



المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير - أكادير
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion - Agadir



L'Observatoire Régional des
Métiers de l'Entreprise



ERETTLOG

Equipe de Recherche en Transport et
Technologie de l'information et Logistique

COLLOQUE INTERNATIONAL

Le management de la communication des organisations privées ou publiques à l'ère des réseaux sociaux

6 au 8 Décembre 2017, Agadir

Appel à Communications

**NOUVELLE DATE LIMITE POUR SOUMETTRE LES
PROPOSITIONS : 4 mars 2017**

ARGUMENTAIRE

Les réseaux sociaux connaissent depuis quelques années une croissance exponentielle. Désormais, il est risqué pour une organisation privée ou publique de se tenir à l'écart de cette évolution des modes de communication. En effet, aujourd'hui, toutes les entreprises ont affaire aux réseaux sociaux en vue de gérer leur image, de se développer financièrement et d'enrichir leur expérience sur le marché du web qui offre de nouvelles opportunités, auparavant inexistantes.

Pourquoi communiquer à travers les réseaux sociaux ?

Il faut pour cela comprendre le principe fondamental des réseaux sociaux. En réalité, l'activité majeure d'un réseau social se résume à faire de la communication ! Qu'il publie des articles, partage des photos ou joue sur les réseaux sociaux, l'utilisateur cherche à communiquer. En devenant "membre" l'utilisateur peut avoir instantanément accès à toutes les informations sur l'actualité de l'organisation, tout cela dans une atmosphère sociale. Avec les réseaux sociaux, on ne cherche plus les informations, elles viennent à nous. Or, l'intérêt des réseaux sociaux pour les organisations ne se limite pas qu'à l'acquisition d'informations sur les utilisateurs. Communiquer via les réseaux sociaux est aussi un moyen de se construire une image de marque, d'exposer des produits ou offres innovants, de se démarquer de la concurrence, d'établir une relation plus « humaine » avec les utilisateurs, de créer des interactions avec le public et d'effectuer une veille technologique au quotidien. Tous ces avantages que présente le réseau social pour l'entreprise en font un outil incontournable. Ce premier colloque au Maroc sur le management de la communication des organisations privées ou publiques à l'ère des réseaux sociaux a pour ambition de partager les réflexions et les pratiques des chercheurs et des experts sur le management de la communication à l'ère des réseaux sociaux. Plusieurs questions seront soulevées :



المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير - أكادير
ΕΚΕΠ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΑΓΑΔΗΡ
ÉCOLE NATIONALE DE COMMERCE ET DE GESTION - AGADIR



ERETTLOG

Equipe de Recherche en Transport et
Technologie de l'Information et Logistique

L'Observatoire Régional des
Métiers de l'Entreprise

- Quels sont les principaux réseaux sociaux utilisés par les organisations publiques et privées ?
- Quels sont les risques d'usage ?
- Les organisations publiques et privées peuvent-elles contrôler tous les « buzz » informatiques ?
- La présence des organisations publiques et privées sur les réseaux sociaux est-elle vitale ?
- Comment les organisations publiques et privées utilisent-elles ces réseaux à leur avantage ?
- Où s'arrête la liberté d'expression et de communication des organisations publiques et privées sur les réseaux sociaux ?

Sans être limitatifs, les axes de ce colloque tenteront d'interroger les aspects suivants :

- Les réseaux sociaux, nouvelle opportunité pour la communication des entreprises et des organisations publiques,
- Les réseaux sociaux et la communication corporate
- Les réseaux sociaux et la communication interne
- Les réseaux sociaux et la communication de crise
- Les réseaux sociaux et la communication touristique
- Les réseaux sociaux et la communication des collectivités locales
- La fonction communication des organisations dans l'e-entreprise
- La place des réseaux sociaux dans l'information journalistique
- La communication universitaire à l'ère du web 2.0
- Le pouvoir de la communication à l'ère des réseaux sociaux
- La communication d'influence et du lobbying à l'ère des réseaux sociaux
- Les enjeux des réseaux sociaux pour la communauté scientifique
- Le rôle de la trace numérique dans le management de la communication des entreprises et des administrations publiques.
- L'administration en ligne, services publics et participation citoyenne
- L'administration électronique ou E-administration
- Le secteur public à l'heure des réseaux sociaux
- Les usages du web 2.0 dans les organisations publiques

Ce colloque est labellisé par la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC)

