

## ST-AIMS 1 : L'art et la matière : le management des ressources dans les Industries Culturelles et Créatives (ICC)

---

### Responsables :

**Responsable 1 :** Pierre Roy, Université de Montpellier – Montpellier Management, laboratoire MRM, Maître de conférences, [pierre.roy@umontpellier.fr](mailto:pierre.roy@umontpellier.fr)

**Responsable 2 :** Estelle Pellegrin-Boucher, Université de Montpellier – Montpellier Management, laboratoire MRM, Maître de conférences HDR, [estelle.boucher@umontpellier.fr](mailto:estelle.boucher@umontpellier.fr)

**Responsable 3 :** Arthur Caré, Université de Tours, IAE de Tours, laboratoire VALLOREM, Maître de conférences, [arthur.care@univ-tours.fr](mailto:arthur.care@univ-tours.fr)

**Responsable 4 :** Mickael Peiro, IUT Paul Sabatier, IUT3 de Toulouse-Auch-Castres, laboratoire LGTO, Maître de conférences, [mickael.peiro@iut-tlse3.fr](mailto:mickael.peiro@iut-tlse3.fr)

**Mots-clés :** Industries Culturelles et Créatives (ICC) – Ressources – Business Model – Tensions – Organisation

### Appel à communications

---

Les secteurs culturels et créatifs (livre, jeux vidéo, musique, cinéma, journaux et magazines, spectacle vivant, télévision, arts visuels, architecture, etc.) représentent 3,1% du PIB mondial et 6,2% des emplois (Source : UNESCO, *Repenser les politiques en faveur de la créativité : la culture, un bien public mondial, 2022*) et constituent par cela une ressource économique et sociale considérable, en pleine mutation face aux défis écologiques, technologiques et démocratiques contemporains. Cette ST-AIMS propose d'étudier le management des ressources, sous toutes leurs formes, dans le contexte particulier des Industries Culturelles et Créatives (ICC), afin de comprendre et d'analyser leurs développements historiques, leurs évolutions en cours et leurs perspectives. Elle invite les chercheur.e.s en sciences de gestion à explorer la manière dont les parties prenantes conçoivent, produisent, diffusent et consomment les ressources au sein de ces industries. Elle encourage également les recherches observant les expérimentations alternatives émergentes, à l'intérieur ou aux marges des modèles dominants.

La liste des thématiques présentées est non exhaustive et n'a que pour objectif de montrer le champ riche et fécond de l'analyse des ICC, d'autant plus dans une période de mise en tension des ressources économiques, sociales et environnementales, mais également politiques et technologiques. Ainsi, bien que non limitatifs, cette ST-AIMS souhaite apporter des éléments de réflexion aux axes suivants :

**Axe 1. Le management des ressources stratégiques :** à des rythmes différents et sur des périmètres spécifiques, la transformation numérique bouleverse tous les secteurs des ICC (Simon et Tellier, 2020 ; Snowball et al., 2022). Les recherches attendues ambitionnent ici de montrer les impacts des évolutions technologiques sur les ICC (Benghozi et Chanteprie, 2017 ; Delacour et Leca, 2011) mais également comment les plateformes numériques de streaming, le service par abonnement ou encore la dématérialisation, changent l'accès aux contenus culturels en influençant les stratégies de monétisation

des industriels autant que les comportements des utilisateur.trice.s (Landoni et al., 2020 ; Tellier, 2021). Les communications pourront, par exemple, traiter les questions suivantes :

- Comment les ICC intègrent-elles les nouvelles technologies dans leurs processus de création, de production et de consommation ?
- Quelles stratégies permettent d'articuler une performance économique, technologique, sociale et artistique ?
- Quelles approches stratégiques les ICC adoptent-elles pour naviguer dans un environnement en mutation (évolutions technologiques, fluctuations du marché, nouveaux acteurs).
- Quelles sont les stratégies d'innovation qui leur permettent de se démarquer et de se développer à l'international ?

