

***Collectifs de recherche et recherches collectives en "Management du sport".
Enquêter, produire des données, répondre à une commande***

1^{er} Appel à communications - 2^{ème} congrès de la S2MS

Università di Corsica - 23 & 24 juin 2022

Fondée en 2017, la Société Savante de Management du Sport organise son 2^{ème} congrès en juin 2022, à Corti. Elaboré et porté conjointement par l'Università di Corsica et l'Institut de Formation en Education Physique et en Sport d'Angers, ce 2^{ème} congrès entend proposer un espace de discussions, d'échanges et de dialogues sur ce que signifie, aujourd'hui, faire de la recherche en « management du sport », cette signification pouvant d'ailleurs être plurielle.

En effet, au-delà du foisonnement de recherches, le dynamisme d'équipes ou de collectifs de chercheurs a justifié et permis le déroulement de nombreuses et régulières manifestations scientifiques ; pour les dernières : Strasbourg (2011), Dijon (2015), Lyon (2017), Rennes (2018) et Valenciennes (2020). A chacun de ces nouveaux événements, on observe la diversité des disciplines scientifiques engagées dans les communications proposées, ce qui peut légitimement conduire à poser la question de la pluralité des manières de produire des savoirs à propos du « Management du sport ». Ce questionnement, poussé à son paroxysme, peut même interpellé sur ce qui fait communauté en ce domaine de formations. Au-delà d'une appellation partagée de parcours de formations, qu'en est-il au sujet des manières d'envisager et de conduire un travail de production d'informations « savantes » à propos de ce qui relève du « management du sport » ? Cette problématique peut être posée avec d'autant plus d'acuité que, en ce domaine académique comme en d'autres, les injonctions à l'interdisciplinarité se cumulent à celles de la réponse à la demande sociale. La profusion d'appels à projets sur l'évolution des pratiques sportives, sur les attentes des usagers, sur celles des consommateurs, sur les besoins des populations en terme d'équipements, d'offres d'activités et de services, sur les motivations et demandes des touristes sportifs, sur les perspectives commerciales et les stratégies de marketing à privilégier en matière de produits sportifs, sur les retombées économiques et sociales, pour un territoire, d'un événement sportif ou d'un club professionnel, sur le marketing territorial, sur les effets d'une politique publique, sur l'emploi dans le champ du sport, sur la gestion et la « gouvernance » des organisations sportives, ... sont autant de questions à propos desquelles chercheurs et experts sont interpellés.

Ce 2^{ème} congrès de la Société Savante de Management du Sport pourrait être l'occasion de dépasser le simple constat de la diversité des points de vue et méthodes scientifiques engagés dans des travaux s'intéressant à ces sujets. Ce colloque souhaite donc proposer un espace de débats et de discussions autour de ce qu'est, aujourd'hui, le travail de productions de données et d'enquêtes en « Management du sport », dans une configuration marquée, à la fois, par des contextes divers et variés de *réponses à des attentes*, par une hétérogénéité des manières d'envisager l'acte de recherche en tant que tel et enfin par le travail collaboratif, si ce n'est interdisciplinaire. Il s'agit ici donc de prendre au sérieux, sous au moins trois dimensions, cette pluralité des conceptions relatives à la production de données sur le « Management du sport ».

En premier lieu, à l'occasion de ce congrès, il sera donné l'opportunité d'exposer, de discuter la diversité des « ficelles du métier » mobilisées par des chercheurs qui s'inscrivent dans des savoirs faire disciplinaires distincts. Force est de constater en « Management du sport », la présence, mais

dans des proportions différentes, de chercheurs en sciences de gestion, humaines, sociales, économiques et juridiques aux points de vue dissemblables mais aux méthodes parfois proches. Marketeurs, gestionnaires, juristes, historiens, sociologues, géographes, économistes engagent sur les mêmes terrains, selon une approche mixte - quantitative & qualitative - et à propos de questions communes, des tâches conçues et conduites très différenciellement selon leur discipline. Dépouillement de textes, de réglementations ou d'archives, analyse de contenu de sites web et de réseaux sociaux, formalisations et traitements de questionnaires, campagnes d'entretiens, observations ethnographiques, analyse de données comptables, économiques, médiométriques, data, ... sont autant de manière d'envisager une recherche. Sur des thèmes *a priori* communs, mais dans leur champ scientifique respectif, quels rapports à leur(s) méthode(s) entretiennent des chercheurs de traditions et de formations aussi différentes ? Quelle place pour l'innovation méthodologique, les protocoles "originaux" ? C'est, à ce propos, l'occasion de s'écouter entre praticiens de la recherche inscrits dans des sciences diverses au sujet de préoccupations qui, généralement, restent cantonnées aux débats entre spécialistes d'une même discipline.

