

Stéphane Debenedetti

stephane.debenedetti@dauphine.fr

Bureau A101

01 44 05 44 30



Maître de Conférences en Sciences de Gestion - Université Paris-Dauphine (2002-)

Doctorat *ès* Sciences de Gestion, Université Paris-Dauphine (2001)

- « *Rôle et impact de l'accompagnement du visiteur du lieu culturel. Le cas de la sortie au musée d'art* », sous la direction de Bernard Pras. Mention très honorable, félicitations du jury et proposition pour le prix de thèse.

DEA Marketing et Stratégie, Université Paris-Dauphine (1996)

1- Activités de recherche

Mes travaux de recherche portent sur la rencontre entre le monde de l'art et le management, autour de deux axes principaux :

- *Marketing et management des arts* : il s'agit de comprendre les conditions de performance des productions artistiques et culturelles sur leur marché (l'expérience de visite des musées ; le rôle des experts et des critiques dans la dynamique de l'industrie culturelle ; le marketing des arts) ;
- *Art & Management* : cet axe de recherche vise à interroger le management par le prisme de l'art (méthodes de recherche basées sur l'art ; interventions artistiques dans les organisations).

1.1. Productions de recherche

Articles dans des revues scientifiques

Debenedetti S. et Ghariani G. (2018), To quote or not to quote? Critics' quotations in film advertisements as indicators of the continuing authority of film critics, *Poetics*, 66, 30-41.

Debenedetti S., Huault I. et Perret V. (2016), Esthétique et politique de la résistance au travail dans *Les temps modernes*, *Sociologies Pratiques*, 33, 37-48.

Schmidt G., Beaujolin R., Mourey D., Bobadilla N., Debenedetti S., Mairesse P., Perret V., Pichault F., et Xhauflair V. (2015), Quand l'art parle des restructurations d'entreprises : dévoilement des impenses et connaissance expérientielle, *Gérer & Comprendre*, 120, juin, 67-78.

Schmidt G., Bobadilla N., Debenedetti S. et Mairesse P. (2015), About art, social science and... restructuring: an interview with Howard S. Becker, *Organization*, 22, 6, 756-768.

Debenedetti S. et Larceneux F. (2011), « Le goût des autres » : de la divergence des goûts entre spécialistes et consommateurs ordinaires de films en France, *Recherche et applications en marketing*, 26, 4, 71-88.

Debenedetti S., Caro F. et Krebs A. (2009), « I'd rather play than look at statues »: The Experiences of Children with Art Works and Interactive Devices at an Art Exhibition, *International Journal of Arts Management*, 11, 3, 46-58.

Debenedetti S. (2008), La critique : menace ou alliée stratégique ? Une approche institutionnelle des relations entre distributeurs et critiques, *Théorème*, 12, n° spécial « Cinéma et stratégies. Économie des interdépendances », 33-50.

Debenedetti S. (2006), L'impact de la critique de presse sur la consommation culturelle : un essai de synthèse dans le champ cinématographique, *Recherche et applications en marketing*, 21, 2, 43-59.

Debenedetti S. (2006), The roles of media critics in the cultural industries, *International Journal of Arts Management*, 8, 3, 30-42.

Galoppel K., Rieunier S., Debenedetti S., Dion D. et Le Gall M. (2006), Impact des avertissements sanitaires dans la lutte contre le tabagisme : synthèse théorique et résultats d'une étude qualitative, *Revue Française du Marketing*, 206, 1/5, 7-27.

Debenedetti S. et Fontaine I. (2004), Le *cinémarque* : septième art, publicité et placement de marques, *Le temps des médias, revue d'histoire*, 2, printemps, 87-98.

Debenedetti S. (2003), L'expérience de visite des lieux de loisirs : le rôle central des compagnons, *Recherche et applications en marketing*, 18, 4, 43-58.

Debenedetti S. (2003), Investigating the Role of Companions in the Art Museum Experience, *International Journal of Arts Management*, 5, 3, 52-63.

Chapitres d'ouvrage

Debenedetti S. & Perret V. (2019), La recherche en management : les promesses de l'art, *50 ans de recherche : hier, aujourd'hui et demain*, coord. B. Bouchard-Denize et A.L. Chagnon, 138-141.

Debenedetti S., Perret V. et Schmidt G. (2019), Les méthodes de recherche basées sur l'art, *Méthodes qualitatives de recherche en gestion et sciences sociales*, coord. L. Garreau et P. Romelaer, Economica, chap. 6.

Mairesse P. et Debenedetti S. (2019), Who's the Boss? Leadership, Fiction and Power According to "The Boss-of-It-All", *Turn to Film : Film in the Business School*, coord. H. Letiche, J.L. Moriceau, Brill/Sense.

