

APPEL A COMMUNICATIONS

« L'industrie musicale : nouvelles directions, nouvelles interrogations »

BETA, Université de Strasbourg
Jeudi 5 et vendredi 6 décembre 2019

Dans le cadre du numéro spécial de la Revue Française de Gestion consacré à l'industrie musicale, le BETA organise un workshop sur le même thème. L'objectif est de permettre à des chercheurs souhaitant proposer un article à la revue de présenter leur travail pour bénéficier d'un premier retour avant la date limite de soumission.

L'envoi d'une proposition pour le numéro spécial de la RFG n'est pas conditionné à la participation à ce workshop mais nous attirons l'attention des chercheurs sur l'opportunité qu'il offrira d'obtenir des commentaires et propositions d'amélioration. Les papiers en cours d'écriture et de finalisation sont donc les bienvenus.

Depuis quelques années, la recherche en sciences de gestion prêche un intérêt tout particulier à l'étude des industries culturelles et créatives. Longtemps perçus comme « exotiques », ces secteurs d'activités sont désormais considérés comme exemplaires (Paris, 2010 ; Pellegrin-Boucher et Roy, 2019). Parmi ces industries, s'il est un secteur en pleine mutation qui ne cesse de se renouveler, il s'agit bien de l'industrie musicale, dont le chiffre d'affaires a évolué de 33% en 4 ans.

Tout au long de son histoire, la musique a dessiné dans ses pratiques, ses modes de production, ses technologies dédiées, « l'esquisse des temps à venir » (Attali, 2001). L'industrie musicale, qui s'est développée à partir du moment où il est devenu possible d'enregistrer et de reproduire les œuvres, a souvent été le théâtre de changements profonds (technologiques, organisationnels, économiques...) qui se sont ensuite diffusés aux autres secteurs. Les multiples formes qu'elle prend aujourd'hui, les expérimentations qui la régénèrent, les nouveaux modèles économiques qui s'y développent annoncent sans doute les défis majeurs que les entrepreneurs et managers devront relever dans la plupart des secteurs d'activités. Comme l'a montré Attali (2001), « la musique est toujours prophétie » et en analysant les créateurs qui la composent, les organisations qui la produisent et les individus qui la consomment, on peut sans doute anticiper le monde de demain.

La musique a été une des toutes premières industries à connaître de profonds bouleversements avec l'arrivée de la technologie numérique qu'elle a cherché à exploiter dès le début des années 80 (lancement du compact disc). Le développement de nouvelles technologies autour du numérique a très vite entraîné une remise en cause profonde des « façons de faire » en vigueur, à la fois du côté des maisons de disques, des fabricants de

supports, des distributeurs, des amateurs de musique, mais aussi des artistes (Fanen, 2017). Ces technologies ont favorisé l'arrivée de nouveaux acteurs capables de proposer des prestations renouvelées et de déstabiliser les firmes en place qui ne disposaient pas d'emblée des compétences et des infrastructures nécessaires pour s'adapter (Alexander, 2002). Désormais, la production, la distribution et la consommation d'œuvres musicales sont largement dématérialisées. Si les ventes de compact discs se sont effondrées, les plateformes de streaming (Deezer, Spotify, Youtube...) ont vu leur nombre d'abonnés croître de manière très significative. Comme d'autres, l'industrie musicale a ainsi abandonné le modèle de la propriété (organisé autour de l'achat/vente de supports physiques) pour entrer dans « l'âge de l'accès » (Rifkin, 2001).

Les transformations de l'industrie musicale et les pratiques, parfois déviantes, des artistes qui y évoluent nous offrent de formidables opportunités pour reconsidérer les nouveaux modes de consommation (Le Guern et al. 2016), les modèles et les pratiques de management (Denis, 2014) et les pratiques de conception et de diffusion des innovations (Tellier, 2017).

Sans que cette liste ne soit exhaustive, le colloque abordera les problématiques suivantes :

- Quelle peut être la place des nouveaux acteurs (intermédiaires de financement, plateformes d'intermédiation, plateformes de streaming, nouveaux labels...) dans une industrie reconfigurée ?
- Quelles ripostes concurrentielles les acteurs historiques peuvent-ils envisager ?
- Quels sont les modèles d'affaires susceptibles de s'imposer dans la durée ?
- Quel regard porter sur les nouvelles formes de consommation ?
- Quelles leçons peut-on tirer des nouveaux modes de création fondés sur des collectifs qui de (dé)composent en fonction des projets ?
- Peut-on repenser les techniques de marketing à l'aune des pratiques qui se développent dans l'industrie musicale ?
- Quels rôles jouent aujourd'hui les communautés qui se constituent autour de courants musicaux ou d'artistes ? Comment les constituer, les repérer, les associer ?
- Quelles sont les répercussions des évolutions technologiques sur les processus créatifs ?

Les propositions peuvent être de nature théorique ou empirique. Toutes les méthodologies et approches sont les bienvenues.

Procédure de soumission

La sélection se fera sur la base exclusive d'un résumé étendu qui devra spécifier les éléments suivants :

- 1) contexte et problématique de la recherche ;
- 2) cadre théorique ;
- 3) méthodologie ;
- 4) résultats envisagés et contributions potentielles.

Les intentions de communication feront 2000 mots maximum (bibliographie comprise), présentées en double interligne, justifié, Police Times New Roman, 12. La première page du résumé doit comporter :

- le titre de la communication,
- les auteurs et leurs affiliations, ainsi que leurs coordonnées,
- les mots-clés (5 maximum).

Les résumés sont à envoyer par courriel à l'adresse suivante : emilie.ruiz@unistra.fr

Calendrier

30 septembre 2019 : date limite de soumission des résumés étendus

mi-octobre 2019 : retour des avis du Comité Scientifique aux communicants

31 octobre 2019 : date limite d'inscription aux journées

Frais d'inscription

Les frais d'inscription des participants sont pris en charge par le BETA et l'Université de Strasbourg.

Numéro spécial

Les travaux présentés lors de ces deux journées de colloque pourront être soumis au numéro spécial intitulé « *L'industrie musicale : nouvelles directions, nouvelles interrogations* » de la Revue française de gestion.

Comité d'organisation

Julien Pénin (BETA, Université de Strasbourg)

Emilie Ruiz (BETA, Université de Strasbourg)

Albéric Tellier (NIMEC, Université de Caen)

Bibliographie

Alexander P.J. (2002), « Peer-to-peer file sharing: The case of the music recording industry », *Review of Industrial Organization*, vol. 20, n°2, p. 151-161.

Attali J. (2001), *Bruits. Essai sur l'économie politique de la musique*, Le Livre de Poche.

Denis J. P. (2014), *Introduction au hip-hop management*, EMS.

Fanen S. (2017), *Boulevard du stream. Du mp3 à Deezer, la musique libérée*, Le Castor Astral, Coll. Castormusic.

Le Guern P. (Dir.) (2016) *Où va la musique ? Numérimorphose et nouvelles expériences d'écoute*, Presses des Mines, Coll. Libres opinions.

Paris T. (2010), *Manager la créativité*, Pearson.

Pellegrin-Boucher E. et Roy P. (Dir.) (2019), *L'innovation dans les industries culturelles et créatives*, ISTE éditions, Série Innovation et Technologies, Volume 7.

Rifkin J. (2001), *The age of access: The new culture of hypercapitalism*, Penguin.

Tellier A. (2017), *Bonnes vibrations. Quand les disques mythiques nous éclairent sur les défis de l'innovation*, EMS.