



Entreprendre en tant qu'artiste : subjectivités, contextes et dynamiques collectives

Rédacteurs invités :

Joëlle BISSENETTE, Université du Québec à Montréal, Canada

Elen RIOT, Université Paris 8, France

Christian MAKAYA, Ascencia School of Business, France

Céline BARREDY, Université Paris Nanterre, France

Vanessa SERRET, Université de Lorraine, France

Ce numéro spécial s'intéresse aux pratiques entrepreneuriales des artistes dans leurs activités de création, de production et de diffusion. Si le management a longtemps été caractérisé comme un art en raison de sa dimension créative et non itérative (Boettinger, 1975), la relation entre sphères artistique et managériale a historiquement été présentée comme antagoniste ou dichotomique (Beaupré-Gateau & Bissonnette, 2024 ; Bureau & Blonski, 2021). Toutefois, les recherches contemporaines mettent en évidence une convergence croissante entre les figures de l'artiste et de l'entrepreneur-e, notamment à travers des pratiques et des approches partagées (Calàs, 2023 ; Hjorth & Steyaert, 2010 ; Lindqvist, 2011). Cette convergence entre les figures de l'artiste et de l'entrepreneur-e relève aussi de la part grandissante d'artistes amenés à devenir des entrepreneur-es, dans un contexte socioéconomique marqué par l'injonction à l'entrepreneuriat et à l'innovation (Bazin et Mairesse, 2025 ; Beaupré-Gateau *et al.*, 2022 ; Riot, 2026a/b ; Sirois & Ouardi, 2023) ainsi que par la précarité croissante des activités de création artistique (Proust, 2024 ; Sigalo Santos, 2019 ; Sinigaglia, 2021). Ces approches mettent notamment en lumière des initiatives portées par des individus souvent marginalisés géographiquement (p.ex., Currid, 2007) ou socio-culturellement (p. ex., Eikhof & Haunschild, 2006 ; Alacovska, 2018 ; Bissonnette, 2020) qui mobilisent des ressources culturelles, sociales et émotionnelles afin de créer de la valeur au sein de leurs communautés. Elles mettent aussi en évidence les interrelations, parfois fructueuses, parfois plus néfastes, entre création artistique et pratiques entrepreneuriales et les défis qui se posent aux entrepreneur-s artistiques (Schieb-Bienfait, 2025).

Plusieurs secteurs artistiques et culturels - arts visuels et médiatiques, arts vivants, musiques populaires, etc. - peuvent constituer des champs d'observation privilégiés. À titre d'exemple, l'art urbain (Vitrani et Tassel, 2024), en mobilisant l'espace public à la fois comme ressource artistique et vecteur de sens, indépendamment de la longévité des œuvres (Riggle, 2010), incarne de nouvelles dynamiques articulant création, engagement communautaire (Forman & Neal, 2004) et contraintes économiques. Les artistes qui évoluent dans ce champ développent des formes de résilience et de collaboration révélant les tensions inhérentes entre expression culturelle et impératifs de marché, en particulier dans des contextes marqués par la précarité (Alper & Wassal, 2006 ; Comunian & England, 2020 ; Lingo & Tepper, 2013) et une forte concurrence (Cowen, 2000).

En cette ère de précarisation accrue du travail artistique et d'utilisation massive de technologies numériques de création, production et diffusion de certains biens culturels qui affectent notamment les modes de rémunération des artistes ; de reconfiguration des politiques culturelles ; de crises écologiques et territoriales ainsi que de tensions sociales et identitaires persistantes, la création artistique ne se limite plus à une fonction esthétique, mais devient un espace d'action, d'expérimentation et de réflexion sur l'impact sociétal de l'art et ses interrelations avec l'entrepreneuriat. Ce numéro spécial invite donc à s'intéresser à ces interrelations.

