



**L'ÉCOLE DES HAUTES ÉTUDES COMMECIALES,**

**le Laboratoire MARKETIC**

**et**

les équipes de recherche : PRFU « Entrepreneuriat vert et économie circulaire » et  
« Transformation digitale des entreprises »

organisent la première édition du

**Colloque National en Entrepreneuriat et Marketing (CNEM)**

ayant pour thème

**Innovation entrepreneuriale et marketing : vers de nouvelles perspectives pour les start-ups et l'entrepreneuriat social**

### **Préambule :**

Dans le paysage économique actuel, l'innovation entrepreneuriale et le marketing sont deux forces propulsives qui redéfinissent la nature même des entreprises, en particulier dans le contexte des start-ups et de l'entrepreneuriat social. Cette intersection dynamique offre des opportunités intéressantes et soulève des défis complexes.

L'ère actuelle est témoin d'une accélération exponentielle de l'évolution technologique, de changements sociaux profonds, et d'une prise de conscience croissante en matière de durabilité. Ces dynamiques transforment fondamentalement la manière dont les entreprises conçoivent, développent et commercialisent leurs produits et services. Dans ce contexte, l'innovation entrepreneuriale émerge comme un moteur de changement, caractérisée par la création de nouvelles idées, de nouveaux produits, et de nouvelles approches pour résoudre des problèmes existants. Parallèlement, le marketing, en tant que discipline fondamentale, joue un rôle essentiel dans la manière dont ces innovations sont présentées, adoptées, et intégrées dans le marché.

L'évolution des start-ups, ces entreprises agiles et souvent disruptives, est indissociable de ces deux forces motrices. Les start-ups ont adopté une mentalité d'innovation constante, remettant

en question les conventions établies et cherchant à résoudre des lacunes perceptibles dans les marchés existants. Cependant, le succès d'une start-up ne dépend pas uniquement de la qualité de son innovation, mais aussi de sa capacité à la commercialiser efficacement, à créer une identité de marque forte et à répondre aux besoins changeants des consommateurs.

L'entrepreneuriat social, une autre facette de cette dynamique, introduit une dimension supplémentaire en intégrant des objectifs sociaux et environnementaux dans les modèles d'affaires. Ces entreprises cherchent à créer un impact positif tout en étant financièrement viables, élargissant ainsi la portée de l'entrepreneuriat au-delà du profit pur.

### ***Synergies entre Innovation Entrepreneuriale et Marketing***

C'est dans le chevauchement de l'innovation entrepreneuriale et du marketing que se trouvent des opportunités riches et souvent sous-explorées. Les start-ups, en tant que vecteurs d'innovation, doivent naviguer dans un environnement où la visibilité et la différenciation sont cruciales. Les stratégies marketing deviennent des leviers stratégiques pour introduire ces innovations sur le marché, éduquer les consommateurs et construire des relations durables.

Les approches créatives de marketing peuvent également influencer le processus d'innovation elle-même. En ce qui concerne l'entrepreneuriat social, le marketing joue un rôle crucial dans la communication des missions sociales, l'engagement des parties prenantes, et la création de partenariats significatifs. Les stratégies de marketing social (Kotler&Zaltman, 1971) s'avèrent être des outils puissants pour sensibiliser et mobiliser le public autour des enjeux sociaux et environnementaux.

## **Objectif du colloque**

Ce colloque vise à explorer ces synergies dynamiques et à dévoiler les nouvelles perspectives qu'offrent l'innovation entrepreneuriale et le marketing aux start-ups et à l'entrepreneuriat social. En mobilisant des chercheurs, des entrepreneurs et des professionnels du marketing à jeter un regard critique sur ces interactions, identifier les meilleures pratiques, et contribuer à la création d'un écosystème entrepreneurial florissant en Algérie.

## **Les axes du colloque**

**AXE1** : Stratégies Marketing Innovantes pour les Startups

**AXE 2** : Modèles d'Affaires et Innovations Entrepreneuriales

**AXE 3** : Impact Social et Responsabilité dans le Marketing des Entreprises

**AXE 4** : Évolution des Tendances de Consommation et Adaptation des Startups

**AXE 5** : Communication et Image de Marque dans l'Entrepreneuriat Social

**AXE6** : Technologies Émergentes et Transformation digital dans le Marketing et l'Entrepreneuriat

**AXE 7** : Défis Éthiques dans l'Innovation Entrepreneuriale et le Marketing Social

**AXE 8** : Entrepreneuriat et Franchise Sociale

**Dates à retenir:**

<b>Date limite de réception des communications</b>	Dimanche 3 décembre 2023
<b>Notification d'acceptation aux auteurs</b>	Jeudi 7 décembre 2023
<b>Date limite de réception des communications finales</b>	Mardi 12 décembre 2023
<b>Date du CNEM</b>	Dimanche 17 décembre 2023

**Consignes et modalités de soumission**

- Envoi d'un résumé long (1000 mots maximum) avant la date limite de soumission des propositions de communications. Il doit présenter la structure suivante : Introduction/ Méthodologie/ Résultats/Discussion et/ou Conclusion.
- Les communications finales ne doivent pas excéder 8 pages, times 12, interligne simple et marges 2,5 hors page de garde, références bibliographiques et annexes, présentant une recherche aboutie sur un plan conceptuel et/ou empirique. Les papiers soumis feront l'objet d'une évaluation par le comité scientifique et les communications acceptées à l'issue de ce processus seront présentées au colloque.
- Les contributions peuvent être soumises en Arabe, en Anglais ou en Français.
- Toutes les formes de contribution de la part des professionnels sont les bienvenues.
- Présentation de la communication orale : Les présentations des communications acceptées ne doivent pas excéder 10 minutes.
- Les communications ainsi que les résumés doivent être envoyées via la plateforme EasyChair: <https://easychair.org/conferences/?conf=cnem23>

**Contact: cnem23@hec.dz**