

Conférence Internationale en Marketing et Distribution

THÈME DE L'ÉDITION 2026

*Le marketing et la distribution face aux défis de la
durabilité et de la transformation digitale :
Perspectives globales et opportunités africaines*

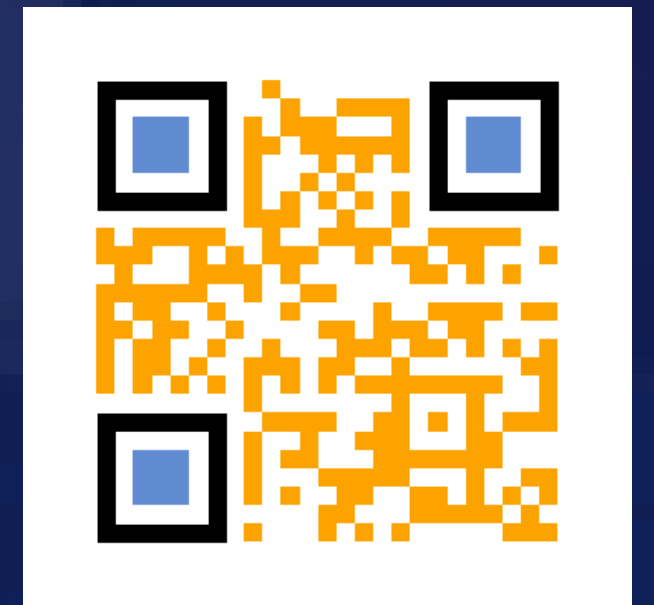
DATE

27–28 Octobre 2026

LIEU

*ENCG Kénitra – Université Ibn Tofail
(Maroc)*

Soumettre & s'inscrire sur
cimad.sciencesconf.org



cimad.org

ORGANISÉE EN PARTENARIAT AVEC

Dans un contexte mondial marqué par des tensions économiques, géopolitiques et environnementales majeures, le marketing et la distribution font face à des ruptures majeures : digitalisation des parcours d'achat, montée en puissance de l'intelligence artificielle, exigences croissantes de durabilité et recomposition des espaces de vente. Les individus sont de plus en plus amenés à repenser leurs habitudes d'achat et de consommation intégrant davantage les contraintes liées à la durabilité, au pouvoir d'achat et à la disponibilité des ressources. Le monde du marketing et de la distribution traverse de ce fait une période de mutations sans précédent, redéfinissant les paradigmes classiques avec de nouveaux modèles qui émergent. Parallèlement, les technologies digitales, notamment l'intelligence artificielle et les technologies immersives, jouent un rôle crucial dans cette transformation. Elles facilitent l'accès à l'information, orientent les choix des consommateurs et favorisent des pratiques plus durables.

Ces mutations ne surgissent pas dans un vide théorique. La recherche en marketing s'est profondément renouvelée pour rendre compte d'un environnement en recomposition permanente : le paradigme du Marketing 5.0 (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2021) invite à mettre la technologie au service du bien-être humain, tandis que la logique dominante de service (Vargo & Lusch, 2004, 2016) repositionne le consommateur comme co-créateur de valeur — une perspective particulièrement féconde dans les marchés émergents. Sur le plan environnemental, les travaux de Peattie (2001) et de Sheth, Sethia et Srinivas (2011) ont posé les fondements d'une réflexion exigeante sur la consommation durable et la responsabilité des entreprises, à l'heure où la frontière entre engagement sincère et greenwashing est devenue un enjeu aussi éthique que stratégique. Quant aux systèmes de distribution, la théorie de la diffusion de l'innovation (Rogers, 1962, rééd. 2003) et le prisme VUCA éclairent les transformations logistiques en cours. Enfin, ancrer cette conférence dans le contexte africain et marocain n'est pas un simple choix géographique : les travaux sur la glocalisation (Robertson, 1995) et le marketing des marchés émergents (Sheth, 2011) nous rappellent que les modèles élaborés dans les économies du Nord doivent être questionnés, adaptés, voire radicalement repensés au contact de réalités locales qui ont leur propre logique — et leur propre richesse.

