

Avec l'appui du projet ANR PEA DISCOM (université de Lille | université de Thiès)



APPEL A COMMUNICATIONS

5èmes Journées de Recherche Marketing sur les Pays d'Afrique (JRMPA)

Sénégal (Thiès & Dakar), 11 et 12 juin 2026

Malgré la montée des incertitudes géopolitiques et des tensions commerciales, La croissance économique africaine devrait passer de 3,3 % en 2024 à 3,9 % en 2025, pour atteindre 4 % l'an prochain (Banque Africaine de Développement)¹. 21 pays africains atteindront une croissance supérieure à 5 % en 2025, dont quatre d'entre eux (l'Éthiopie, le Niger, le Rwanda et le Sénégal) pouvant atteindre le seuil critique de 7 % nécessaire à la réduction de la pauvreté et à une croissance inclusive.

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. Avec ses changements sociaux et sociétaux, économiques et technologiques, l'Afrique offre toujours des opportunités de croissance à de nombreuses entreprises du monde entier. Selon Hervé Lohoues (BAD), 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.

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

¹ Source : <https://www.afdb.org/fr/news-and-events/press-releases/rapport-perspectives-economiques-en-afrique-2025-des-perspectives-court-terme-resilientes-pour-la-france-malgre-les-vents-contraires-economiques-et-politiques-le-chelle-mondiale-84057#:~:text=La%20croissance%20%C3%A9conomique%20africaine%20devrait,rapport%20phare%20%C2%AB%20Perspectives%20%C3%A9conomiques%20en>

(Auchan, Carrefour, Casino, Leroy Merlin, KFC, Pizza Hut, etc.) dans de nombreux pays d'Afrique en est témoin. Mais il faut aussi compter avec le dynamisme des chaînes locales (*Lekku Fii* au Sénégal, Label'Vie SA au Maroc, Shoprite Holdings en Afrique du Sud, etc.) qui ont l'avantage de la connaissance des réalités socio-culturelles. Parallèlement, le tissu économique africain est dominé par des PME et des TPE dynamiques, mais qui font face à de nombreux défis (accès au financement, formalisation, accès au marché public et au marché international, ...). Cependant, un frein majeur revient souvent, peu importe le contexte, est l'accès au marché en général. Cela pose la question du rôle central du marketing dans le succès ou l'échec des PME – TPE dont les dirigeants n'ont pas toujours été formés aux fondamentaux du marketing stratégique (étude de marché, segmentation/ ciblage/ positionnement) et du marketing opérationnel (développement produit, fixation du prix, techniques de communication et stratégies de distribution/ commercialisation).

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 connu. 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).

Thème principal :

Le thème principal de cette édition du colloque est : **« Produits locaux et consommation locale : quel modèle de marketing pour les PME et TPE d'Afrique ? »**

Autres 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, une vidéo pédagogique, 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 projets 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 par le Comité scientifique.

La première page de la soumission doit comprendre : le titre de la communication, les noms et prénoms des auteurs, l'affiliation (institution, laboratoire, pays) et le contact (e-mail).

La deuxième page 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.

Voir feuille de style accessible ici : <https://jrmpa2026.sciencesconf.org/resource/page/id/4>

Modalités d'envoi des soumissions

Les soumissions (format word 2007) doivent être faites exclusivement à l'adresse :
jrpalille@gmail.com

Les fichiers de soumission doivent être nommés comme suit : **Titre soumission-JRMPA2026** (ex : si le titre du projet est « la relation satisfaction-fidélité », il faut soumettre sous le nom : La relation satisfaction-fidélité-JRMPA2026)

Pour plus d'informations, voir le **site de la conférence** (ouvert à partir du 15 juillet) :
<https://jrmpa2026.sciencesconf.org/>

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) devrait décerner un « Prix de la meilleure communication » de la Journée (équipement logiciel pour le laboratoire du lauréat).

L'Association RMPA décernera un prix jeune chercheur pour encourager la recherche marketing en Afrique.