PISTES À EXPLORER

Cet appel invite des contributions permettant d'explorer les interrelations entre l'art et l'entrepreneuriat par le biais de l'expérience vécue des artistes, leurs subjectivités, leurs trajectoires et les tensions qu'ils et elles négocient au quotidien. Il se distingue ainsi d'approches mobilisant l'art comme ressource métaphorique ou méthodologique pour l'entrepreneuriat (*arts-based methods*, *art thinking*) ainsi que de travaux centrés sur les dispositifs d'accompagnement, les politiques publiques ou les leviers d'action de l'entrepreneuriat culturel.

Malgré l'intérêt croissant pour l'entrepreneuriat artistique, plusieurs travaux existants abordent ce phénomène à travers les cadres classiques de l'entrepreneuriat, privilégiant les logiques de marché et les perspectives institutionnelles (p. ex., Moureau & Sagot-Duvaurox, 2016 ; Rodner & Thomson, 2013 ; Rouget et al., 1991). De plus, la recherche a historiquement examiné l'entrepreneuriat dans les sphères artistique et culturelle à partir de la figure de l'entrepreneur-e, en se concentrant sur ses caractéristiques (Chang & Wyszomirski, 2015 ; Klammer, 2011 ; Riot & Deslandes, 2025), ses tensions (Preece, 2011 ; Raduski, 2016), son identité (Coulson, 2012 ; de Klerk, 2015 ; Hausmann, 2010 ; Naudin, 2017 ; Werthes *et al.*, 2018), sa formation (Carey & Naudin, 2006 ; Raffo et al., 2000), ses outils et savoir-faire (Bridgstock, 2013 ; Eikhof & Haunschild, 2006), ses mécanismes de financement (Bille et al., 2017) ou encore ses pratiques collaboratives (Lingo & Tepper, 2013).

Pour compléter ces approches et approfondir les dynamiques fondamentales à l'œuvre dans le processus entrepreneurial des artistes, trois pistes nous semblent à explorer :

- **Les trajectoires d'artistes** : la littérature existante néglige la relation que les artistes entretiennent avec eux-mêmes — leurs histoires personnelles, émotions, négociations identitaires et bifurcations — et la manière dont ces dimensions intrinsèques influencent leurs pratiques entrepreneuriales.
- **Le contexte comme ressource et contrainte créatives** : peu d'attention a été portée à la manière dont les dynamiques contextuelles plus larges (sociales, technologiques, environnementales, politiques) ne se contentent pas de contraindre, mais façonnent et inspirent activement les trajectoires entrepreneuriales des artistes, tant dans leurs choix créatifs qu'organisationnels.
- **La dialectique individu-collectif** : l'exploration reste insuffisante concernant les dynamiques d'interaction entre les intérêts artistiques individuels et l'action collective, en particulier sur la manière dont les artistes négocient les tensions entre expression créative personnelle et engagement communautaire collaboratif dans la réponse à des enjeux contemporains comme la précarisation du travail artistique, les crises écologiques, les recompositions politiques et les fractures sociales.

Ce numéro spécial vise ainsi à faire progresser à la fois la théorie et la pratique en inscrivant de novo l'entrepreneuriat artistique dans une perspective de subjectivité, de contexte et de dynamiques collectives, contribuant ainsi aux recherches en management et en études organisationnelles.

QUESTIONS DE RECHERCHE

Dans ce numéro spécial, nous souhaitons combler ces lacunes en explorant les différentes facettes de la relation entre l'art et l'entrepreneuriat, à travers le prisme de l'expérience vécue des artistes, leurs subjectivités, leurs trajectoires et les tensions qu'ils et elles négocient au quotidien. Il s'agit de comprendre comment leurs identités créatives, leurs expériences émotionnelles, leur ancrage contextuel et leur engagement face aux défis contemporains façonnent des formes distinctives de pratiques entrepreneuriales, qui émergent à l'intersection de l'expression artistique individuelle et de l'action collective.