**Axe 2. Le management des ressources environnementales :** les ICC sont des moteurs d'innovation et de transformation sociale, qui doivent également faire face aux défis environnementaux contemporains (*cf. Cycle des hautes études de la culture – Session 20-21 Écologie et Culture*). Face aux nécessités d'adopter des pratiques plus durables et responsables, le management des ressources environnementales au sein des ICC devient une priorité stratégique (Hearn et al., 2007 ; Papadaki, 2024 ; Wu & Lin, 2021). Les recherches attendues ici visent à explorer les pratiques, défis et opportunités liés à l'intégration de la durabilité environnementale dans les ICC. Les communications pourront par exemple, traiter les questions suivantes :

- Quelles sont les stratégies innovantes pour réduire l'empreinte carbone et minimiser l'utilisation des ressources naturelles dans les ICC ?
- Comment les principes d'écoconception sont-ils appliqués dans la création de produits et services culturels ?
- Quel est l'impact des réglementations environnementales sur les pratiques des ICC ?
- Comment les ICC peuvent-elles jouer un rôle clé dans la sensibilisation du public aux enjeux environnementaux ?

**Axe 3. Le management des ressources humaines :** la gestion des ressources humaines constitue un enjeu important pour ces industries où l'innovation, la créativité, et l'adaptabilité sont des éléments clés de performance. Il s'agira ici d'observer plus particulièrement les pratiques de travail au sein des ICC (travail à distance, collaboration numérique, méthode agile, période de « crunch », etc.) ainsi que les conséquences des évolutions sociales, technologiques et économiques sur les relations sociales, les métiers et l'organisation (Schiemer et al., 2023). L'objectif est de mieux comprendre comment les particularités de ces industries influencent les pratiques managériales et, inversement, comment une gestion efficace des ressources humaines peut contribuer à la compétitivité des organisations culturelles et créatives (Hesmondhalgh et al., 2013). Les communications pourront, par exemple, traiter les questions suivantes :

- Comment les organisations parviennent-elles à aligner les compétences créatives avec les objectifs stratégiques ?
- Quelles stratégies de développement des compétences sont mises en œuvre pour favoriser l'innovation et la créativité ?
- Comment les ICC abordent-elles la formation continue face à des environnements en perpétuelle mutation ?
- Comment les organisations des ICC gèrent-elles le bien-être au travail et la diversité ?

**Axe 4. Le management des ressources historiques et patrimoniales :** les ICC jouent un rôle essentiel dans la valorisation et la diffusion du patrimoine culturel et historique (Dimache et al., 2017 ; Lemay-Perreault, 2021). Réciproquement, cette partie ambitionne de comprendre les impacts des politiques territoriales sur la production culturelle et créative des acteurs (Baillargeon, 2018 ; Zhao et al., 2013) en analysant les composantes conjoncturelles et structurelles incitant ou non les acteurs à s'investir dans la production de contenus culturels et créatifs (Oakley, 2006 ; Porfirio et al., 2016). Les communications pourront, par exemple, traiter les questions suivantes :

- Comment les ICC parviennent-elles à valoriser le patrimoine tout en respectant les exigences de préservation ?
- Quelles stratégies permettent d'intégrer le patrimoine dans des projets créatifs contemporains ?
- Quels sont les impacts économiques, sociaux et environnementaux des produits culturels et créatifs sur le tourisme et les communautés locales ?
- Comment les ICC collaborent-elles avec les institutions publiques et les communautés locales pour la gestion des ressources ?

**Axe 5. Le management des ressources créatives :** les ICC possèdent la capacité de transformer des idées en produits et services qui enrichissent la culture et la société. Au cœur de ce processus se trouvent les ressources créatives, c'est-à-dire les personnes, les idées et les compétences qui alimentent les industries. L'association des termes "Industrie", "Culturel" et "Créatif" n'est cependant pas sans poser de questionnements quant à leur juxtaposition, leur assemblage ou leur confrontation (Alacovska et Kärreman, 2023 ; Aroles et al., 2022 ; Austin et al., 2022). En effet, les entreprises en place au sein des ICC sont soumises à des tensions entre les objectifs économiques, sociaux et écologiques (Durand et Jourdan, 2012 ; Hahn et al., 2015 ; van Bommel, 2018). Les communications pourront, par exemple, traiter les questions suivantes :

- Comment le management peut-il créer une culture organisationnelle qui favorise la créativité, la collaboration, et l'expérimentation ?
- Comment les ICC gèrent-elles les tensions inhérentes au processus créatif (liberté créative vs exigences économiques, tradition vs modernité, numérique vs physique, individu vs collectif) ?
- Comment les ICC favorisent-elles la collaboration entre différentes disciplines et acteurs pour enrichir le processus créatif ?
- Quels sont les modèles de co-création qui se révèlent les plus efficaces dans ces industries ?