Par ailleurs, il s'agit aussi d'offrir l'opportunité d'évoquer ensemble ce que sont les collaborations, imposées par une « forme » d'injonction à la construction de consortium « interdisciplinaires », en plus d'être « inter-institutions ». C'est ce que semble exiger, aujourd'hui, les appels à projets qui incitent à faire collaborer des chercheurs aux points de vue et aux méthodes différents. Qu'est-ce que travailler entre géographes, historiens, économistes, sociologues, gestionnaires, marketeurs, juristes dans l'optique de produire et publier collégialement le fruit de recherches initiées et menées selon des conceptions plus ou moins homologues ou, *a contrario*, antagonistes, de la conduite d'une recherche ?

Enfin, cette manifestation scientifique se veut aussi l'espace de possibles échanges à propos des conditions à partir desquelles, les producteurs de savoirs relevant du champ du « management du sport » et/ou de ses filières, organisent, administrent, perçoivent les contraintes spécifiques de la « réponse à la demande sociale » en la matière. Qu'il s'agisse de répondre à des appels à projets initiés par des agences de financements de la recherche, à des besoins d'enquêtes ou d'études formulés par des collectivités territoriales, des entreprises, à ceux émanant d'organisations affiliées au « mouvement sportif », le travail de réalisations d'enquêtes et de formalisations de connaissances renouvelées obéit à des contraintes différentes et sans doute inégalement perçues, reçues, acceptées, contournées, refusées, ou déniées. Ce sont aussi ces rapports entretenus à la demande sociale que l'on peut se permettre d'exposer et de discuter dans le cadre de ce 2^{ème} congrès de la Société Savante de Management du Sport.

Lors de cette manifestation scientifique, les travaux présentés proposeront des regards pluriels et/ou croisés (Droit, gestion, histoire, géographie et aménagement, économie, sociologie et marketing) dans le champ du « management du sport » à partir des 3 thématiques retenues :

- Production de données et méthodologies de recherche en « management du sport »
- Projets collectifs et travail interdisciplinaire en « management du sport »
- Demandes sociales et rapports aux commanditaires en « management du sport »

Sous l'angle de chacune de ces 3 thématiques, les contributions proposées pourront mobiliser des recherches au sujet, entre autres exemples, des organisations sportives - fédérations et leurs instances déconcentrées, mouvements olympique et paralympique -, de l'action publique en matière d'activités physiques et de pratiques sportives, du sport professionnel, du sport de haut niveau, des

événements sportifs, des consommations sportives, des offres de services et de biens sportifs, de l'industrie et du marché des articles de sport, de l'emploi sportif, de l'entrepreneuriat sportif et des innovations, du tourisme sportif, du spectacle sportif, de l'aménagement du territoire et du développement territorial, de l'E-sport, de la digitalisation de l'offre, des objets connectés, du sport et des médias, des équipements sportifs, des espaces, sites et itinéraires, etc.

Quelques suggestions d'objets de communications selon les thématiques (liste non exhaustive)

□ **Production de données et méthodologies de recherche en « management du sport »**

Conduire une recherche (en doctorat ou dans d'autres cadres) en terrain « sensible » (clubs professionnels, sphères politiques...) selon les disciplines

Questionner l'accès et les entrées sur les terrains selon les disciplines

Choisir ses populations (en doctorat ou dans d'autres cadres) : quel mode de travail exploratoire selon les disciplines ?

Écrire à plusieurs mains : restituer une recherche collective selon les disciplines

□ **Projets collectifs et travail interdisciplinaire en « management du sport »**

Retours sur expériences d'équipes interdisciplinaires lors de projets collectifs

Quels apports, atouts, difficultés du dialogue interdisciplinaire dans le cadre de projet collectif ou d'une recherche en doctorat ?