Debenedetti S. et Perret V. (2019), De l'art ou du boulot ? L'intervention artistique dans les organisations, *L'état du management 2019*, dir. Guillard V. et Oxibar B., Paris, La Découverte, coll. Repères.

Debenedetti S. (2014), Le marketing des industries culturelles : films, livres et musique enregistrée, *Marketing de l'Art et de la Culture : spectacles vivants, patrimoine et industries culturelles*¹, coord. D. Bourgeon-Renault, 2^e édition, Dunod, 241-281.

Debenedetti S. et Gombault A. (2014), Le marketing stratégique des organisations artistiques et culturelles, *Marketing de l'Art et de la Culture : spectacles vivants, patrimoine et industries culturelles*, coord. D. Bourgeon-Renault, 2^e édition, Dunod, 37-75.

Bourgeon-Renault D., Debenedetti S., Gombault A. et Petr C. (2014), Introduction, *Marketing de l'Art et de la Culture : spectacles vivants, patrimoine et industries culturelles*, coord. D. Bourgeon-Renault, 2^e édition, Dunod, 1-8.

Larceneux F. et Debenedetti S. (2011), Le pouvoir des infonantes. Comment les commentaires des internautes influencent l'achat, *L'état des entreprises 2012*, dir. Pezet A. et Nogachewsky G., Paris, La Découverte, coll. Repères.

Debenedetti S. (2010), L'expérience sociale du musée, entre visite anonyme et visite collaborative. *Recherches en marketing des activités culturelles*, coord. I. Assassi, D. Bourgeon et M. Filser, Paris, Vuibert, 179-196.

Debenedetti S. (2009), Affreux, sales et méchants ! Une analyse exploratoire de la critique cinématographique du monde des affaires, *Les études critiques en management. Une perspective française*, dir. D. Golsorkhi, I. Huault et B. Leca, Presses Universitaires de Laval, 423-466.

Debenedetti S. (2009), Notices : Indépendants, Industries culturelles, Majors, Marketing de l'offre/de la demande, Marketing direct, Marketing viral, Marques, Musique, Packaging, *L'AlphaBEM des industries créatives*, dir. A. Gombault, F. Livat-Pécheux et F. Durrieu, BEM-Bordeaux Ecole de Management.

Debenedetti S. (2009), Le marketing des industries culturelles : films, livres et disques, *Marketing de l'Art et de la Culture : spectacles vivants, patrimoine et industries culturelles*, coord. D. Bourgeon-Renault, Dunod, 211-244.

Debenedetti S. et Gombault A. (2009), Le marketing stratégique des organisations artistiques et culturelles, *Marketing de l'Art et de la Culture : spectacles vivants, patrimoine et industries culturelles*, coord. D. Bourgeon-Renault, Dunod, 33-67.

Bourgeon-Renault D., Debenedetti S. et Gombault A. (2009), Introduction, *Marketing de l'Art et de la Culture : spectacles vivants, patrimoine et industries culturelles*, coord. D. Bourgeon-Renault, Dunod, 1-6.

Debenedetti S. (2003), Visite occasionnelle du musée d'art et confort de visite : le rôle des compagnons, *Le(s) Public(s) de la culture*, dir. O. Donnat et P. Tolila, vol. 2, Paris, Presses de Sciences Po, 273-279.

¹ Ouvrage labélisé par la FNEGE « ouvrage collectif de la recherche » ; prix de l'Académie des Sciences Commerciales 2009 (1^{ère} édition)

Communications dans des conférences scientifiques

Debenedetti S., Lefebvre A. et Perret V. (2017), L'art pour penser les alternatives en management : le projet ABRIR, *Pensar a alternativa na teoria das organizaçoes / Penser l'alternative en théorie des organisations*, Workshop franco-brésilien, Sao Paulo, 16-17 octobre 2017.

Debenedetti S., Ibos C. et Perret V. (2016), Documentary film as critical space: performing cultural globalization in *Mondovino*, *EGOS colloquium*, 6-8 juillet, Naples.

Debenedetti S., Huault I. et Perret V. (2015), Of the emancipatory power of non-intentionality in *Modern Times*, *EGOS colloquium*, 1-4 juillet, American University, Athènes.

Debenedetti S., Huault I. et Perret V. (2015), Resisting the power of organization in *Modern times*: May we all be Charlot ? *Conférence de l'AIMS*, 3-5 juin, Université Paris-Dauphine.

Mairesse P. et Debenedetti S. (2014), Leaders, Fables and Power in « The Boss-of-It-All », *EGOS colloquium 2014*, 2-5 juillet, Erasmus University, Rotterdam.