Calendrier prévisionnel de soumission et frais de colloque

Date d'ouverture des soumissions	15 juillet 2025
Date limite de soumission des communications	20 octobre 2025 – 5 novembre 2025
Date des notifications des décisions aux auteurs	10 janvier 2026
Date limite de soumission des versions finales	15 février 2026

Frais de colloque²:

- Doctorant ou jeune docteur (soutenance moins d'un an) : 60 euros (40 000 F CFA).
- Enseignant-chercheur : 150 euros (100 000 F CFA).

² Frais non remboursables, sauf en cas de refus de visa communiqué suffisamment à l'avance (un mois à l'avance). Les coûts de transfert (frais de virement ou commission plateforme de paiement en ligne) sont à la charge des auteurs.

- Professionnel ou autre participant : 100 euros (65 000 F CFA).
- Frais de participation aux visites en groupe (samedi 13 juin) : 60 euros (40 000 FCFA)

Comité scientifique

Présidents : Pr Abdou Karim FAYE (Université Cheikh Anta Diop Dakar, FASEG, Sénégal)
 Pr Fatma SMAOUI (Université de Tunis, ISG Tunis, Tunisie)

PRENOM NOM	FONCTION	INSTITUTION
Therry ADANKANHOUNDE	Maître assistant	Université Nationale des Sciences, Technologies, Ingénierie et de Mathématiques, ENSES (Bénin)
Koffi Selom AGBOKANZO	Maître de conférences	Nantes Université (France)
Ignace AMIDJOGBE	Maitre-assistant	Université de Parakou (Bénin)
Abdelmajid AMINE	Professeur des universités	Université Paris-Est Créteil (France)
Nawel AYADI	Maître-assistante	Université de Tunis, ISG Tunis (Tunisie) et Université Paris Descartes (France)
Adama BA	Maître de conférences titulaire	Université de Bambey (Sénégal)
Amadou BA	Maitre de conférences agrégé	Université Gaston Berger (UGB) UFR- SEG (Sénégal)
Falylath BABAH DAOUDA	Professeur	Université de Parakou (Bénin)
Senda BAGHDADI	Maitre de conférences	IHEC Carthage (Tunisie)
Nawfal BAHHA	Professeur assistant	Université Cadi Ayad Marrakech- ENCG (Maroc)
Imène BELBOULA	Maître de conférences	Université Blida 2 (Algérie)
Amina BEJI-BECHEUR	Professeurs des universités	Université Gustave Eiffel (France)
Bertrand BELVAUX	Professeur des universités	Université de Bourgogne (France)
Norchene BEN DAHMANE MOUELHI	Full professor HDR	ESCE International Business School, OMNES Education (France)
Kaouthar BEN MANSOUR	Maitre de conférences, HDR	Université de la Manouba, ESCT (Tunisie)
Younes BOUGHZALA	PhD – Directeur commercial	Le Sphinx Développement (France)
Néji BOUSLAMA	Professeur	Université EL Manar, FSEG de Tunis (Tunisie)
Hafida BOUDKOUSS	Maître de conférences	Université Polytechnique Hauts-de-France (France)
Mamadou BOUSSO	Maître de conférences	Université Iba Der Thiès (Sénégal)
Abdellatif CHAKOR	Professeur d'université	Université Mohammed V de Rabat (Maroc)

