



Centre des Etudes Doctorales en Gestion du Groupe ISCAE

7^{ème} Edition des Doctoriales

Appel à communications

Thème de l'édition :

**Innovation & Business Models numériques :
Défis & Opportunités**

Les 28 & 29 juin 2019

Au cours des deux dernières décennies, de nombreux facteurs ont contribué au bouleversement de notre façon de penser, ainsi que de notre conception des affaires et ce, dans le monde entier. Le facteur qui s'est révélé comme étant le plus perturbateur de tous n'est autre que la digitalisation.

La digitalisation a été définie par J. Brennen et D. Kreiss (2016) comme la manière dont de nombreux domaines de la vie sociale sont restructurés autour de la communication numérique et des infrastructures des médias. Cette définition comprend l'essence même de l'essor et de la popularité des entreprises qui ont adopté la technologie numérique dans différents aspects de leur organisation. Il s'agit d'entreprises pionnières qui ont profondément modifié le mode de vie des consommateurs, simplement en rendant les choses plus efficaces et plus pratiques grâce à une utilisation intelligente des avancées technologiques.

Outre les entreprises qui ont fondé leurs business models sur des technologies numériques et ont créé des plateformes virtuelles pour répondre aux besoins de leurs clients – dans de nombreuses activités de services allant du transport à l'hôtellerie –, les grandes entreprises bien établies de différents secteurs ont dû à la fois s'adapter à la mutation de leurs marchés mais ont également modifié leurs business models afin d'intégrer l'aspect digital, devenu incontournable dans le monde d'aujourd'hui.

Concernant les premières, elles opèrent selon deux (ou plusieurs) modèles économiques à deux faces, appelés «marché à deux faces» et dans lesquels «une ou plusieurs plateformes permettent de créer des interactions entre les utilisateurs finaux et tentent de lier les deux (ou plusieurs) parties en facturant à chacune la prestation appropriée » (Rochet & Tirole, 2006). Autrement dit, ces entreprises jouent le rôle d'intermédiaires entre deux groupes de clients différents : les voyageurs et les hôtes pour Airbnb, les passagers et les conducteurs pour Uber, les acheteurs et les vendeurs pour Amazon ou Ali Baba, créant ainsi des effets indirects sur les réseaux (Katz et Shapiro, 1985). La dynamique et les effets de réseaux induits par ces entreprises, ainsi que la manière dont ces entreprises interagissent et ont un impact sur leur écosystème, ne font pas encore l'objet de recherches suffisantes et sont peu examinés par la communauté scientifique, en particulier au Maroc.



Quant aux secondes – à savoir les anciennes entreprises établies –, elles peuvent soit tirer profit de ce changement de paradigme induit par la digitalisation, soit se laisser dépasser et perdre leurs parts de marché et bénéfices. Fort heureusement et dans plusieurs secteurs, de nombreuses entreprises l’ont bien compris et ont fait preuve de réactivité. Cela s’est manifesté par l’utilisation de technologies dans leurs transactions ces dernières années. En effet, elles sont pratiquement toutes aujourd’hui commercialisées et vendues en ligne. Toutes disposent d’applications mobiles qui permettent soit de communiquer avec le client, soit de permettre à ce dernier d’effectuer certaines opérations. Ceci est le cas notamment pour le secteur bancaire, secteur profondément impacté par la digitalisation depuis la création, dans les économies occidentales, de banques entièrement digitalisées, sans succursales physiques, ainsi que de nouvelles techniques de financement numérique telles que les plateformes de crowdfunding, sans oublier l’impact du Block-Chain et d’autres technologies sur le secteur...

D’autre part, cette révolution digitale a naturellement conduit à une course à l’analyse et à la collecte de données encore plus approfondies sur les clients et les concurrents, tirant parti de la disponibilité de ces données, tout en ayant des considérations éthiques telles que la confidentialité des clients, qui sera l’un des plus grands défis à relever par les entreprises dans le nouveau monde.

Il semblerait que le sujet revêt désormais une importance stratégique pour de nombreux acteurs de l’économie mondiale, qui doivent soigneusement concevoir et intégrer leur stratégie digitale et déployer leurs capacités. Selon l’étude de « The Digital Trends Morocco » publiée en 2018 et présentée dans la 4ème édition du sommet « African Digital », 91% des entreprises marocaines ont un site Web, 88% utilisent les médias sociaux et le Community Management pour leur entreprise, 56% ont une application mobile et 21% ont adopté l’intelligence artificielle, soulignant une nouvelle fois l’importance croissante de la digitalisation, même dans notre contexte marocain local.

Comme nous l’avons mentionné précédemment, le monde universitaire n’a pas encore analysé en profondeur les effets de la révolution digitale pour comprendre le phénomène et son impact sur de nombreuses parties prenantes, même les régulateurs qui doivent non seulement réglementer ces activités, mais aussi adopter les technologies numériques dans leur mode de fonctionnement (portails gouvernementaux offrant des services, paiement électronique des taxes).