ABRIR (2012), Unveiling corporate restructuring practices through art, *IIIèmes Etats Généraux du Management : Nouvelles frontières du management*, octobre, Strasbourg.

ABRIR (2012), Quand l'art parle des restructurations : au-delà du dévoilement, une forme d'expérimentation, *23^{ème} Congrès de l'Association de Gestion des Ressources Humaines*, septembre, Nancy.

ABRIR (2012), ABCD – Art-Based Collective Dialogic Method. A critical research method applied to investigating restructuring, *The sixth Art of Management and Organization Conference*, 4-7 septembre, University of York.

ABRIR (2012), An art-based, collective and dialogic ethnographic method – Unveiling corporate restructuring practices, *EGOS colloquium 2012*, 4-7 juillet, Aalto University & Hanken School of Economics, Helsinki.

Mairesse P. et Debenedetti S. (2012), The loss of it all?, *Conférence on management and film: the pharmakon of film & new media*, 2-3 may 2012, American University in Paris, Paris.

Debenedetti S. et Larceneux F. (2011), Professional experts and ordinary consumers' judgments of motion pictures: convergence or divergence?, *Actes de la 11^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management des Arts et de la Culture*, 03-06 juillet, Anvers, cd-rom (texte en français).

Debenedetti A., Debenedetti S., Mencarelli R. (2011), « CCT goes to museum » : a falkian model of young adults' museum going and experience, *Actes de la 10^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management des Arts et de la Culture*, 03-06 juillet, Anvers, cd-rom (texte en français).

Debenedetti S. et Laurichesse H. (2009), The impact of marketing and critical reviews on the commercial success of motion pictures, and the moderating role of the movie's artistic identity. The case of French films in France, *Actes de la 10^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management des Arts et de la Culture*, 28 juin-02 juillet, Dallas, cd-rom (texte en français).

Caro F., Debenedetti S. et Krebs A. (2007), Art exhibitions for children? Case study and marketing recommendations, *Actes de la 9^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management des Arts et de la Culture*, 9-11 juillet, Valence, cd-rom (texte en français).

Debenedetti S. (2005), On the roles of critics in the cultural industries, *Actes de la 8^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management des Arts et de la Culture*, 3-5 juillet, Montréal, cd-rom (texte en français).

Galoppel K., Rieunier S., Debenedetti S., Dion D. et Le Gall M. (2004), La perception des nouveaux avertissements sanitaires dans la lutte contre le tabac : résultats d'une étude qualitative, *Actes du 20^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing*, 6-7 mai, Saint-Malo, cd-rom.

Debenedetti S. (2002), Visite occasionnelle du musée d'art et confort de visite : le rôle des compagnons, *Le(s) Public(s). Politiques publiques et équipements culturels*, Colloque organisé par le Ministère de la Culture, l'OFCE et le Musée du Louvre, Paris, 28-29-30 novembre.

Debenedetti S. et Larceneux F. (2000), Typologie de la critique cinématographique et impact de la critique sur les entrées en salle, *Entrelacs*, mars, hors série « Actes du colloque: le marketing du cinéma », LARA, Université de Toulouse le Mirail, 38-52.

Debenedetti S. et Larceneux F. (1999), Peut-on prévoir le comportement de la critique ? Exploration pour une nouvelle voie de recherche en marketing culturel, *Actes de la 4^{ème} Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne : marketing des activités culturelles, des loisirs, du tourisme et du sport*, 25 novembre, Dijon, 94-108.

Debenedetti S. (1999), Le contexte social : un facteur déterminant des comportements de sortie culturelle. Premiers résultats d'une recherche qualitative sur les musées d'art, *Actes de la 5^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management des Arts et de la Culture*, 13-15 juin, Helsinki, 651-662.

Debenedetti S. (1998), La convivialité de groupe dans les sorties culturelles : état de l'art et voies de recherche, *Actes du 14^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing*, 14-15 mai, Bordeaux, 777-794.

Debenedetti S. (1997), La consommation conviviale de culture : étude de la formation du groupe primaire de sortie culturelle, *Actes de la 1^{ère} Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne : marketing des activités culturelles et de loisir*, 27 novembre, Dijon, 27-36.

Autres productions scientifiques

Debenedetti S. (2013), recension de « Promouvoir les œuvres culturelles » de Beuscart J.S. et Mellet K. (Ministère de la Culture et de la Communication), *Réseaux*, 180, 189-192.

Bobadilla N., Debenedetti S., Mairesse P. et Schmidt G. (2011), Art, research and restructuring : une interview filmée d'Howard Becker (10/11/2011), IAE de Paris/Les productions du Lama, 25 mn.

