

APPEL À COMMUNICATIONS

1^{ère} Journée sur le Marketing et Développement Durable (JMDD)¹

Jeudi 6 décembre 2018

Université de Reims Champagne Ardenne- site de Troyes

Défini par le rapport Brundtland, en 1987, comme «*un développement apte à répondre aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs*», le Développement Durable (DD) a envahi la sphère publique et privée en devenant un objet de recherche touchant de multiples domaines de la vie sociale et entrepreneuriale. Comme le soulignent Aggeri *et al.* (2005, p.2), ce concept est souvent associé à des valeurs positives et «*c'est une notion élastique que chacun peut investir d'un sens particulier*». Les entreprises se sont d'ailleurs appropriées cette définition et la notion de développement durable est devenue pour elles un synonyme de pérennité, voire un outil de management (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2004). Pasquero (2007, p.115) souligne aussi que «*l'idéologie du développement durable gagne du terrain et s'impose comme la finalité collective de l'activité des entreprises*». Réfléchir à l'intégration du DD par les entreprises supposent de s'interroger sur sa place dans le marketing et la manière dont il a évolué. Comme le souligne Pras (2013), le marketing s'est toujours interrogé sur sa place dans la société mais il constate que cette prise de conscience de l'importance du bien-être collectif n'est pas toujours relayée par des pratiques effectives.

En conséquence l'objectif de cette journée est de dresser l'état des lieux de la recherche et des pratiques en marketing, en considérant à la fois la portée internationale ainsi que les avancées en matière d'analyse du comportement du consommateur et des pratiques des distributeurs et des producteurs. La prise en compte du DD par les entreprises puis les consommateurs a entraîné des mutations fortes dans les comportements, influençant ainsi toutes les étapes du système commercial : en amont, dans les stratégies d'approvisionnement des fabricants, les processus de certification et de logistique et en aval par l'offre de produits intégrant une dimension écologique et sociétale.

Cette journée axée sur le marketing durable se veut un lieu de confrontation des points de vue des praticiens et des chercheurs. Une place privilégiée sera réservée aux interactions avec les pratiques managériales, notamment dans le cadre de tables rondes organisées avec des professionnels. Les problématiques associées à la consommation des produits écologiques, éthiques, locaux, et les comportements anti-gaspillage (reverse logistics, pratiques

¹ Dans le cadre du projet du GIT-AFM « Marketing et Développement Durable » et soutenu par le RIODD

collaboratives, marché de seconde main, etc.) auront toute leur place. Aussi, les travaux issus de la Transformative Consumer Research (TCR) proposant des méthodologies novatrices sont les bienvenus.

Nous invitons les chercheurs et les praticiens à envoyer des communications à visée conceptuelle, empirique ou méthodologique portant sur des sujets en marketing, en lien avec le domaine du développement durable au sens large. À titre d'exemple, les questions suivantes peuvent être explorées :

- Quelles sont les pratiques émergentes des consommateurs en matière de responsabilité environnementale, sociale et économique ?
- Comment les acteurs (distributeurs, producteurs, activités de support, organisations non marchandes, service public, etc.) prennent-ils en compte le développement durable dans leurs offres ?
- Quelle est l'efficacité des stratégies des acteurs en matière de labellisation durable: communication verte, marque sociétale, écolabels, etc. ?
- Quels sont les facteurs de succès d'un marketing responsable ?
- Dans quelle mesure la prise en compte des dimensions environnementale et sociale contribue-t-elle au bien-être des clients et autres collaborateurs (salariés, etc.) ?
- Quelles sont les limites du déploiement de l'argument responsable dans les politiques marketing des organisations ?

OPPORTUNITES DE PUBLICATION

Les meilleures communications de cette journée seront proposées dans un numéro spécial de la revue ROR (Revue de l'Organisation Responsable) (FNEGE 4). Un Comité de lecture constitué évaluera les projets sélectionnés selon la procédure de la revue.

INSTRUCTIONS AUX AUTEURS

Les auteurs peuvent soumettre des communications en français ou en anglais en suivant *le standard des communications proposées au congrès annuel de l'AFM* : 3 pages maximum, times 12, interligne simple et marges 2,5 (hors page de titre, références bibliographiques et annexes).

Les projets de communication sont à envoyer à l'adresse suivante : jmdd.git.afm@gmail.com avant le 15 septembre 2018 (cf calendrier). Ils seront évalués de manière anonyme par 2 relecteurs en tenant compte de l'adéquation aux thématiques de la journée et de leur qualité scientifique.

CALENDRIER DE SOUMISSION

Date d'ouverture des soumissions	4 juin 2018
Date limite des soumissions des communications	15 septembre 2018
Date de notification des décisions aux auteurs	30 octobre 2018
Date limite de soumission de la version finale	20 novembre 2018
Journée JMDD	6 décembre 2018

COMITE SCIENTIFIQUE

Présidentes :

Sihem DEKHILI, MCF HDR, Université de Strasbourg, EM Strasbourg
Laure LAVORATA, Professeure, Université de Reims Champagne Ardenne

Comité scientifique :

- Mohamed Akli ACHABOU, Professeur, IPAG Paris
- Abdelmajid AMINE, Professeur, Université Paris Est Créteil
- Sandrine BERGER-DOUCE, Professeure, Ecole des Mines de Saint Etienne
- Michel CAPRON, Professeur Emérite, Université Paris-Est
- Amélie CLAUZEL, Maître de Conférences, Université Paris 1 Panthéon ï Sorbonne
- Jean-Marie COURRENT, Professeur, Université de Montpellier
- Frédérique DEJAN, Professeure, Université Paris Dauphine
- Ivan DUFEU, Professeur, Université d'Angers
- Jackie EASTMAN, Professeur, Université du Sud de la Géorgie, USA
- Jean-Marc FERRANDI, Professeur, École nationale vétérinaire, agroalimentaire et de l'alimentation de Nantes-Atlantique (ONIRIS)
- Raficka HELLAL-GUENDOUZI, Enseignante, EM Strasbourg
- Patrick GABRIEL, Professeur, Université de Bretagne Occidentale
- Christine GONZALEZ, Professeure, Université du Maine
- Nathalie GUICHARD, Professeure, IUT de Sceaux, Université Paris Sud
- Monika KUKAR-KINNEY, Professeure, Université de Richmond, USA
- Elisa MONNOT, Maître de conférences, Université de Cergy-Pontoise
- Agnès LECOMPTE, Maître de conférences HDR, Université Bretagne Sud
- Aurélie MERLE, Professeure associée, Grenoble Ecole de Management
- Philippe ODOU, Professeur, Université de Reims Champagne Ardenne
- Françoise QUAIREL, Professeure Emérite, Université Paris Dauphine
- Fanny RENIOU, Maître de conférences, Université Paris-Est Créteil
- Caroline RICHÉ, Maître de conférences, Université de Picardie Jules Verne
- Béatrice SIADOU-MARTIN, Professeure, Université de Lorraine
- Lucie SIRIEIX, Professeure, SupAgro Montpellier
- Corinne VERCHER-CHAPTAL, Professeure, Université Paris 13