Les marchés africains et émergents, en particulier, offrent un terrain d'observation unique de ces transformations, entre adoption rapide des technologies mobiles et persistance de modes de distribution traditionnels. Cette 1ère édition de la CiMaD a pour ambition de réunir chercheurs, enseignants-chercheurs, doctorants et praticiens autour de travaux rigoureux qui éclairent ces dynamiques, en questionnant les théories existantes et en proposant de nouvelles perspectives ancrées dans les réalités locales et globales.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES INDICATIVES

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons. ISBN : 978-1-119-66851-0.
- Peattie, K. (2001). Towards sustainability: The third age of green marketing. *The Marketing Review*, 2(2), 129–146. <https://doi.org/10.1362/1469347012569869>
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash & R. Robertson (Eds.), *Global Modernities* (pp. 25–44). Londres : Sage.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5e éd.). New York : Free Press. ISBN : 978-0-743-22209-9. (1re édition : 1962)
- Sheth, J. N. (2011). Impact of emerging markets on marketing: Rethinking existing perspectives and practices. *Journal of Marketing*, 75(4), 166–182. <https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.166>
- Sheth, J. N., Sethia, N. K., & Srinivas, S. (2011). Mindful consumption: A customer-centric approach to sustainability. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 21–39. <https://doi.org/10.1007/s11747-010-0216-3>
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2016). Institutions and axioms: An extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 5–23. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0456-3>

Axes thématiques

01 Transformations Digitales et Intelligence Artificielle

- IA générative dans la stratégie marketing
- Expérience client omnicanale et métavers
- Marketing d'influence et réseaux sociaux au Maroc et en Afrique
- Data, protection de la vie privée, éthique digitale et management des organisations

03 Comportements et Tendances de Consommation

- Nouveaux modèles de consommation
- Évolution des styles de vie en période de crises
- Marketing des générations Alpha et Z
- Méthodologies de recherche innovantes en marketing et distribution

05 Spécificités africaines et émergentes

- Marketing touristique et attractivité du Maroc
- Branding territorial et Nation Branding
- Adaptation des stratégies globales aux marchés africains (glocalisation)
- Entrepreneuriat et marketing des PME en Afrique

02 Marketing Durable, RSE et Consommation Responsable

- Stratégies de « Green marketing » et lutte contre le « Greenwashing »
- Comportement du consommateur éco-responsable
- Économie circulaire et modèles d'affaires durables
- Impact sociétal des campagnes marketing (publicité inclusive, sociale)

04 Renouveau des systèmes de distribution et de la logistique à l'ère du digital

- Défis de la logistique durable
- Émergence de technologies innovantes et canaux de distribution
- Intelligence artificielle, blockchain, big data analytics et supply chains
- Logistique dans un monde VUCA

06 Épistémologie et Méthodologies de Recherche en Marketing et Distribution

- Approches qualitatives et quantitatives innovantes en marketing et distribution
- Neurosciences du consommateur et méthodes biométriques
- Intelligence artificielle comme outil de collecte et d'analyse des données
- Réflexivité, postures épistémologiques et pluralisme méthodologique

Types de communications

I

Article complet

Recherche aboutie présentant des résultats originaux et discutés.

II

Résumé étendu

Recherche en cours ou exploratoire, présentation des pistes engagées.

Instructions aux auteurs

FORMAT & MISE EN PAGE

Format de fichier	PDF uniquement
Longueur maximale	12 pages
Police & interligne	Modèle fourni
Langues	Anglais (principal) / Français
Références	Style APA

STRUCTURE DU DOCUMENT

Titre & auteurs — respecter scrupuleusement les consignes du modèle.

Résumé — 200 mots maximum : problématique, méthode & principaux résultats.

Mots-clés — 4 à 6, représentatifs du contenu.

Corps de l'article — introduction, revue de littérature, méthodologie, résultats & discussion.

Références — références bibliographiques selon le style APA.