Les questions de recherche guidant ce numéro spécial incluent :

- *Comment les perspectives personnelles (émotions, récits, réorientations de carrière, etc.) et les interactions collectives influencent-elles les pratiques entrepreneuriales artistiques ?*
- *De quelles manières les artistes mobilisent-ils les ressources contextuelles (sociales, environnementales, politiques, liées aux crises) à la fois comme catalyseurs créatifs et comme opportunités entrepreneuriales ?*
- *Quelles formes d'innovation émergent des tensions entre expression artistique individuelle, engagement communautaire collectif et contraintes économiques ?*
- *Comment les défis sociétaux contemporains reconfigurent-ils l'articulation entre identité artistique et comportement entrepreneurial ?*
- *Quel rôle jouent les institutions et les politiques publiques dans le soutien ou l'entrave de ces dynamiques individu-collectif ?*

AXES THÉMATIQUES PROPOSÉS

Nous invitons des contributions portant sur les réalités quotidiennes de l'activité entrepreneuriale des artistes dans les sociétés contemporaines. Les propositions pourront aborder, sans s'y limiter, les thèmes suivants :

1. Récits, émotions et trajectoires artistiques individuelles

Cet axe concerne les recherches analysant la manière dont les histoires personnelles, les expériences émotionnelles et les négociations identitaires façonnent les pratiques entrepreneuriales artistiques. Elle vise à examiner comment les tournants biographiques et les transitions de carrière, notamment, influencent les comportements entrepreneuriaux. Elle invite les approches narratives qui révèlent la relation intrinsèque entre identité artistique et entrepreneuriat.

Questions de recherche possibles : Comment les trajectoires personnelles et expériences de vie des artistes influencent-elles leurs décisions entrepreneuriales ? Quels rôles jouent les émotions dans les choix créatifs et organisationnels ? Comment les artistes construisent-ils leur légitimité en tant qu'artistes et entrepreneur-es à travers les récits et le travail identitaire ? Comment les processus

de construction de l'identité artistique s'articulent-ils au développement d'une identité entrepreneuriale ?

2. *Le contexte comme ressource créative et catalyseur entrepreneurial*

Cet axe explore la manière dont les dynamiques contextuelles plus larges — sociales, environnementales, politiques, ou liées aux crises — constituent à la fois des sources d'inspiration créative et conduisent à l'entrepreneuriat. Il s'attache à comprendre comment les artistes transforment les défis contemporains en ressources artistiques et en pratiques entrepreneuriales durables, en examinant la relation dynamique entre contexte et innovation artistique-entrepreneuriale.

Questions de recherche possibles : Comment les artistes transforment-ils les contraintes contextuelles en opportunités artistiques et entrepreneuriales ? Quels mécanismes permettent l'appropriation et la réinterprétation des espaces urbains ou ruraux à des fins entrepreneuriales artistiques ? Comment les écosystèmes locaux influencent-ils l'émergence de pratiques entrepreneuriales artistiques spécifiques ? De quelles manières les situations de crise conditionnent-elles la création artistique et les stratégies économiques ? Comment les défis territoriaux (gentrification, désertification rurale, migrations) génèrent-ils de nouvelles formes d'entrepreneuriat artistique et d'engagement communautaire ?

3. *Dynamiques individu-collectif dans l'entrepreneuriat artistique*

Cet axe porte sur l'articulation entre expression artistique individuelle et engagement collectif communautaire. Il s'intéresse aux pratiques collaboratives dans les collectifs d'arts, aux tensions entre vision créative personnelle et action collective, ainsi qu'au rôle des interventions artistiques dans le développement communautaire et la transformation sociale.

Questions de recherche possibles : Quels modèles organisationnels hybrides émergent entre création individuelle et action collective ? Comment les artistes négocient-ils les tensions entre vision artistique personnelle et consensus collectif dans les projets collaboratifs ? Quels mécanismes de gouvernance les collectifs artistiques développent-ils pour équilibrer expression individuelle et objectifs partagés ? De quelles manières les pratiques collaboratives génèrent-elles de nouvelles formes d'intelligence collective et d'innovation artistique ? Quel rôle jouent les interventions artistiques dans la résilience communautaire et la transformation sociale ?

4. *L'entrepreneuriat artistique comme réponse aux défis contemporains*

Cet axe analyse la manière dont l'intersection entre identité artistique individuelle, ressources contextuelles et dynamiques collectives permet de développer des réponses entrepreneuriales aux défis contemporains. Elle met en lumière les stratégies de résilience et d'adaptation, en examinant comment les artistes contribuent au développement durable tout en maintenant leur intégrité créative face aux contraintes institutionnelles et de marché.