DATES IMPORTANTES

- **06 décembre 2016** : lancement de l'appel à communications,
- **04 Mars 2017** : date limite de soumission des propositions de communication
- **08 Avril 2017**: retour des évaluations.
- **18 Septembre 2017** : réception des versions finales des communications des enseignants chercheurs et les professionnels-expert en organisation privée ou publique
- **30 septembre 2017** réception des versions finales des communications des doctorants
- **06.07.08 Décembre 2017** : le déroulement du colloque



المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير - أكادير
ÉCOLE NATIONALE DE COMMERCE ET DE GESTION - AGADIR



L'Observatoire Régional des
Métiers de l'Entreprise



ERETTLOG

Equipe de Recherche en Transport et
Technologie de l'information et Logistique

MODALITES DE SOUMISSION :

Les communications seront évaluées en double aveugle.

LES CONDITIONS DE PARTICIPATION

- La participation est ouverte aux enseignants-chercheurs, aux doctorants et aux professionnels en entreprise et en organisation publique,
- L'intervention peut être préparée par un ou deux chercheurs,
- Les interventions peuvent être présentées en français ou en anglais.

CONSIGNES DE REDACTION :

- Les communications ne doivent pas excéder 10 000 signes,
- Les communications doivent être rédigées en "Times New Roman", taille de la police 12, et en double interligne.
- Les communications ne doivent pas dépasser 20 pages, y compris les tableaux et les annexes, et doivent contenir un résumé (en français et en anglais), et 5 mots clés au maximum. Les pages seront numérotées en haut à droite,
- Les communications doivent être accompagnées d'un résumé d'une page maximum (et qui doit contenir la problématique et les principaux axes de la communication). Ce résumé doit être fourni dans deux langues, le français et l'anglais, et accompagné d'un bref curriculum vitae.

Elles sont à envoyer à : abilabilprofil@gmail.com

LIEU DU COLLOQUE

Le colloque se déroulera à l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.

HÉBERGEMENT

Les participants au colloque bénéficieront d'un hébergement au tarif négocié dans un hôtel de la ville d'Agadir. Pour bénéficier de ces tarifs, les participants doivent passer par le comité d'organisation au Maroc

MEMBRES DU COMITÉ SCIENTIFIQUE

ABIL Abdellah, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

ABOUDRAR Lahoucine, Faculté des Sciences Economiques et Juridiques, Université Ibn Zohr, Agadir,

ACHABA Allal, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

AGBOBLI Christian, l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Canada

Al-Rabadi Elie Université de Yarmouk, Jordanie

AMMOR Samira, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines Ben M'sik, Casablanca, Maroc

AMSIDDER Abderrahmane, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc



المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير - أكادير
ΕΚΕΠ - ΕΠΙΣΤΗΜΟΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ - ΑΓΑΔΙΡ
ÉCOLE NATIONALE DE COMMERCE ET DE GESTION - AGADIR



ERETTLOG

Equipe de Recherche en Transport et
Technologie de l'Information et Logistique

L'Observatoire Régional des
Métiers de l'Entreprise

AZEGAGH Jalal, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Kenitra, Maroc
BAILLARGEON Dany, Université de Sherbrooke, Canada
BAKOUR Chafik, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Tanger, Maroc
BARAKAT Wafaa, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc
BARQUISSAU Eric, Groupe ESC Pau - Campus Universitaire, France
BELGACEM Rahmani, HEC Montréal
BELLACHHAB Abdelhadi, Université de Nantes, France
BENDAHAN Mohamed, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Mohammed V, Rabat
BENDAHMANE MOUELHI Norchène, IHEC Carthage, Tunisie
BENDOU Abdelaziz. Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc
BENABDELHAFID, Abdellatif, Université du Havre
BERTRANDIAS Laurent, Université Toulouse III, Paul Sabatier - France
BOUZIDI Rachida, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines Ben M'sik, Casablanca
CABEDOCHÉ Bertrand, Institut de la Communication et des Médias, ECHIROLLES – France
COTTON Anne-Marie, Ecole Artevelde de Gent, Belgique
DADAOUI Latifa, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc
DAGHMI Fathallah, Université de Poitiers, France
DAVID Marc, Université de Sherbrooke, Canada
DOMENGET Jean-Claude, IUT Belfort-Montbéliard, France
EL GHAZOUANI Lahoucine, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc
ERRAMI Youssef Groupe ESC Pau, France.
FOUAD Jawad, Université Sidi MOHAMED Ben Abdallah, EST - Fès
FOURQUET-COURBET Marie-Pierre, Institut de Recherches en Sciences de l'Information et de la Communication Aix-Marseille. France
GALINON-MELENÉC Béatrice, Normandie université le Havre, France
GOUBA Firmin, Université OUAGA 1, BURKINA FASO
GRAMACCIA Gino, UIT BORDEAUX 1 France
HAMRI Mohamed Hicham, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc
HMAITTANE Abdelmajid, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc
IBENRISSOUL Abdelmajid, Ecole Nationale de commerce et de gestion, Casablanca, Maroc
JUANALS Brigitte, École de Journalisme et de Communication d'Aix-Marseille Université— France
KIYINDOU Alain, Université Bordeaux-Montaigne, France
LAABI Samir, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc
LACHKAR Abdenbi, Université Paris8 Vincennes Saint-Denis, France



المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير - أكادير
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion - Agadir



ERETTLOG

Equipe de Recherche en Transport et
Technologie de l'information et Logistique

L'Observatoire Régional des
Métiers de l'Entreprise

LAMBOTTE François, Université Catholique de Louvain, Belgique

LE MOËNNE Christian, Université Européenne, de Bretagne - Rennes 2, France

LEPINE Valérie, Université Grenoble Alpes, France

MAAS Élise, Université de Lille 3, France

MAKHOULFI Abdelouahab, Université de Paris 13 - France

MAY Abdallah Kamel, Lebanese University, Lebanon

MOUMOUNI Charles, Université Laval, Québec, Canada

OUAZZANI Ahmed, FP Larache, Maroc

PARRINI-ALEMANNI Sylvie, CNAM, Paris, France

RAICHVARG Daniel, Université de Bourgogne-Franche-Comté, France

SAIR Aziz, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

SAQRI Nadia, Faculté des Sciences Economiques, Juridiques et Sociales Ain Sebaâ, Casablanca, Maroc

SGENFEL Mohamed, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

TOUMI Farid, Faculté des Sciences Economiques et Juridiques, Université Ibn Zohr, Agadir,

WAHBI Mhamed, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Ibn Zohr, Agadir,

ZEROUALI OUARITI, Ouafae, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

WAHABI Rachid, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Settat, Maroc

RESPONSABLES DU COMITE D'ORGANISATION

ABIL Abdellah L, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

BENDOU Abdelaziz, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

AMSIDDER Abderrahmane, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

HAMRI Mohamed Hicham, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

ZEROUALI OUARITI, Ouafae, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

MEMBRES DU COMITE D'ORGANISATION

GEUNTAOUI Mohamed, ENCG, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

LOUX Kamal, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

MOUSSADEK Habiba, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

RAMLI Imane, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

OUMIEL Tarik, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc



المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير - أكادير
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion - Agadir



L'Observatoire Régional des
Métiers de l'Entreprise



ERETTLOG

Equipe de Recherche en Transport et
Technologie de l'information et Logistique

TOUMI Farid, Faculté des Sciences économiques et juridiques, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

ZEROUALI OUARITI, Ouafae, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

ZOUHAIR Hicham, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

CONSORTIUM DOCTORAL

Lors de ce colloque international sur le Management de la communication des organisations privées ou publiques à l'ère des réseaux sociaux, une session spéciale "jeunes chercheurs" (consortium doctoral) sera organisée. Cette journée a pour principal objectif d'aider les doctorants travaillant dans le domaine de l'ingénierie de la communication des organisations publiques et privées à avancer dans leur travail de thèse et à préparer leur insertion dans la communauté scientifique. Cette journée constitue donc une occasion pour les doctorants de rencontrer des spécialistes de la recherche en ingénierie de la communication des organisations publiques et privées et de discuter des questions touchant aussi bien leur domaine de recherche que leurs activités de chercheur. Afin de rendre l'exercice fructueux, il est fortement recommandé aux doctorants de se situer en deuxième année de thèse. Un des objectifs du consortium doctoral étant d'encourager au mieux les jeunes chercheurs et de leur fournir des éléments permettant de faciliter leur insertion dans la communauté, la journée ne se limite pas aux présentations et discussions des travaux, mais comprend aussi des ateliers sur des thèmes les concernant et susceptibles de les aider dans la rédaction de leur travail de recherche ou dans leur carrière de chercheur. D'autre part, l'organisation générale du colloque a été pensée afin de faciliter les contacts et le réseautage entre jeunes chercheurs et chercheurs confirmés. Le consortium doctoral est ouvert à tous les doctorants actuellement inscrits en thèse de doctorat dans le domaine du management de la communication, et des sciences de l'information et de la communication. Les propositions doivent être envoyées au courriel à :

