

# APPEL A COMMUNICATIONS

Colloque international organisé conjointement par le  
LAREEM et le CEPN-CNRS



## Services et distribution dans les pays émergents

## Services and Retailing in Emerging Countries

----

Ecole Nationale Polytechnique d'Oran  
(ex: ENSET)

Oran (Algérie), 24-25 Juin 2014



Les activités commerciales et de service représentent aujourd'hui près de 70% 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 parasites, 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 existants reste centré sur le cas des pays développés. 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 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, dans les pays émergents, 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... ou encore de la diffusion en Afrique sub-saharienne des services bancaires et d'assurance, des services d'études et conseil à partir d'une base maghrébine...

L'objectif de ce colloque est de faire un bilan mais également et surtout d'actualiser nos connaissances sur le commerce 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 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 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 mêmes pays.

Autrement dit, toutes les problématiques des services 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.

### Liste non exhaustive de thématiques possibles

- Services 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
- Services et FMN
- Commerce international des services
- Outsourcing et délocalisations de services
- Externalisation-internalisation des services
- Innovation, R&D, entrepreneuriat et services
- NTIC et services/commerce
- Hôpitaux et services de santé
- Clusters, pôles de compétitivité et partenariats public-privé
- Services, productivité et performance
- Services et dynamiques de l'emploi
- Prospective des métiers des services et de la distribution
- Centres d'appels et GRH
- Politiques publiques et services
- Services et développement durable

Notons que deux « *tracks* » spécialisés seront organisés lors des ateliers. Le premier regroupera les communications portant sur le commerce et la distribution et le second celles qui toucheront à la problématique du tourisme. Un troisième *track* spécialisé pourra être organisé selon les besoins.

### Comité scientifique

Pr. AMINE Abdelmajid (IAE G. Eiffel, Université Paris-Est Créteil, UPeC)  
Pr. BADOT Olivier (ESCP Europe)  
Pr. BAHOUSSA Abdelaziz (EST Salé, Université Rabat Agdal)  
Pr. BENZIANE Abdelbaki (ENPO, Oran)  
Pr. BERRACHED Kaouthar (FSEG, Tunis)  
Pr. BOUNFOUR Ahmed (Université de Paris Sud 11)  
Pr. BOUYACOUB Ahmed (Université d'Oran)  
Dr. BOUTILLIER Sophie (Université du Littoral)  
Pr. BRASSEUR Martine (Université de Paris-Descartes)

Pr. CAMACHO José Antonio (Université de Granada)  
Pr. CLIQUET Gérard (Université de Rennes)  
Pr. CORIAT Benjamin (Université de Paris 13, Sorbonne Paris Cité)  
Pr. CLERGEAU Cécile (Université d'Angers)  
Pr. DEBABI Mohsen (ESC Tunis)  
Pr. DELAPLACE Marie (Université Paris Est Marne la vallée)  
Dr. DIALLO Mbaye Fall (Université de Lille 2)  
Pr. DJELLAL Faridah (Université de Lille 1)  
Pr. EIGLIER Pierre (IAE d'Aix en Provence)  
Dr. EL MANSOURI Souad (ENCG Casablanca)  
Pr. ELABBADI Bouchra (ENCG Tanger, UAE)  
Dr. FRIMOUSSE Soufyane (IAE, Université de Corse)  
Pr. FURRER Olivier (Université de Fribourg, Suisse)  
Pr. GALLOUJ Camal (Université de Paris 13)  
Pr. GALLOUJ Faïz (Université de Lille1)  
Dr. GUENNIF Samira (Université Paris 13 Sorbonne Cité)  
Pr. HAMIMAZ Rachid (IAV Rabat)  
Pr. HENDERSON Joan (Nanyang Business School)  
Pr. JALLAT Frédéric (ESCP Europe)  
Dr. KHAYAT Assya (Université d'Oran)  
Pr. LAPERCHE Blandine (RRI, Université du Littoral)  
Pr. LEBZAR Bouchra (ENCG Marrakech)  
Pr. LEMOINE Jean François (Université Paris 1)  
Dr. LEROUX Erick (Université paris 13, Sorbonne Paris Cité)  
Dr. LEVRATTO Nadine (CR CNRS, Nanterre)  
Pr. MAAZOUZ Bachir (ENAP)  
Pr. MESSEGHEM Karim (Université de Montpellier 1)  
Pr. MOATI Philippe (Université Paris Diderot et OBSOCO)  
Pr. MONNOYER Marie Christine (IAE de Toulouse)  
Pr. MOUHOUD El-Mouhoub (Université Paris Dauphine)  
Dr. NEKKA Hadj (Université d'Angers)  
Pr. PACHE Gilles (Université de la Méditerranée Aix Marseille 2)  
Pr. PERETTI Jean Marie (IAE Corte et ESSEC)  
Pr. PHILIPPE Jean (Université Aix Marseille 3)  
Pr. PLANE Jean Michel (Université de Montpellier)  
Pr. RAUPP DE VARGAS Edouardo (University of Brazilia)  
Pr. SCOUARNEC Aline (Université de Caen)  
Pr. SPARKS Leigh (Université de Stirling)  
Pr. TRIKI Abdelfettah (ISG Tunis)  
Pr. UZUNIDIS Dimitri (RRI, Université du Littoral)  
Dr. VIALA Céline (Université Paris 13 Sorbonne cité)  
Pr. VOLLE Pierre (Université Paris Dauphine)

