou devraient représenter à l'avenir pour les pays émergents. Tout d'abord, on constate qu'ils sont pour l'essentiel focalisés sur les services habituellement qualifiés de productif, autrement dit les services rendus aux entreprises (conseil, audit, services informatiques…).

La littérature reste en revanche relativement limitée (tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif) en ce qui concerne le commerce et les services aux ménages dans leur ensemble. Or, on ne peut nier que dans l'ensemble des pays concernés, on assiste à l'émergence d'une classe moyenne fortement consommatrice de services. Ainsi, le développement économique et la croissance sont largement portés par une demande intérieure (des ménages) en très forte croissance. Un certain nombre de travaux sur la grande distribution ont pu analyser la manière dont les classes moyennes ont contribué

à accélérer le développement des formes modernes de distribution (hypermarché, supermarché, voire commerce en ligne).
A ce niveau une autre problématique, peu investie par les chercheurs, semble très prometteuse dans le cadre des réflexions sur les services et le commerce dans les pays émergents : celle de l'accélération des relations commerciales horizontales c'est-à-dire entre les pays émergents eux-mêmes… On peut citer à titre d'exemple l'avancée de la grande distribution turque dans les pays du Maghreb, la diffusion en Afrique sub-saharienne des services bancaires et d'assurance, des services d'études et conseil à partir d'une base maghrébine ou encore le développement remarquable du tourisme horizontal, intra-zone ie entre les pays émergents eux-mêmes…

L'objectif de ce colloque est d'actualiser nos connaissances sur le commerce, le tourisme et les services dans les pays émergents et en développement à la lumière des bouleversements qui affectent les secteurs de service. Il est donc aussi de tenter combler en partie le « *gap* » de recherche concernant les services le tourisme et le commerce dans ces pays.

Les communications attendues peuvent relever de multiples champs disciplinaires (gestion, économie, sociologie ou encore géographie-aménagement…) et les contributions peuvent être de nature théorique, empirique ou méthodologique. Les préoccupations pourront être globales et porter sur l'avenir et les perspectives des services, du tourisme et du commerce dans les pays émergents, tout comme elles pourront se situer à un niveau « micro » et se centrer sur les comportements des firmes et des consommateurs dans ces pays.
Autrement dit, toutes les problématiques des services, du tourisme ou du commerce (innovation, GRH, stratégie, marketing, opérations...) sont bienvenues et seront prises en compte dès lors qu'elles sont appliquées aux pays émergents et/ou en développement.

Nous fournissons dans ce qui suit à titre d'exemple une liste non exhaustive des thématiques envisageables. Ces thématiques s'inscrivent pleinement dans les champs de recherche promus par le RESER, principale association européenne de recherche sur les services et partenaires de ce colloque, mais également par nos deux autres partenaires que sont le RRI (Réseau de recherche sur l'Innovation), l'AFMAT (Association Francophone de Management du Tourisme) et l'ARIMHE (Association pour la Recherche Interdisciplinaire sur le Management des Entreprises).

Liste non exhaustive de thématiques possibles

- Services, tourisme et développement économique
- Consommateur et relation de service
- Services, pauvreté et consommation
- Commerce et grande distribution dans les pays émergents
- Commerce traditionnel vs distribution moderne
- Tourisme et enjeux du tourisme
- Tourisme durable, tourismes autrement
- Innovation dans le tourisme, e-tourisme
- Services et FMN, commerce international des services
- Outsourcing et délocalisations de services
- Services espace et territoires, services et villes, tourisme et ville
- Externalisation-internalisation des services
- Innovation, R&D, entrepreneuriat et services
- NTIC et services/tourisme/commerce
- Hôpitaux, santé, services sociaux
- Innovation en santé, innovation médicale
- Clusters, pôles de compétitivité et partenariats public-privé
- Services, productivité et performance
- Services et dynamiques de l'emploi
- Prospective des métiers des services, du tourisme et de la distribution
- GRH dans les services, le tourisme et le commerce
- Centres d'appels et GRH
- Politiques publiques et services
- Services, développement durable, RSE

Notons que trois « *tracks* » spécialisés seront organisés lors des ateliers. Le premier regroupera les communications portant sur le commerce et la distribution, le second celles qui toucheront à la problématique du tourisme et enfin le troisième regroupera les communications abordant le secteur des services en général. Un 4eme *track* spécialisé pourra être organisé selon les besoins.

Atelier Doctorants

Un atelier doctorants sera également organisé en parallèle, de manière à apporter un soutien complémentaire aux doctorants qui souhaiteraient discuter de leurs avancées avec des enseignants-chercheurs confirmés ou tout simplement demander des avis complémentaires (ou encore faire part de leurs difficultés). L'atelier s'adresse prioritairement aux doctorants avancés mais la participation au colloque reste également ouverte aux doctorants en première inscription.