- M. Abdellah ABIL
- abilabilprofil@gmail.com

PUBLICATION

Les meilleures communications feront l'objet d'une publication éditée dans un numéro spécial de la :

REVUE INTERNATIONALE COMMUNICATION & MANAGEMENT RECHERCHES - PRATIQUES

L'INSCRIPTION AU COLLOQUE

L'inscription au colloque couvre les frais de participation aux activités, le repas du midi et les pauses-café. Le colloque se clôturera par un dîner de gala compris dans les frais d'inscription au colloque. Les frais d'inscription sont de l'ordre de **160 Euros pour les 3js** pour les chercheurs étrangers. Pour les chercheurs marocains, les frais d'inscription sont de l'ordre de 1000 Dh pour les 3js et 100Dh pour les doctorants. L'inscription n'est garantie qu'après le paiement complet des sommes dues sur place



المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير - أكادير
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion - Agadir



ERETTLOG

Equipe de Recherche en Transport et
Technologie de l'Information et Logistique

L'Observatoire Régional des
Métiers de l'Entreprise

BIBLIOGRAPHIE

- BLOCH, Emmanuel. 2012. « Communication de crise et médias sociaux ». Paris : Dunod, 209 p.
- BALAGUÉ, Christine et David Fayon. 2011. « Réseaux sociaux et organisation privée ou publique : les bonnes pratiques. » Pearson Education France : Paris, 230 p.
- CHAREST, Francine et François Bédard. 2013. « Les racines communicationnelles du Web et des médias sociaux. » Presses de l'Université du Québec, PUQ, Québec, 162 p.
- CHAREST, Francine, Anne-Marie Gauthier et François Grenon. 2013. « Appropriation et stratégies d'intégration des médias sociaux par les professionnels de la communication ». In Communication et Organisation, no. 43. pp. 269-280.
- CHÉREAU, Mathieu. 2010. Chapitres 1 et 2. « Community Management, comment faire des communautés Web les meilleures alliées des marques ». Tendances Marketing, Paris (2e édition). 184 pages.
- COUTANT, Alexandre et Jean-Claude Domenger. 2011. « Le Web participatif a-t-il besoin des marketeurs ? ». In Cordelier, Benoît (dir.). Web social, communautés virtuelles et consommation : 79e congrès international ACFAS. Québec : Chaire de relations publiques et communication marketing de l'UQAM, p. 115-128.
- Millerand, Florence. 1998. Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (1ere partie). Composite. 19 p.
- DUBOIS, Didier, Émilie Pelletier et Katherine Poirier. 2011. « Comment bâtir votre politique d'utilisation des médias sociaux ». Cowansville : Éditions Yvon Blais, 217 p.
- GERVAIS, Jean-François. 2007. « Web 2.0. Les internautes au pouvoir ». Paris : Dunod, 216 pages
- ITEANU, Olivier, SALVATOR Olivier. « L'identité numérique en question ». Eyrolles, France, 166 pages
- LEFEBVRE, Alain. 2008 « les réseaux sociaux. De Facebook aux nouveaux intranets, la généralisation des réseaux sociaux ». Paris : M21 Editions, 200 pages
- LIBAERT, Thierry et Karine Johannes. 2010. « La communication corporate ». Paris. Dunod. 128 p.
- MERCKLÉ Pierre, 2016. « Sociologie des réseaux sociaux, ». Paris : La Découverte, 128 pages
- MUSSO Pierre, 2003. « Critique des réseaux, ». Paris : PUF, 384 pages
- REBILLARD, Frank. 2007 « Web 2.0 en perspective : Une analyse socio-économique de l'Internet ». L'Harmattan, France 2007, 162 pages
- ROSOOR, Benjamin. 2012. « Agir sur l'e-réputation de l'organisation privée ou publique : Développer et défendre son identité numérique. » Paris : Édition Eyrolles, 152 p.

Contacte colloque

Abdellah ABIL

Enseignant-chercheur à l'ENCG Agadir

abilabilprofil@gmail.com

212(0)0661381812