Questions de recherche possibles : Quelles innovations sociales et environnementales les artistes-entrepreneur-es développent-ils en réponse aux défis contemporains ? Comment créent-ils et mettent-ils en œuvre des modèles économiques alternatifs ? Quelles stratégies de résistance et d'adaptation les artistes déploient-ils pour faire face aux pressions du marché tout en assurant leur viabilité économique ? Comment les artistes équilibrent-ils intégrité créative et engagements institutionnels ou commerciaux ? De quelles manières l'entrepreneuriat artistique contribue-t-il aux objectifs de développement durable et à une transformation sociétale plus large ?

Ces axes thématiques ne sont pas exclusifs et peuvent s’entrecroiser. Ils illustrent collectivement la diversité des approches analytiques permettant d’examiner l’entrepreneuriat du point de vue des artistes. Nous encourageons tant les contributions conceptuelles qu’empiriques apportant des éclairages nouveaux sur la manière dont identité artistique, facteurs contextuels et dynamiques collectives façonnent les pratiques entrepreneuriales. Nous recherchons en particulier des études présentant des résultats originaux ou remettant en question les postulats dominants de l’entrepreneuriat artistique, dans une approche critique de l’entrepreneuriat (Germain & Jacquemin, 2017). Les approches interdisciplinaires issues d’autres champs de recherche sont également bienvenues, à condition de maintenir une pertinence claire pour la théorie managériale et la pratique organisationnelle. Comprendre la nature multiple de l’entrepreneuriat artistique — articulant subjectivités individuelles, ressources contextuelles et dynamiques collectives — est essentiel pour faire progresser à la fois la compréhension théorique et les pratiques managériales dans les industries créatives et les organisations culturelles.

CONSIGNES DE SOUMISSION

Les manuscrits ne doivent pas avoir été publiés auparavant ni être en cours d’évaluation pour une autre publication. Les auteur-es sont invité-es à consulter attentivement les consignes aux auteur-es avant de soumettre leur texte, afin de s’assurer de la conformité avec le style, les normes et les exigences de la revue : <https://revueinternationalepme.com/index.php/1/libraryFiles/downloadPublic/17>.

Les propositions d’articles doivent être soumises via la plateforme électronique <<https://revueinternationalepme.com>>, en précisant dans la section « commentaires » qu’il s’agit d’une soumission pour le numéro spécial *Entreprendre par l’art : subjectivités, contextes et dynamiques collectives*, au plus tard le **1^{er} juillet 2026**

ÉCHÉANCIER

Dates prévues	Attentes
À déterminer – Printemps 2026	Webinaire de lancement de l’appel à contributions
1^{er} juillet 2026	Dépôt des articles complets, répondant aux normes de la revue, sur la plateforme numérique de la RIPME
15 juillet 2026	Décision de rejet ou envoi en évaluation
15 octobre 2026	Communication de la première décision aux auteur.es
15 janvier 2027	Soumission de la version révisée et, le cas échéant, deuxième évaluation
1^{er} mars 2027	Communication de la décision aux auteur-es
1^{er} avril 2027	Réception des versions finales