Quelles méthodes de conduite d'un projet interdisciplinaire : le management de projet appliquée aux recherches en management du sport

Possibilités et impossibilités de dialogues interdisciplinaires : retours sur expériences

□ **Demandes sociales et rapports aux commanditaires en « management du sport »**

Réaliser une thèse dans le cadre d'une bourse CIFRE

Mener une recherche en consulting et mener une recherche académique

Gérer les contraintes temporelles du commanditaire et conduire une recherche

Faire une recherche pour/avec/sur des élus

Problématiser la question d'un commanditaire : quelle distance critique à la commande ?

Bibliographie indicative du 2^{ème} congrès en « management du sport »

Aubel. O, Lefèvre. B & Desbordes. M (2008), *Méthode et pratiques des études dans les organisations sportives*, PUF, Paris : 274 P.

Bayle. E, (Dir) (2015), *Les grands dirigeants du sport. 23 portraits et stratégies de management*, de Boeck, Louvain-La-Neuve : 448 p.

Becker. Howard. S, (2002), *Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales*, La Découverte, Paris : 353 p.

Bouchet. P & al, (2020), «La recherche en Management du Sport en “ francophonie ” : L'avènement d'un écosystème », *in Management & Organisations du Sport*, vol. 1, p 1-38.

- Bouchet. P & Lebrun. AM, (2009), *Management du tourisme sportif. De la consommation à la commercialisation*, Presses universitaires de Rennes, Rennes, 354 p.
- Bourg. JF & Gouguet. JJ, (2017), *Sport et territoire - Les enjeux pour les collectivités locales*, PUS n°89, Voiron : 292 p.
- Chantelat. P, (2001), *La professionnalisation des organisations sportives. Nouveaux enjeux, nouveaux débats*, Collection « Espaces et temps du sport », L'Harmattan, Paris : 379 p.
- Charrier. D & Jourdan. J, (Dir) (2019), *L'impact social des grands événements sportifs internationaux : processus, effets et enjeux. L'exemple de l'Euro 2016*, Les Editions de Bionnay, Lacenas : 351 p.
- Dudognon. C & Karaquillo. JP, (Dir) (2018), *Statut et carrière. Les sportifs de haut niveau et professionnels*, Juris Sport Hors-série, Dalloz, Paris : 100 p.
- Dufraisse. S, (2019), *Les héros du sport, une histoire des champions soviétiques (années 1930-années 1980)*, Champ Vallon, Ceyzerieu : 328 p.
- Gillet. A & Tremblay. D, (2017), *Les recherches partenariales et collaboratives*, Presses de l'Université du Québec/Presses Universitaires de Rennes, Québec/Rennes : 336 p.
- Guibert. C & Slimani. H, (2011), *Emplois sportifs et saisonnalités. L'économie des activités nautiques : enjeux de cohésion sociale*, Collection « Logiques sociales », L'Harmattan, Paris : 241 p.
- Hautbois. C & Desbordes. M, (2008), *Sport et marketing public*, Economica, Paris, 271 p.
- Hermès, La Revue (2013) /3 (n° 67) *Interdisciplinarité : entre disciplines et indiscipline*, CNRS Editions, Paris, 2013 /3 (n° 67) : 254 p.
- Honta. M, (2010), *Gouverner le sport. Action publique et territoires*, PUG, Grenoble : 200 p.
- Illivi. F & Honta. M, (2020), *Bougez ! La fabrique locale de la lutte contre la sédentarité*, Collection « Espaces et temps du sport » L'Harmattan, Paris : 350 p.
- Loret. A (Dir) (1993), *Sport et management. De l'éthique à la pratique*, Editions Revue EPS, Paris : 632 p.
- Morin. E (1994), « Sur l'interdisciplinarité », *in Bulletin Interactif du Centre International de Recherches et Études transdisciplinaires*, n° 2 - Juin 1994.
- Rech. Y, (2021), *Sport, démocratie participative et concertation. Les évolutions des politiques sportives*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes : 144 p.
- Soulé. B (Dir) (2014), *Management du sport. Etudes de cas pratiques*, Juris Sport Hors-série, Dalloz, Paris : 203 p.
- Tribou. G, Dermit. N & Wojak. C, (2018), *Management du sport. Marketing et gestion des clubs sportifs*, Dunod, Paris, 5^{ème} édition : 280 p.

Indications aux auteurs

Les résumés de **750 mots maximum** (références non comprises) devront présenter des communications reposant sur un travail de recherche, de collecte de données empiriques qualitatives et/ou quantitatives, dans le cadre ou non d'un projet collectif. Les communications proposées devront s'inscrire dans l'une des 3 thématiques du congrès : **Production de données et méthodologies de recherche en « management du sport »**, **Projets collectifs et travail interdisciplinaire en « management du sport »**, **Demandes sociales et rapport aux commanditaires en « management du sport »**.