## **Comité d'organisation**

AIT ALI AMAZIGH Yahya, Université d'Oran, LAREEM  
AMINE Abdelmajid, IAE Gustave Eiffel, UPeC  
BENCHIKH Houari, Université d'Oran, LAREEM  
BENZIANE Abdelbaki, ENPO, LAREEM, Président  
BOUTIFOUR Zohra, Université d'Oran  
BRAHIMI Menaouer, ENPO, Oran  
CHIADMI Noureddine, Groupe Sup de Co La Rochelle  
GALLOUJ Camal, Université Paris 13, Sorbonne cité, LAREEM et CEPN  
Président  
LEROUX Erick, Université Paris 13, Sorbonne cité, CEPN-CNRS  
ZAHAF Wahiba, ENPO, LAREEM

## **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**

Intentions de communication (300 à 500 mots) : **15 Décembre 2013**  
Remise des textes : **15 Mars 2014**  
Retour des évaluations : **15 avril 2014**  
Retour des textes révisés : **10 Mai 2014**  
Acceptation définitive : **20 Mai 2014**

## **Procédure et directives pour la soumission des communications**

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

[Camal.Gallouj@univ-lille1.fr](mailto:Camal.Gallouj@univ-lille1.fr)  
[benziane\\_baki@yahoo.fr](mailto:benziane_baki@yahoo.fr)

## **Normes de présentation**

Le format de soumission des communications doit respecter les instructions suivantes :

- La première page contiendra les noms et qualités des auteurs, et le titre de la communication.
- 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 publiée dans :

1. un numéro spécial de « **Economie et Société** » série EGS (**Economie et Gestion des Services**) ;
2. un numéro spécial de « **Journal of Innovation Economics** »
3. un **ouvrage** collectif édité en France (Editions EMS-MPE)

Par ailleurs des contacts sont en cours avec d'autres revues classées

## **Contacts**

**Pr. Camal Gallouj**

**Président du comité d'Organisation**

**E-mail** : [camal.gallouj@univ-lille1.fr](mailto:camal.gallouj@univ-lille1.fr) ; [camal@gallouj.com](mailto:camal@gallouj.com)

**Tél** : 0033 (0)6 62 18 58 77

**Pr. Abdelbaki Benziane**

**Président du comité d'organisation**

**E-Mail** : [benziane\\_baki@yahoo.fr](mailto:benziane_baki@yahoo.fr) ; [a.benziane@mesrs.dz](mailto:a.benziane@mesrs.dz)

**Tél** : 213.41.29.07.76

**Tel** : 00 213 (0)661202288



**Bulletin d'inscription**  
**Colloque**  
**« Services et distribution dans les pays émergents »**

**Nom :** .....

**Prénom :** .....

**Titre / Fonction :** .....

**Etablissement / Société :** .....

**Adresse postale :** .....

.....

.....

**Adresse e-mail :** .....

**Téléphone :** .....

**Participera au colloque « services et distribution dans les pays émergents», les 24-25  
Juin 2014, EPO, Oran, Algérie**

**Frais d'inscription 150 € (inscription avant le 1<sup>er</sup> mai 2014) 250 € (après le 1<sup>er</sup> mai 2014),**  
Les frais d'inscription comprennent l'hébergement, les actes, les repas du midi et pauses café  
ainsi que le dîner de gala

**Règlement sur place en dinar ou en devises étrangères (contre facture)**

*(le dinar étant non convertible, la procédure traditionnelle « bon de commande » est  
excessivement difficile à mettre en œuvre)*

**A renvoyer à l'adresse ci-dessous :**

**Benziane Abdelbaki – Oran-**  
**Mail :** benziane\_baki@yahoo.fr ; a.benziane@mesrs.dz

**Ou**  
**Tél :** 213(0)661 20 22 88