Processus d'évaluation

CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Originalité et contribution scientifique
- Pertinence par rapport aux thématiques de la conférence
- Rigueur méthodologique
- Clarté de la rédaction et de la présentation
- Qualité et actualité des références

La CiMaD 2026 sera organisée dans un **format hybride** (participation à la fois en présentiel et en virtuel) et les meilleurs articles feront l'objet d'un numéro spécial de la Revue internationale de Projectique. Le processus d'évaluation est réalisé en double aveugle. Par conséquent, les articles soumis à l'évaluation **NE DOIVENT EN AUCUN CAS** contenir d'information sur l'auteur – ni sur la page de titre ni dans l'en-tête ! Ces informations ne devront être ajoutées qu'une fois la communication **ACCEPTÉE**. Pour garantir l'**anonymat**, la page de garde (fichier 1) et le manuscrit anonyme (fichier 2) doivent être déposés en anglais ou en français **SÉPARÉMENT**.

Dates importantes



Soumission

Prêt(e) à soumettre votre article ?

L'évaluation étant réalisée en double aveugle, toutes les soumissions doivent être entièrement anonymisées et réalisées dans le strict respect des consignes de cet appel. Utilisez les modèles officiels pour mettre en forme votre page de garde et votre manuscrit avant le dépôt.

PLATEFORME DE SOUMISSION

Soumettre votre article →

Modèle d'article disponible sur cimad.org : « Documents disponibles ».

LANGUES ACCEPTÉES

Les articles peuvent être soumis et présentés en **anglais** (langue principale de la conférence) ou en **français**.

CONTACT

Pour toute question concernant l'appel à communications, écrivez à cimad@cimad.org ou utilisez le formulaire de contact sur cimad.org/contact.

Comités

COMITÉ D'HONNEUR



Pr. EBN TOUHAMI Mohamed

Président de l'Université
Université Ibn Tofail · Maroc



Pr. TAOUAB Omar

Directeur, ENCG Kénitra
Université Ibn Tofail · Maroc



Pr. HUSSON Julien

Directeur, IAE Metz
School of Management
Université de Lorraine · France



Pr. LEBZAR Bouchra

Directrice, ENCG Marrakech
, Université Cadi Ayyad · Maroc

PRÉSIDENCE



Pr. BENYOUSSEF Hatim

Enseignant-chercheur
Université Ibn Tofail · Maroc



Pr. EL HAROUCHI Laila

Enseignante-chercheuse
Université Ibn Tofail · Maroc



Pr. BENTAHAR Omar

Enseignant-chercheur
Université de Lorraine · France



Pr. MAKLOUL Youssef

Enseignant-chercheur
Université Cadi Ayyad · Maroc

COMITÉ D'ORGANISATION

Pr. BENYOUSSEF Hatim (Coordinateur)

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. AZDIMOUSSA Hassan — ENCG Kénitra

Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. BENZIDIA Smail — IAE Metz School of Management

Université de Lorraine · France

Pr. EL HAROUCHI Laila (Coordinatrice)

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. BENTAHAR Omar — IAE Metz School of Management