**Axe 6. La culture et la créativité comme ressources (à manager ?) :** au cours des vingt-cinq dernières années, nombreux.ses sont celles et ceux qui ont souligné l'intérêt d'utiliser la fiction dans l'exploration des mondes et des réalités organisationnelles (Savage et al., 2018). La littérature, le cinéma et la musique ont fait l'objet de nombreux travaux scientifiques (Aroles et al., 2019 ; Culié et al., 2022 ; Tellier, 2020) démontrant le caractère politique et performatif de la fiction, tout autant que son ancrage fort dans les sciences de gestion. L'usage de la fiction peut alors être un outil pédagogique foisonnant pour les enseignant.es et chercheur.es en sciences de gestion (Szpirglas, 2023), autant qu'un outil critique au service de la déconstruction des idées et l'élargissement des possibles (Panayiotou, 2010 ; Rhodes et Parker, 2008). Les communications pourront, par exemple, traiter les questions suivantes :

- Quels sont les avantages pédagogiques de l'utilisation de la fiction pour les enseignant.es et chercheur.es en sciences de gestion ?
- En quoi l'usage de la fiction est-il considéré comme un outil politique et performatif dans le cadre des études organisationnelles ?
- Comment la fiction peut-elle contribuer à une compréhension critique des réalités organisationnelles, au-delà de la simple description factuelle ?
- Quels défis pose l'utilisation de la fiction comme outil méthodologique en sciences de gestion ?

Les chercheur.es en sciences de gestion et en stratégie sont alors invité.es à soumettre leur recherche en cours. Toutes les méthodologies, les formats d'écriture, cadres analytiques et théoriques sont les bienvenus tant qu'ils respectent les cadres de l'AIMS.

### Références :

Accary-Bonnery A., et al. (2021). Cycle des hautes études de la culture. Synthèse du rapport du groupe 2 – Être économiquement viable et durable à la fois : un enjeu pour les industries culturelles et Créatives.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.culture.gouv.fr/Media/medias-creation-rapide-ne-pas-supprimer/Synthese-du-Groupe-2-de-la-Session-20-21-du-CHEC-ICC-economiquement-viables-et-durables.pdf2>

Alacovska, A., & Kärreman, D. (2023). Tormented Selves: The social imaginary of the tortured artist and the identity work of creative workers. *Organization Studies*, 44(6), 961–985.

Aroles, J., Hassard, J., & Hyde, P. (2022). 'Culture for Sale': The Effects of Corporate Colonization on the UK Museum Sector. *Organization Studies*, 43(3), 347–368.

Aroles, J., Clegg, S., & Granter, E. (2019). Death and the Penguin: Modularity, alienation and organising. *Culture and Organization*, 25(2), 104-117.

Austin, R., Hjorth, D., & Hessel, S. (2018). How Aesthetics and Economy Become Conversant in Creative Firms. *Organization Studies*, 39(11), 1501–1519.

Baillargeon D. (2018). Connecting Strategic Practices, Regionality and Institution: A Ventriloquism Perspective on Creativity in Agencies. *M@n@gement*, 21(2), 913-943.

Benghozi, P. J., & Chantepie, P. (2017). Jeux vidéo: l'industrie culturelle du XXI<sup>e</sup> siècle ? Sciences Po, les presses.

Culié, J. D., Meyer, V., & Philippe, X. (2022). Listening to the call of boredom at work: A Heideggerian journey into Michel Houellebecq's novels. *Organization*, 29(5), 839-873.