Odile CHANUT	Professeur des universités	Université Jean-Monnet – IAE Saint-Etienne (France)
CHARRY Karine	Professeur	Université Catholique de Louvain (Belgique)
Foued CHERIET	Maitre de conférences	Montpellier SupAgro (France)
Emna CHERIF	Professeur des universités	Université de Rouen Normandie (France)
Fatma CHOURA	Maitre-assistant Habilée	Université Tunis El Manar (Tunisie)
Daouda COULIBALY	Professeur-chercheur	EDC Business School Paris (France)
Sékou Boukadar COULIBALY	Maitre de conférences	Université de Bamako (Mali)
Ibrahima Samba DANKOCO	Professeur titulaire	UCAD/FASEG (Sénégal)
Fawzi DEKHIL	Maître de conférences	Université de Tunis El Manar (Tunisie)
Sihem DEKHILI	Professeure, directrice de recherche	ESSCA School of management (France)
Samba DEME	Maître de conférences titulaire	Université Gaston Berger – FSEG (Sénégal)
Ibrahima DIA	Maître de conférences associé	Université de Guyane (France)
Moussa DIA	Maître de conférences titulaire	Université Iba Der Thiame de Thiès (Sénégal)
Ngagne DIA	Maître de conférences assimilé	UCAD/FASEG (Sénégal)
Adama DIABATE	Maître de conférences	Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (Mali)
Mbaye Fall DIALLO	Professeur des universités	Université de Lille, IAE Lille (France)
Maguette Teuw DIAO	Professeur agrégé	UCAD-FASEG (Sénégal)
Chérif Assane DIENE	Maître de conférences assimilé	UIDT Thiès (Sénégal)
Fatou DIOP-SALL	Professeur titulaire	Université Cheikh Anta Diop Dakar – ESP (Sénégal)
Moustapha DIONGUE	Maître de conférences titulaire	UCHK (Sénégal)
Souad DJELASSI	Professeur des universités	Université de Lille (France)
Balla DOUCOURÉ	Maître de conférences titulaire	UCAD – FASEG (Sénégal)
Adja Mbarka FALL	Maître de conférences titulaire	Université Iba Der Thiame de Thiès (Sénégal)
Astou Manel FALL	Maître de conférences assimilé	Université Amadou Makhtar Mbow (Sénégal)
Abdou Karim FAYE	Professeur assimilé	UCAD- FASEG (Sénégal)
Fatiha FORT	Professeur	SupAgro Montpellier (France)
Marie-Hélène FOSE-	Professeur des	Université de Lille (France)

GOMEZ	universités	
Camal GALLOUJ	Professeur des universités	Université Paris 13 (France)
Faiz GALLOUJ	Professeur des universités	Université de Lille - FASEST (France)
Faouzi GHIDOUCHÉ	Maître de conférences	HEC Alger (Algérie)
Doman GNOUFOUGO	Professeur	Université de Kara (Togo)
Delphine GODEFROIT-WINKEL	Enseignant-chercheur	Toulouse Business School Casablanca (Maroc / Belgique)
Christine GONZALEZ	Professeur des universités	Le Mans Université, UFR Droit, Economie, Gestion (France)
Birahim GUEYE	Professeur titulaire	Université Gaston Berger Saint-Louis (Sénégal)
Valérie GUILLARD	Professeur des universités	Université Paris Dauphine (France)
Chakib HAMADI	Professeur de l'Enseignement Supérieur	Université Cadi Ayyad, ENCG (Maroc)
Wafa HAMMEDI	Professeur	Université de Namur (Belgique)
Richard HUAMAN RAMIREZ	Professeur assistant	Kedge Business School (France)
Rim JALLOULI	Professeur	Université de Manouba (Tunisie)
Salima JAIZI	Professeur de l'enseignement supérieur	Université Hassan Premier - ENCG de Setta (Maroc)
Elodie JUGE	Maître de conférences	Université de Lille (France)
Joseph KASWENGI	Maître de conférences HDR	Université d'Orléans (France)
Safiétou KEBE	Maitre de conférences assimilé	UCAD/FASEG (Sénégal)
Bertin Léopold KOUHEYAP	Professeur, HDR	ESCG Yaoundé (Cameroun) & CRHIS (Université Paul Valéry) & LaRa (ICD Business Shool)
Riad LADHARI	Professeur titulaire	Université de Laval (Canada)
Soulaimane LAGHZAQUI	Maître de conférences HDR	Université Ibn Tofail – ENCG (Maroc)
Erick LEROUX	Professeur des universités	Université Sorbonne Paris Nord (France)
Zied MANI	Maître de conférences	Université de Nantes (France)
Sihem MANSOURI	Docteur Enseignant-chercheur	ESAA Alger (Algérie)
Mamadou MBAYE	Maître de conférences Titulaire	UIDT Thiès (Sénégal)
Alphonse MEFOUTE	Professeur agrégé	Université de Douala – ESSEC (Cameroun)