À cette fin, l’ISCAE organise une conférence ayant pour objectif d’améliorer la base de connaissances des chercheurs, des praticiens et des décideurs cherchant à décrire et à comprendre comment le phénomène évolue et quels en seront les effets à l’avenir. En outre, la conférence aura également pour ambition de positionner le concept par rapport à d’autres concepts voisins et d’en discuter les implications managériales.

La conférence sera jumelée à la septième édition des Doctoriales de l’ISCAE dont le but sera de réunir des chercheurs des sciences de gestion du Maroc et d’ailleurs afin de présenter leurs travaux en cours.



Public Cible :

Cet appel à communication s'adresse à tout doctorant en sciences de gestion dûment inscrit dans une école doctorale marocaine ou étrangère. Ces Doctoriales ciblent en priorité les projets de recherche d'un stade intermédiaire et/ou avancé. Les projets devront être suffisamment avancés pour que la problématique, le cadre théorique et le design de recherche soient explicités.

Processus de sélection :

Les doctorants désirant présenter leurs travaux devront adresser, avant **le 24 mai 2019** au plus tard, une note synthétique de leurs projets de recherche en 10 pages maximum. Afin de profiter au mieux des orientations de chercheurs confirmés, il est fortement recommandé aux doctorants d'insister sur les questionnements, les difficultés rencontrées, et les options de recherche empirique.

Ces projets seront soumis à un « Comité de sélection » ad hoc. Les critères de sélection sont les suivants:

- **Intérêts théorique et managérial**
- **Pertinence du cadre théorique**
- **Etat d'avancement du projet de recherche**
- **Qualité globale du document (respect des normes ci-dessous, qualité de la rédaction...).**

Le Comité veillera aussi à une représentation optimale et équilibrée des différentes écoles doctorales.

Format des Contributions :

Le texte du projet de présentation devra respecter les caractéristiques suivantes :

- Être sous format Word.
- Ne pas excéder 10 pages, y compris la page de garde et la bibliographie, avec un interligne simple et une police Arial à 12 points.
- La page de garde de l'article comportera: le titre, le résumé et les mots clés (maximum de 5).Le résumé doit inclure la question de recherche, l'intérêt théorique, l'intérêt managérial, le cadre théorique et la méthodologie envisagée.
- La page de garde comportera également les coordonnées du doctorant : nom, école doctorale, email, et téléphone

Le texte doit être présenté de telle sorte que la hiérarchie des titres soit claire (exemple : 1 ; 1.1 ; ...)

Les éventuelles annexes devront être clairement numérotées

Les références bibliographiques seront présentées de manière homogène.



Les présentations devant les membres des jurys devront respecter un format sous « Powerpoint »; qui sera communiqué ultérieurement aux doctorants sélectionnés.

Calendrier :

Diffusion de l'appel à communication	24 Avril 2019
Date limite de l'envoi de la note synthétique du projet de recherche en 10 pages maximum "Word" exclusivement par voie électronique à l'adresse doctoriales2019@iscaextra.net	24 mai 2019
Décision du comité de sélection	7 juin 2019
Envoi par les doctorants sélectionnés des présentations en Powerpoint.	12 Juin 2019
Date du déroulement des doctoriales	28-29 Juin 2019

Déroulé des doctoriales :

Les 28 & 29 juin 2019 : ISCAE-Casablanca : Km 9.500 Route de Nouasseur-Casablanca.

Ateliers doctoraux parallèles :

- *Finance- Comptabilité*
- *Marketing- Communication*
- *Stratégie*
-

Frais des participants externes :

La participation à la 7ème édition des Doctoriales du Groupe ISCAE implique une contribution aux dépenses de fonctionnement de **600 DHS** par personne. Le Comité d'organisation ne prend pas en charge le séjour et le transport des participants.

Diner de Gala: **500 DHS** pour les enseignants chercheurs; **250 DHS** pour les doctorants.

Informations complémentaires :

Pour plus amples informations, merci de nous contacter par mail à l'adresse :

doctoriales2019@iscaextra.net



Les comités :

Le comité de sélection est présidé par le Pr Rachid M'RABET, Directeur du Centre des Etudes Doctorales du Groupe ISCAE, et constitué de Professeurs Chercheurs de l'ISCAE ainsi que d'autres universités.

Le comité d'organisation est constitué des Lauréats du CEDOC Groupe ISCAE et doctorants inscrits à l'Ecole Doctorale. Pour toute information, ne pas hésiter à contacter* les membres du comité qui sont les suivants :

- ISSAM EL MAGUIRI
- SAID EL MOUSTAFID
- OMAR BENAICHA
- SANAA MOUSSALIM
- SALIMA DEBBAGH
- SMAHANE MADHAR
- ACHAACHI LAMIA
- BENCHEKROUN SAMIA
- BENMILOUD IMANE
- BOUAYAD HOUDA
- EL FALLAHI FADWA
- EL KADIRI IMANE
- EL OUADIFI SAFAA
- ER RHAIMINI MARYAMA
- EZZEREHOUNI AHMED
- FIGUIGUI BADR
- IMMEL HICHAM
- MOURTAKA SAMAH
- NACIRI MARIAM
- SABIBI MOHAMED AMINE