Delacour H., & Leca B. (2011). The Decline and Fall of the Paris Salon: a Study of the Deinstitutionalization Process of a Field Configuring Event in the Cultural Activities. *M@n@gement*, 14(1), 47-78.

Dimache, A., Wondirad, A., & Agyeiwaah, E. (2017). One museum, two stories: Place identity at the Hong Kong Museum of History. *Tourism Management*, 63, 287-301.

Durand, R., & Jourdan, J. (2012). Jules or Jim: Alternative conformity to minority logics. *Academy of Management Journal*, 55(6), 1295-1315.

Hahn, T., Pinkse, J., Preuss, L., Figge, F. (2015), Tensions in Corporate Sustainability: Towards an Integrative Framework. *Journal of Business Ethics*, n° 127, 297-316.

Hearn, G., Roodhouse, S., & Blakey, J. (2007). From value chain to value creating ecology: Implications for creative industries development policy. *International Journal of Cultural Policy*, 13(4), 419-436.

Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2013). *Creative labour: Media work in three cultural industries*. Routledge.

- Landoni, P., Dell'era, C., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., Verganti, R., & Manelli, L. (2020). Business model innovation in cultural and creative industries: Insights from three leading mobile gaming firms. *Technovation*, 92, 102084.
- Lemay-Perreault, R. (2021). Les industries culturelles et le tourisme de masse comme vecteurs de transmission du patrimoine culturel immatériel : que reste-t-il de la culture lorsqu'elle devient spectacle ? *Loisir et Société/Society and Leisure*, 44(3), 288-305.
- Oakley K. (2006) 'Include Us Out – Economic Development and Social Policy in the Creative Industries', *Cultural Trends* 15(4): 255–73.
- Panayiotou, A. (2010). 'Macho' managers and organizational heroes: competing masculinities in popular films. *Organization*, 17(6), 659-683.
- Papadaki, E. (2024). Promoting Green Tourism Synergies with Cultural and Creative Industries: A Case Study of Greece. *Sustainability*, 16(2), 633.
- Porfírio, J. A., Carrilho, T., & Mónico, L. S. (2016). Entrepreneurship in different contexts in cultural and creative industries. *Journal of Business Research*, 69(11), 5117-5123.
- Rhodes, C. & Parker, M. (2008). Images of organizing in popular culture. *Organization*, 15(5), 627-637.
- Savage, P., Cornelissen, J. P. & Franck, H. (2018). Fiction and organization studies. *Organization studies*, 39(7), 975-994.
- Simon F., & Tellier A. (2020). How Coopetition Influences the Development of a Dominant Design: Evidence from the Pinball Industry. *M@n@gement*, 23(2), 61-75.
- Schiemer, B., Schübler, E., & Theel, T. (2023). Regulating Nimbus and Focus: Organizing Copresence for Creative Collaboration. *Organization Studies*, 44(4), 545–568.
- Snowball, J., Tarentaal, D., & Sapsed, J. (2022). Innovation and diversity in the digital cultural and creative industries. In *Arts, Entrepreneurship, and Innovation* (pp. 187-215). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Szpirglas, M. (2023). Comprendre le management avec La casa de papel. Illustrated édition. EMS Geodif, Caen.
- Tellier, A. (2021). L'adoption de l'open innovation dans l'industrie musicale-Une analyse des collectifs d'acteurs dans le rap américain. *Revue française de gestion*, 47(296), 85-106.
- Tellier, A. (2020). *Nouvelles vibrations : S'inspirer des stars du rock, de la pop et du hip-hop pour innover*. Éditions EMS.
- van Bomme, I. K. (2018). Managing Tensions in Sustainable Business Models: Exploring Instrumental and Integrative Strategies. *Journal of Cleaner Production*, n°196, 29-41.
- Wu, Y. C., & Lin, S. W. (2021). Integrated approach for exploring critical elements that affect sustainable development of cultural and creative industries. *Journal of Business Economics and Management*, 22(3), 596-615.
- Zhao, E. Y., Ishihara, M., & Lounsbury, M. (2013). Overcoming the Illegitimacy Discount: Cultural Entrepreneurship in the US Feature Film Industry. *Organization Studies*, 34(12), 1747–1776.