Les articles sélectionnés seront publiés dans le numéro thématique *Entreprendre par l’art : subjectivités, contextes et dynamiques collectives* de la Revue internationale PME.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Alacovska, A. (2018). Informal Creative Labour Practices: A Relational Work Perspective. *Human Relations*, 71(12): 1563-1589. <https://doi.org/10.1177/0018726718754991>
- Bazin, Y., & Mairesse, P. (2025). Les approches esthétiques, une pensée managériale performative?: Émergence, expérimentations et obstacles. *Revue française de gestion*, 322(3), 215-238. <https://doi.org/10.1684/rfg.2025.80>
- Beaupré-Gateau, T. et Bissonnette, J. (2024). A taxonomy of artists' postures to grasp the plurality of cultural production practices: Putting an end to the cicada and the ant. *Poetics*, 106, 101918. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2024.101918>
- Beaupré-Gateau, T., Bissonnette, J. et Simon, L. (2022). Introduction. Dans J. Bissonnette, T. Beaupré-Gateau et L. Simon (dir.). *L'esprit entrepreneurial des artistes à l'ère numérique. Autoproduction et réseaux de collaboration dans les secteurs culturels au Québec* (p. 11-39). Éditions JFD.
- Bille, T., Løyland, K., & Holm, A. (2017). Work for Passion or Money? Variations in Artists' Labor Supply. *Kyklos*, 70(3), 347-380. <https://doi.org/10.1111/kykl.12141>
- Bissonnette, J. (2020). Devenir entrepreneur culturel en situation linguistique minoritaire : une perspective de la pratique, *Revue internationale PME*, 33(3-4) : 105-137. <http://dx.doi.org/10.7202/1074811ar>.
- Boettinger, H. M. (1975). Is management really an art? *Harvard Business Review*, 53(3), 54-64.
- Bridgstock, R. (2013). Professional Capabilities for Twenty-First Century Creative Careers: Lessons from Outstandingly Successful Australian Artists and Designers. *International Journal of Art & Design Education*, 32(2), 176-189.
- Bureau, S., & Blonski, T. (2021). Détourner pour mieux explorer ? Des avant-gardes artistes à la critique du management par l'Art Thinking : Cas du séminaire Improbable. In I. Horvath & G. Dechamp (Éds.), *L'entrepreneuriat dans les secteurs de l'art et de la culture* (p. 104-117). EMS Éditions. <https://doi.org/10.3917/ems.horva.2021.01.0104>
- Calås, D. (2023). « Don't sow, grow offshoots! » : Proposing a rhizomatic agenda for research in the intersection of arts, culture, and entrepreneurship. *Art, Culture & Entrepreneurship*, 1(1), 7-29. <https://doi.org/10.15626/ace.230102>
- Carey, C., & Naudin, A. (2006). Enterprise curriculum for creative industries students: An exploration of current attitudes and issues. *Education + Training*, 48(7), 518-531. <https://doi.org/10.1108/00400910610705908>
- Chang, W. J., & Wyszomirski, M. (2015). What Is Arts Entrepreneurship? Tracking the Development of its Definition in Scholarly Journals. *Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts*, 4(2), 11-31.
- Comunian, R., & England, L. (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*, 29(2), 112-128. <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>
- Coulson, S. (2012). Collaborating in a competitive world: Musicians' working lives and understandings of entrepreneurship. *Work, Employment and Society*, 26(2), 246-261. <https://doi.org/10.1177/0950017011432919>
- Cowen, T. (2000). *In Praise of Commercial Culture*. Harvard University Press.
- Currid, E. (2007). The economics of a good party: Social mechanics and the legitimization of art/culture. *Journal of Economics and Finance*, 31(3), 386-394.
- de Klerk, S. (2015). The creative industries: An entrepreneurial bricolage perspective. *Management Decision*, 53(4), 828-842. <https://doi.org/10.1108/MD-03-2014-0169>
- Eikhof, D. R., & Haunschild, A. (2006). Lifestyle Meets Market: Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries. *Creativity and Innovation Management*, 15(3), 234-241. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2006.00392.x>
- Emin, S., & Schieb-Bienfait, N. (2025). Accompagner l'entrepreneuriat (artistique) : Une nouvelle quête ? *Management international*, 29(2), 25-35. <https://doi.org/10.59876/a-6x5r-0fdq>
- Forman, M., & Neal, M. A. (Éds.). (2004). *That's the Joint!: The Hip-Hop Studies Reader*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203642191>
- Germain, O., & Jacquemin, A. (2017). Voies et voix d'approches critiques en entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 16(1), 7-18. <https://doi.org/10.3917/entre.161.0007>