Université de Lorraine · France

Pr. MAKLOUL Youssef — ENCG Marrakech

Université Cadi Ayyad · Maroc

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Pr. AIT BOUBKR Asmaa

FSJES Ain Sebaâ, Université Hassan II · Maroc

Pr. AOMARI Amina

FSJES Souissi, Université Mohammed V · Maroc

Pr. AZDIMOUSSA Hassan

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. BABEI Jean

Université de Douala · Cameroun

Pr. BABOUNIA Aziz

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. BAHHA Nawfal

ENCG Marrakech, Université Cadi Ayyad · Maroc

Pr. BALAMBO Mohammed Amine

FSJES, Université Cadi Ayyad · Maroc

Pr. BARHMI Aziz

FEG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. BARZI Redouane

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. BELHADI Amine

Rabat Business School, UIR · Maroc

Pr. BÉNÉDIC Michaël

FSTS Nancy, Université de Lorraine · France

Pr. BENMECHEDDAL Ahmed

IAE Metz School of Management, Université de Lorraine · France

Pr. BENTAHAR Omar

IAE Metz School of Management, Université de Lorraine · France

Pr. BENYOUSSEF Hatim

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. BENZIDIA Smail

IAE Metz School of Management, Université de Lorraine · France

Pr. BERRADA Nouha

Africa Business School, UM6P · Maroc

Pr. DAMPERAT Maud

Université Lumière Lyon 2 · France

Pr. EL FERACHI Houda

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. EL GHARBAOUI Mohammed

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. EL HARAOUI Ilham

FEG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. EL HAROUCHI Laila

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. EL KORAICHI Mustapha

ENCG El Jadida, Université Chouaïb Doukkali · Maroc

Pr. EL YACHIOUI Maryam

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. ELABJANI Abdelaziz

FSJES, Université Cadi Ayyad · Maroc

Pr. ELBAZ Jamal

ENCG Agadir, Université Ibn Zohr · Maroc

Pr. ELOCK SON Célestin

IUT Moselle-Est, Université de Lorraine · France

Pr. FLACANDJI Michaël

IAE Bordeaux, Université de Bordeaux · France

Pr. FOUCHE Adèle

IAE Tours, Université de Tours · France

Pr. FULCONIS François

IUT Avignon, Université d'Avignon · France

Pr. GALLOUJ Camal

Université Sorbonne Paris Nord · France

Pr. GHILANE Hind

FSJES Souissi, Université Mohammed V · Maroc

Pr. HAMDOUN Mohamed

Université de Tunis & UAB · Tunisie

Pr. HILALI Hajar

IGR-IAE, Université de Rennes · France

Pr. KANITA Nada

IAE Bretagne INP, Université de Bretagne Occidentale · France

Pr. KARAA Meriam

IUT Quimper, Université de Bretagne Occidentale · France

Pr. LAGHZAOUI Soulimane

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. LAMZAOUEK Hicham

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. LESSASSY Léopold

Grenoble IAE-INP, Université Grenoble Alpes · France

Pr. LIMBOURG Sabine

HEC Liège, Université de Liège · Belgique

Pr. MAKLOUL Youssef

ENCG Marrakech, Université Cadi Ayyad · Maroc

Pr. MORVAN Thierry

IUT Saint-Malo, Université de Rennes · France

Pr. NAOUI Fouad

FSJES, Université Cadi Ayyad · Maroc

Pr. OSEI-FRIMPONG Kofi

Africa Business School, UM6P · Maroc

Pr. OUABOUCH Lhoussaine

FSJES Agadir, Université Ibn Zohr · Maroc

Pr. OUAHI Lhoucine

FSJES, Université Cadi Ayyad · Maroc

Pr. OUZZANI TOUHAMI Zineb

FSJES Souissi, Université Mohammed V · Maroc

Pr. OULFARSI Salah

ENCG El Jadida, Université Chouaïb Doukkali · Maroc

Pr. POIREL Carole

IUT Aix-Marseille, Aix-Marseille Université · France

Pr. QMICHCHOU Mohammed

FEG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. SCHMITT Christophe

IAE Metz School of Management, Université de Lorraine · France

Pr. TIMOUMI Ahmed

Africa Business School, Université Mohammed VI Polytechnique · Maroc

Pr. TLATY Mamdouh

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Pr. YILDIZ Hélène

IUT de Longwy, Université de Lorraine · France

COMITÉ D'ORGANISATION ÉTUDIANT

EL MEKKAOUI Zine El Abidine (*Coordinateur*) — Doctorant

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

ABOUSSABRE Doha — Doctorante

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

AGASSIM Rim — Doctorante

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

BENDAHMANE Anass — Doctorant

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

EL FRIOUI Razane — Doctorante

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

FATMI Ibtissam — Doctorante

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

METHQAL Firdaous — Doctorante

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

OUKHATTAR Rajaa — Doctorante

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

RACHIDI Manal — Doctorante

ENCG Kénitra, Université Ibn Tofail · Maroc

Institutions organisatrices et partenaires

ORGANISÉ EN PARTENARIAT AVEC



المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير - القنيطرة
ⵜⴰⴳⴷⴰⵢⵜ ⵜⴰⵎⴰⵔⵜ ⵜⴰⵏⵓⵔⵉⵜ ⵜⴰⵎⴰⵔⵜ ⵜⴰⵏⵓⵔⵉⵜ - ⴰⵏⵓⵔⵉⵜ
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion - Kénitra



المدرسة الوطنية للتجارة
والتسيير - مراكش
ECOLE NATIONALE DE COMMERCE
ET DE GESTION - MARRAKECH