Comité scientifique

ABAKOUY Mostafa (ENCG Tanger, UAE)
ALIOUAT Boualem (Université de Nice)
AMINE Abdelmajid (IAE G. Eiffel, Université Paris-Est Créteil, UPeC)
BAHIA Kamilia (Université Tunis El Manar)
BAHOUSSA Abdelaziz (EST Salé, Université Rabat Agdal)
BALHADJ Said, (ENCG Université Abdelmalek Essaadi)
BATIFOULIER Philippe (Université Paris 13 Sorbonne cite)
BEN DAHMANE Norchene (IHEC Carthage)
BENSEDDIK Mohammed (ENCG Oujda)
BENSLIMANE Sonia (Novancia Business School)
BENZIANE Abdelbaki (ENPO, Oran)
BOUCHIKHI Hamid (ESSEC Business School)
BRASSEUR Martine (Université de Paris-Descartes)
CAMACHO José Antonio (Université de Granada)
CASADELLA Vanessa (Université de Picardie Jules Verne)
CHIADMI Noureddine (Groupe Sup de Co La Rochelle)
CHAOUKI Farid (Université Cadi Ayad de Marrakech)
CHAKOR Abdellatif (Faculté de Droit Rabat Souissi)
CLERGEAU Cécile (Université d'Angers)
DEBABI Mohsen (ESC Tunis)
DELAPLACE Marie (Université Paris Est Marne la vallée)
DIALLO Mbaye Fall (Université de Lille)
DJELLAL Faridah (Université de Lille)
DJELASSI Souad (Université de Lille)
EL MANSOURI Souad (ENCG Casablanca)
EL ABBADI Bouchra (ENCG Tanger, UAE)
EL KADIRI BOUTCHICH Driss (Université Mohammed 1er, Oujda)
ELHASSOUNI Soumaya (Université Mohammed V, Souissi, Rabat)
FRIKHA Azza (Ecole Supérieure de Commerce de Tunis)
FRIMOUSSE Soufyane (IAE, Université de Corse)
GALLOUJ Camal (Université de Paris 13)
GALLOUJ Faïz (Université de Lille)
GALLOUJ Nizar, (ENCG Oujda)
GHARBI Abderrazak (FSEG, Université Tunis el Manar, Tunis)
GUENNIF Samira (Université Paris 13 Sorbonne Cité)
GHIDOUCHE Faouzi (HEC Alger)
HAJER Bellalouna (Université Tunis El Manar)
HAMDOUCH Abdellilah (Université de Tours)
HAMIMAZ Rachid (IAV Rabat)
HARROUD Tarik (Institut National d'Aménagement et d'Urbanisme, Rabat)
HMIOUI Aziz (ENCG, Université Sidi Mohammed ben Abdellah, Fes)
IBENRISSOUL Abdelmajid (ENCG Casablanca)
JAZI Salima (ENCG Settat)
KASBAOUI Tarik (Université Chouaib Doukkali)

KHATORI Youssef (FSJES, Université Ibn Tofail, Kénitra)
KHAYAT Assya (Université d'Oran)
LAPERCHE Blandine (RRI, Université du Littoral)
LEBZAR Bouchra (ENCG Marrakech)
LOUITRI Abdenbi (Université Cadi Ayad, Marrakech)
MESSEGHEM Karim (Université de Montpellier 1)
MIGNON Sophie (IUT Nimes, Université Montpellier)
MOATI Philippe (Université Paris Diderot et OBSOCO)
MONNOYER Marie Christine (IAE, Université Toulouse 1 Capitole)
MZALI Hassen (IHEC Carthage)
NEFZI Ayoub (ISG Sousse)
NEKKA Hadj (Université d'Angers)
PACHE Gilles (Université de la Méditerranée Aix Marseille 2)
PERETTI Jean Marie (IAE Corte et ESSEC)
PHILIPPE Jean (Université Aix Marseille 3)
RAUPP DE VARGAS Edouardo (University of Brazilia)
RIANE Fouad (Ecole Centrale Casablanca)
RIGAR Sidi Mohamed (Université Cadi Ayad, Marrakech
SCOUARNEC Aline (Université de Caen)
SIDMOU Mohamed Larbi (Université Cadi Ayad Marrakech)
SELMI Nourreddine (IHEC Carthage)
SEMAOUNE Khalissa (Université d'Oran)
SMIDA Ali (Université Paris 13 Sorbonne cite)
TOUZANI Mourad (Néoma Business School)
TRIKI Abdelfattah (ISG Tunis)
WALLISER Elisabeth (IAE, Université de Nice Sophia Antipolis)

Comité d'organisation

AMINE Abdelmajid, Université Paris-Est, co-Président du Comité d'organisation
EL KOUHEN Hamza, HEC Rabat
EL KOUHEN Zineb, Laboratoire CReSC, HEC Rabat
GALLOUJ Camal, Université Paris 13, Sorbonne cité, Responsable des opérations
OUFAQUIR Fatiha, HEC Rabat
ISMAILI Zineb, HEC Rabat
SKALLI-HUSSEINI Ilham, HEC Rabat, Présidente du Comité d'organisation