- Hausmann, A. (2010). German Artists Between Bohemian Idealism and Entrepreneurial Dynamics: Reflections on Cultural Entrepreneurship and the Need for Start-Up Management.
- Hjorth, D., & Steyaert, C. (Eds.). (2010). *The politics and aesthetics of entrepreneurship: A fourth movements in entrepreneurship book*. Edward Elgar Publishing.
- Klamer, A. (2011). Cultural entrepreneurship. *The Review of Austrian Economics*, 24(2), 141-156. <https://doi.org/10.1007/s11138-011-0144-6>
- Lindqvist, K. (2011). Artist Entrepreneurs. In M. Scherдин & I. Zander (Éds.), *Art Entrepreneurship* (p. 10-22). Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781849808507.00009>
- Lingo, E. L., & Tepper, S. J. (2013). Looking Back, Looking Forward: Arts-Based Careers and Creative Work. *Work and Occupations*, 40(4), 337-363. <https://doi.org/10.1177/0730888413505229>
- Moureau, N., & Sagot-Duvaurox, D. (2016). *Le marché de l'art contemporain* (3e édition). La Découverte.
- Naudin, A. (2017). Cultural entrepreneurs: Identity and "becoming" a cultural entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 9(3), 209–226. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2017.086495>
- Preece, S. B. (2011). Performing Arts Entrepreneurship: Toward a Research Agenda. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 41(2), 103-120.
- Proust, S. (2024). *Les intermittents du spectacle : 35 ans de lutte*. Presses universitaires de Lyon.
- Raduski, D. (2016). Basic Management Functions in Culture and Arts Organisations. *Management*, 21(81), 59-66. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2016.0024>
- Raffo, C., O'Connor, J., Lovatt, A., & Banks, M. (2000). Attitudes to Formal Business Training and Learning amongst Entrepreneurs in the Cultural Industries: Situated business learning through « doing with others ». *Journal of Education and Work*, 13(2), 215-230. DOI 10.3166/rfg.2019.00330
- Riggle, N. A. (2010). Street Art: The Transfiguration of the Commonplaces. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 68(3), 243-257.
- Riot E. (2026 a), *Young Artists, Innovation and the Organization, Volume I: Adventurous Entrepreneurs*, Palgrave MacMillan
- Riot, E. (2026 b), *Young Artists, Innovation and the Organization, Volume II: Entrepreneurial Ventures*, Palgrave MacMillan
- Riot, E., & Deslandes, G. (2025). The Repainted Leader or the Ethics of Portraiture. *Business Ethics Quarterly*, 35(3), 487-491. 10.1017/beq.2025.10074
- Rodner, V. L., & Thomson, E. (2013). The art machine: Dynamics of a value generating mechanism for contemporary art. *Arts Marketing: An International Journal*, 3(1), 58-72. <https://doi.org/10.1108/20442081311327165>
- Rouget, B., Sagot-Duvaurox, D., & Pflieger, S. (1991). *Le marché de l'art contemporain en France : Prix et stratégies*. La Documentation française.
- Sigalo Santos, L. (2019). Quand l'État social s'adapte aux artistes. Les contreparties d'une prise en charge institutionnelle sur mesure. *Sociologie de l'Art*, 2930(1), 57-74. DOI [10.3917/soart.029.0057](https://doi.org/10.3917/soart.029.0057)
- Sinigaglia, J. (2021). De la bohème à l'organisation scientifique du travail : la diffusion des pratiques néo-managériales chez les musiciens. *La Revue des Musiques Populaires*, 18(1), 67-79. <https://doi.org/10.4000/volume.9013>
- Sirois, G. & El Ouardi, M. (2023). Artiste-employé ou artiste-entrepreneur : Évolution d'un double discours dans les politiques culturelles au Québec. *Recherches Sociographiques*, 64(3), 581-606. <https://doi.org/10.7202/1112258>
- Vitrani, H., & Tassel, R. (2024). *Au nom du nom : les surfaces sensibles du graffiti*. Delpire, Paris.
- Werthes, D., Mauer, R., & Brettel, M. (2018). Cultural and creative entrepreneurs: Understanding the role of entrepreneurial identity. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 24(1), 290–314. Doi:[10.1108/IJEBR-07-2016-0215](https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0215)