



## **APPEL A COMMUNICATIONS**

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

**Lille, France, 28 novembre 2024**

Selon la Banque Africaine de Développement (BAD), le PIB du continent africain a enregistré un taux de croissance 3,4% en 2021. Cette dynamique économique a été portée par les cours favorables de matières premières, surtout dans une région qui compte des exportateurs nets de pétrole brut, de minéraux et autres produits de base. La croissance économique de l'Afrique devrait dépasser celle du reste du monde au cours des deux prochaines années, avec un produit intérieur brut (PIB) réel d'environ 4 % en moyenne en 2023 et 2024 (BAD). L'Afrique avec ses changements sociaux et sociétaux, économiques et technologiques, offre toujours des opportunités de croissance à de nombreuses entreprises du monde entier. « Globalement, les perspectives économiques de la région Afrique centrale sont favorables pour 2023 et 2024. Ces performances sont les résultantes des réformes structurelles mises en œuvre pour soutenir les secteurs non extractifs et de l'augmentation de la demande extérieure et des cours des principaux produits exportés par les différents pays de la région. » a souligné Hervé Lohoues, économiste régional en chef pour l'Afrique centrale et chef de Division par intérim des économistes pays pour l'Afrique australe, l'Afrique de l'Est et le Nigeria. Au niveau régional, en 2022, c'est le secteur des services qui constitue la principale composante du PIB nominal avec un poids de 42,1%.

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.

En outre, des hubs et des incubateurs technologiques apparaissent sur tout le continent. Ces centres sont devenus la « Silicon Valley » de l'Afrique et continuent de produire les meilleurs innovateurs et entrepreneurs technologiques que l'Afrique n'ait jamais connus. Les entrepreneurs africains utilisent l'internet et la technologie pour résoudre les problèmes et les

défis du continent. Des services de taxi aux systèmes de paiement mobile, en passant par les services de livraison à moto, les start-ups technologiques africaines débordent de créativité et de promesses. De nombreux métiers dans le marketing digital constituent des pistes importantes pour absorber les compétences de la jeunesse. En outre, la révolution verte constitue également une énorme opportunité commerciale. Comme partout dans le monde, l'appétit pour les produits et services verts et écologiques croît rapidement.

En dépit des nombreuses opportunités que présente le continent et malgré l'engouement des professionnels pour le continent africain, trop peu de recherches en marketing et en sciences de gestion portant sur les marchés et les consommateurs africains sont développées.

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 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 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 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/ 2007 exclusivement via la plateforme dédiée : <https://jrmpa2024.sciencesconf.org/>

Les fichiers de soumission doivent absolument être nommés comme suit : **Titre soumission-JRMPA2024** (ex : si le titre du papier est « la relation satisfaction-fidélité », il faut le soumettre sous le nom : la relation satisfaction-fidélité-JRMPA2024)

---

## **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	31 janvier 2024
Date limite de soumission des communications	01 mars 2024
Date des notifications des décisions aux auteurs	5 mai 2024
Date limite de soumission des versions finales	5 juin 2024

## Comité scientifique

### Présidente

Pr Ingrid PONCIN

Professeure ordinaire

UCLOUVAIN – LOURIM - LSM

Membres : A VENIR

## Comité d'organisation et contacts

### Co-présidents

Mbaye DIALLO, professeur des universités

Souad DJELASSI, professeur des universités

### Membres (liste non exhaustive)

Hafida BOUDKOUSS, Alex DESLEE, Marie-Hélène FOSSE GOMEZ, Redouane JIDAL, Elodie JUGE, Vouloir MAHOUKOU, Jean-François TOTI, Annabel SALERNO, Khouloud ZGHAL [...].

## Contacts

**E-mail de contact** : [jrpalille@gmail.com](mailto:jrpalille@gmail.com)

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

**Page LinkedIn** : <https://www.linkedin.com/company/86293638/admin/feed/posts/>

## *Partenaires*