Les résumés seront rédigés en français, en respectant le format suivant :

TITRE PRECIS DE LA COMMUNICATION

NOM Prénom - *Fonction*

Appartenance institutionnelle

courriel@courriel.fr (*à renseigner pour chaque contributeur si plusieurs co-auteurs*)

Mots-clés : 4 à 6 mots-clés génériques

Résumé de la communication

Le résumé de 750 mots maximum (texte **Times New Roman taille 12**, justifié, interligne simple) présentera de manière synthétique et accessible les éléments majeurs de votre contribution

Références

Agrémenter le texte d'une bibliographie (5 sources au maximum) au style APA :

<http://guides.bib.umontreal.ca/disciplines/20-Citer-selon-les-normes-de-l-APA?tab=108>

Ce qu'il faut retenir (3 – 4 points)

- En quelques phrases très courtes
- présentez les éléments
- que vous jugez importants
- par rapport aux thèmes du congrès

Une attention toute particulière sera portée, lors de la sélection, sur la présence des éléments suivants : problématique(s) et hypothèses / Méthodologie, traitement des données, cadre et conditions de la recherche / Conditions de la collaboration / Résultats.

Les propositions de communications seront **simultanément** envoyées en formats **word** et **pdf**, les propositions devront comporter dans le sujet du message et le titre du fichier joint, les renseignements suivants :

Congrès Managementdusport2022 <suivi du nom de l'auteur>

Adresses mail de soumission des résumés :
martel_l@univ-corse.fr et asebilea@uco.fr

Les présentations orales, en français dureront 20 minutes et seront suivies de 10 minutes d'échanges. Elles seront regroupées en sessions en fonction de la nature des propositions retenues, au terme d'une expertise de chaque résumé par les membres du comité scientifique et du comité d'organisation.

Les dates à retenir pour la procédure de soumission

Lancement de l'appel à communication : **juillet 2021 puis septembre 2021**
Date limite de dépôt des propositions : **26 novembre 2021**
Date limite de retour des expertises : **28 janvier 2022**
Début des inscriptions : **1^{er} mars 2022**
Clôture des inscriptions : **16 mai 2022**
Déroulement du congrès : **22&23 juin 2022**

Comité d'organisation

JOUVE Johan, CNRS - Università di Corsica
LE CLINCHE Servane, IFEPSA - UCO
MARTEL Ludovic, Università di Corsica
SEBILEAU Arnaud, IFEPSA - UCO
SEYSSEL Sandra, IFEPSA - UCO

Comité scientifique

BAYLE Emmanuel, Professeur des Universités, Université de Lausanne, Suisse
BODET Guillaume, Professeur des Universités, Université de Lyon 1
BOUCHET Patrick, Professeur des Universités, Université de Bourgogne
CHARRIER Dominique, Maître de conférences HDR, Université Paris-Saclay
DERMIT Nadine, Maîtresse de conférences HDR, Université de Rouen - Normandie
DUBOIS Fanny, Maîtresse de conférences, Université de Rodez
EVARD Barbara, Maîtresse de conférences, Université de Rouen - Normandie
GUIBERT Christophe, Maître de conférences HDR, Université d'Angers
HELLEU Boris, Maître de conférences, Université de Caen - Normandie
HONTA Marina, Professeure des Universités, Université de Bordeaux
LAPOUBLE Jean-Christophe, Professeur des Universités, Université de Poitiers
LE CLINCHE Servane, Maîtresse de conférences, IFEPSA - UCO
MARCOTTE Pascale, Professeure des Universités, Université Laval - Québec
MARTEL Ludovic, Maître de conférences, Università di Corsica
NEYS Oumaya, Professeure des Universités, Université d'Artois

OHL Fabien, Professeur des Universités, Université de Lausanne, Suisse

ROUX Frédérique, Professeure des Universités, Université de Rennes 2

SEBILEAU Arnaud, Maître de conférences, IFEPSA - UCO

SEYSSEL Sandra, Maîtresse de conférences, IFEPSA - UCO

SOULE Bastien, Professeur des Universités, Université de Lyon 1

VIGNAL Bénédicte, Maîtresse de conférences, Université de Lyon 1