BADIANG		
César NDIONE	Maître de conférences HDR	Université de Reims Champagne Ardennes (France)
Gilles NGOALA	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)
Bassirou NIANG	Maître de conférences assimilé	UIDT Thiès (Sénégal)
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)
Haoua PITTI	Maitre assistante	Université de Garoua, ESSEC (Cameroun)
Ingrid PONCIN	Professeur ordinaire	Université Catholique de Louvain à Mons (Belgique)
Fatima REGANY	Maître de conférences	Université Lille – IAE (France)
Arnaud RIVIERE	Professeur des universités	Université de Tours - IAE (France)
Annabel SALERNO	Professeur des universités	Université de Lille (France)
Florent SAUCEDE	Maître de conférences	SupAgro Montpellier (France)
Marie SCHILL	Professeur des universités	Université Jean-Monnet, Saint-Etienne (France)
Anne-Marianne SECK	Maître de conférences	Aix-Marseille Université–FEG (France)
Fatma SMAOUI	Professeur titulaire	Université de Tunis - ISG de Tunis (Tunisie)
Bertrand SOGBOSSI BOCCO	Professeur agrégé	Université de Parakou (Bénin)
Nadia STEILS	Professeur assistante	HEC Liège (Belgique)
Valérie SWAEN	Professeur	UCLouvain (Belgium) & IESEG School of Management (France)
Aminata THIAM	Maitre de conférences assimilé	Université Cheikh Anta Diop de Dakar (Sénégal)
Ibrahima THIAM	Professeur titulaire	Université Iba Der Thiam de Thiès (Sénégal)
Cheikh THIAW	Maitre de conférences titulaire	École Supérieure Polytechnique- UCAD (Sénégal)
Jean-François TOTI	Maître de conférences	Université de Lille – IAE Lille (France)
Nil TOULOUSE	Professeur des universités	Université de Lille – IAE Lille (France)
Mourad TOUZANI	Professeur titulaire	Neoma Business School (France)
TRABELSI TRIGUI Imene	Professeur	Université de Sfax (Tunisie)
Julien TROIVILLE	Professeur de marketing	Université du Québec à Montréal (Canada)
Victor TSAPI	Professeur titulaire	Université de Ngaoundéré (Cameroun)

Hager TURKI	Maitre de conférences, HDR	Université de Carthage, IHEC (Tunisie)
Pierre VALETTE FLORENCE	Professeur des universités	Université Grenoble Alpes (France)
Pietro ZIDDA	Professeur de marketing	Université de Namur (Belgique)
Sondes ZOUAGHI	Professeur des universités	Université de Caen Normandie (France)

Comité d'organisation et contacts

Co-présidents

Pr Fatou DIOP-SALL, professeur titulaire des universités (Université Cheikh Anta Diop de Dakar, ESP)

Pr Ibrahima THIAM, professeur titulaire des universités (Université Iba Der Thiam de Thiès, UFR SES)

Membres

Pr Mamadou BOUSSO (Université Iba Der Thiam de Thiès)

Dr Moussa DIA (Université Iba Der Thiam de Thiès),

Pr Mbaye Fall DIALLO (université de Lille),

Dr Souad DJELASSI (université de Lille)

Dr Adja Mbarka FALL (université Iba Der Thiam de Thiès),

Dr Ndeye Astou Manel FALL, Université Amadou Makhtar Mbow (Sénégal)

Mme Louise Clémence Anna FAYE (université de Lille – université de Thiès)

Mme Vouloir MAHOUKOU (université de Lille),

Dr Souleymane NDIAYE (université Iba Der Thiam de Thiès),

Mr Mamadou SALL (université de Lille).

Contacts

E-mails de contact : jrpalille@gmail.com

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

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

Partenaires



Autres partenaires : à venir !