



Labellisation afm des journées thématiques

L'afm soutient la recherche scientifique en marketing et propose une valorisation des journées thématiques. Le label afm permet le rayonnement des journées thématiques organisées par les membres de l'association. La mission de l'afm, à travers la labellisation des journées et colloques, consiste à stimuler, diffuser et valoriser le savoir scientifique en marketing.

L'afm, à travers la labellisation des journées thématiques, propose une offre de services mis à leur disposition (1). Pour obtenir la labellisation, l'afm demande aux organisateurs, en contrepartie, de respecter un cahier des charges précis (2).

1. Les services labellisation

En obtenant la labellisation d'une journée thématique, l'afm offre aux organisateurs les services suivants :

1. L'afm s'engage à communiquer intensivement sur la journée thématique. Cette communication comprend :
 - a. L'envoi via l'afmNet (3500 destinataires) de deux mails « en solo¹ » pour diffuser l'appel à communication (1 « save the date » et 1 relance)
 - b. L'envoi via également l'afmNet de deux mails « en solo » pour l'inscription (1 mail principal et 1 relance)
 - c. La diffusion sur les comptes Facebook (2000 fans), Twitter (3500 followers).

(Les évènements non labellisés ne font l'objet que de deux mails groupés avec d'autres - un pour l'appel et un pour l'inscription- et ne sont pas relayés sur les réseaux sociaux)

2. L'afm s'engage à diffuser, via l'afmNet, un compte rendu détaillé de la journée permettant aux membres de l'afm de connaître les principaux résultats et les avancées académiques proposées dans les communications présentées lors de la journée thématique.
3. L'afm s'engage à communiquer sur la journée thématique en diffusant les actes de la journée, directement sur son site Internet.

¹ Mail avec pour seules informations celles sur la journée thématique labellisée

En complément, l'afm donne la possibilité aux organisateurs d'utiliser des services complémentaires :

- L'afm propose aux organisateurs des journées thématiques de créer un système de « *competitive paper* ». Le comité de sélection devra désigner le meilleur papier de la journée thématique. Les auteurs du meilleur papier de la journée thématique se verront autoriser la participation directe au Congrès de l'afm (sans passer par le processus de sélection).
- L'afm propose d'aider les responsables des journées thématiques à organiser un atelier de coaching et de conseil pour soumettre leur communication dans les revues RAM et DM.
 - o L'atelier aura pour objectif d'aider les participants qui le souhaitent à réfléchir sur les modifications à effectuer afin de soumettre leur papier dans les revues RAM et DM.
 - o L'atelier devra se dérouler lors de la journée thématique, en complément des présentations des participants.
 - o Il pourra être animé par un membre expérimenté du comité de lecture ou d'organisation de la journée.
 - o Les organisateurs pourront également demander à l'afm de mandater un membre de l'association pour animer cet atelier.
- L'afm donne la possibilité aux organisateurs de créer des pages Internet de la journée thématique directement sur le site de l'afm.

2. Le cahier des charges pour l'obtention de la labellisation

Afin d'obtenir la labellisation d'une journée thématique, l'afm demande aux organisateurs de respecter un certain nombre de points permettant de mettre en avant la valorisation de la recherche française en marketing :

- L'esprit des journées doit être de faire avancer la recherche sur un thème. L'originalité des idées et des questionnements est un critère de sélection au moins aussi important que le degré d'achèvement de la recherche (notamment son niveau de sophistication méthodologique et empirique)
- Le format des communications doit suivre celui du congrès de l'afm (5 pages, interligne simple).
- La sélection des communications doit s'effectuer impérativement via un processus d'évaluation en double aveugle. Le processus repose entièrement sur un comité de lecture interne ou extérieur.
- Le label doit être demandé pour chaque édition d'une manifestation. Il est accordé au vu des éléments du compte rendu.
- La première édition d'une journée thématique ne peut pas obtenir le label afm.

- Les organisateurs doivent faire figurer le logo de l' « afm journée labellisée » sur tous les documents en lien avec la journée thématique (appel à communication, programme, site Internet...)
- Les organisateurs doivent faire figurer la bannière afm incitant à la publication des recherches dans les revues RAM et DM. A ce titre, les journées thématiques labellisées par l'afm ne peuvent promouvoir la publication des papiers présentés, dans d'autres revues scientifiques de même rang, en Marketing ou plus généralement en Sciences de Gestion.
- Les organisateurs doivent proposer un tarif préférentiel aux membres de l'afm afin de participer à la journée thématique.
- Les organisateurs doivent proposer l'adhésion à l'afm pour les participants à la journée thématique.
- Les organisateurs doivent fournir à l'afm, dans le mois suivant l'évènement, un compte rendu de la journée (nom des participants, contenu et principaux résultats...).
- Les organisateurs doivent fournir les actes de la journée thématique ou un lien permettant d'accéder à leur site Internet.