Procédure d'évaluation

Les communications peuvent être soumises en français ou en anglais. Elles sont évaluées selon le processus classique : évaluation en double aveugle à partir d'une grille de lecture pré-formatée

Calendrier prévisionnel

Dépôt des intentions de communication (200 à 400 mots) : **A partir du 10 Mars 2018**
Remise des textes complets : **30 juin 2018**
Retour des évaluations : **15 Juillet 2018**
Retour des textes révisés : **10 Septembre 2018**
Date du colloque : **19-20 Octobre 2018**

Procédure et directives pour la soumission des communications

Les textes des communications doivent être envoyés sous format électronique et simultanément à :

camal@gallouj.com
Zineb.ek@hec.ac.ma

Normes de présentation

Le format de soumission des communications doit respecter les instructions suivantes :
- La première page contiendra les noms et qualités des auteurs, le titre de la communication et les coordonnées de contact de l'auteur (mail).
- La deuxième page ne contiendra que le titre de la communication, un résumé en français et en anglais et 4 à 5 mots clés.

- Le texte sera dactylographié sous format Word, caractères Times 12, format, A4, marges de 2,5 cm, interligne simple, 15 à 20 pages

Les communications ne doivent pas comporter d'annexes. Tableaux, schémas, images et autres ajouts (en noir et blanc) sont insérés dans le texte.
Les parties suivent une numérotation simple : 1., 1.1., 1.1.1., etc.

- Titre : times 16 en **gras**
- Nom de l'auteur : times 14 en **gras**
- Résumé et Abstract en **gras** en 16, puis contenu en times 12
- Titre 1. : Times 14 en **gras**
- Titres 1.1. : Times 12 en **gras**
- Conclusion : Times 14 en **gras**

- Bibliographie : Times 14 en gras, puis contenu en times 12, suivant le modèle suivant :
- Ouvrage : nom de l'auteur et initiale du prénom, date de publication, *Titre de l'ouvrage*, Editeur, Lieu d'édition, (exemple : Gadrey J. (2003), *Socio-économie des*

services, Repères, La découverte, Paris)
- Article : nom de l'auteur et initiale du prénom, date de publication « Titre de l'article », *Titre de la revue*, Vol. x, No. x, p. x-y.
(exemple : Moati P. (2011), « La montée en compétences marketing des distributeurs », *Management et Avenir*, n.°47, p. 189-204).

Valorisation

Une sélection des meilleures communications sera proposée pour publication dans :

1. « **European Review of Service Economics and Management** » (n° spécial)
2. la « **Revue Interdisciplinaire Management, Hommes et Entreprise** » (RIMHE)
3. **Innovations : revue d'économie et de management de l'innovation**

Un **ouvrage** collectif sera édité en France et/ou au Maroc

Contacts

Pr. Camal Gallouj
E-mail : camal.gallouj@univ-lille1.fr ; camal@gallouj.com
Tél (France): 00 33 (0)6 62 18 58 77 **Tél (Maroc)**: 00 33 (0)6 18 09 45 15

Zineb El Kouhen
E-Mail : zineb.ek@hec.ac.ma
Tel : 00 212 (0)5 37 67 12 76 ou + 212 (0)5 37 67 15 07

Fatiha Oufaquir
E-Mail : f.oufaquir@hec.ac.ma
Tel : 00 212 (0)5 37 67 12 76 ou + 212 (0)5 37 67 15 07

Bulletin d'inscription : Colloque international, Rabat
« Services, tourisme et distribution dans les pays émergents »

Nom : …….. Prénom : …….

Titre / Fonction : ……

Etablissement / Société : ……

Adresse postale : ……

……..

Adresse e-mail : …….

Téléphone : …….

Participera au colloque « services tourisme et distribution dans les pays émergents », les 19-20 Octobre, HEC Rabat, Maroc

Frais d'inscription :

	Avant le 10/09/2018	Après le 10/09/2018
Doctorants	**450 Dhs (45€)**	**600 Dhs (60€)**
Académiques	**1200 Dhs (120€)**	**2000 Dhs (200€)**
Professionnels	**2000 Dhs (200€)**	**3000 Dhs (300€)**

Les frais d'inscription comprennent les actes, les repas du midi et pauses café ainsi que le diner de gala

Modalités de règlement

❑Sur place en dirham ou en devises étrangères (contre facture)

❑Bon de commande

❑ Western Union/Moneygram
(Mr Larbi Bencheikh 4 rue Tulipa, Secteur 18, Hay Riad, 10100 Rabat, Maroc)

❑Virement bancaire individuel
HEC-Ecole de Hautes Etudes Commerciales — RIB : 007 810 0006998000000151 71
Code SWIFT : BCM AM AMC — Attijariwafa Bank Rabat Maroc

A renvoyer à l'adresse ci-dessous :

Fatiha Oufaquir – HEC-Rabat
Mail : f.oufaquir@hec.ac.ma

Ou
Tél : + 212 5 37 67 12 76 // + 212 5 37 67 15 07