Debenedetti S. (2007), recension de « Etudier l'opinion » de Marc X. et Tchernia J.F. (PUG), *Recherche et Applications en Marketing*, 24, 2, 111-112.

Alcaud D., Armaos G., Debenedetti S., De la Rocha-Mille R., Regourd M., Thuriot F., Tobelem J.-M. et Vidal G. *dir.* (2002), *Politique et Musées*, collection « Patrimoines et Sociétés », Paris, L'Harmattan.

Angot J. et Debenedetti S. (1998), recension de « Cinéma et marché » de L. Creton (Armand Colin), *Iris*, 26, 223-227.

Invitations à des tables rondes et séminaires de recherche (depuis 2010)

« In Mondovino Veritas? Documentary as critical alternative », présentation dans le cadre de la journée de recherche ARTFORMUTATIONS, Université Paris-Dauphine, 20/12/2017 (avec Véronique Perret).

« Organisations culturelles et stratégies de marque », présentation et animation de la table ronde dans le cadre des « Journées du Management Culturel 2017 », Mairie de Montreuil, 22/09/2017.

« Marketing et Cinéma : Quelles techniques pour quelle efficacité ? », participation à la table ronde organisée par l'Association Cinéma Dauphine, Université Paris-Dauphine, 01/12/2015.

« Le déclin de la critique ? La critique et les nouvelles formes de prescription sur le marché cinématographique », présentation dans le cadre du séminaire « Cinéma, audiovisuel et innovations » de l'Université Paris III, INHA, 31/03/2014.

« La question du film en management », présentation dans le cadre des séminaires d'Art & Flux, Université Paris 1 Sorbonne, Paris, 11/06/2013.

« Promouvoir les œuvres culturelles », présentation et animation de la table ronde autour de l'ouvrage édité par le DEPS/Ministère de la Culture et de la Communication. La Cantine, Paris, 20/02/2013.

« Dialogue avec Howard Becker », animation de la table ronde avec et autour d'Howard Becker, en collaboration avec Philippe Mairesse et Géraldine Schmidt, dans le cadre des séminaires DRM-Most, Université Paris-Dauphine, 28/11/2012.

« Faire participer les publics à la vie d'un projet culturel », présentation et animation de la table ronde dans le cadre des « Journées du Management Culturel 2012 ». Université Paris-Dauphine, Paris, 21/09/2012.

« Cinéma & Restructuration : la musique des restructurations », présentation et animation de la table ronde, événement « RestructuArtions ». Maison des Métallos, Paris, 09/03/2012.

« Le rôle de la critique dans l'industrie culturelle », présentation dans le cadre du séminaire « Cinéma, audiovisuel et innovations » de l'Université Paris III, INHA, 15/03/2010.

Distinction

Prix de l'Académie des Sciences Commerciales 2009 pour « Marketing de l'Art et de la Culture : spectacles vivants, patrimoine, industries culturelles » (*ed.* Dunod). Co-auteurs : Dominique Bourgeon-Renault, Anne Gombault, Christine Petr.

Congé de recherche

CRCT (congé pour recherche et conversion thématique) : février-juillet 2012

1.2. Responsabilités scientifiques

Appartenance à des collectifs

Centre de recherche DRM (Dauphine Recherches en Management) : membre de l'équipe de recherche MOST (Marché-Organisation-Société-Technologie).

<https://drm.dauphine.fr/fr/most/qui-sommes-nous.html>

Associations scientifiques :

- EGOS (European Group for Organization Studies) (depuis 2012)
- AIMAC (Association Internationale de Management des Arts et de la Culture) (depuis 1999)
- AFM (Association Française du Marketing) (1998-2004)
- GRMP (Groupe de Recherche sur les Musées et le Patrimoine) (1997-2002)

Membre de l'ANR ABRIR (2014-2017) : « l'Art pour étudier les mutations critiques des organisations », coordonné par Véronique Perret (Université Paris Dauphine) :

- Participation à l'organisation des séminaires de travail biannuels
- Coordination des groupes « Leaders » et « Mondialisation »
- Participation à l'organisation et à l'animation de la journée de recherche ARTFORMUTATIONS, Université Paris-Dauphine, 20/12/2017

Membre du projet « Arts et restructurations » (2011-2012), dans le cadre du programme PROGRESS de la Commission Européenne, coordonné en France par Géraldine Schmidt (IAE de Paris) :

- Participation à l'organisation de 3 séminaires de recherche à l'IAE de Paris (2011)
- Participation à l'organisation de la manifestation « RestructuARTion » à la maison des Métallos à Paris (9 et 10 mars 2012)
- Animation d'une session « Cinéma & Restructuration : la musique des restructurations » lors de la manifestation « RestructuARTion », avec P. Mairesse et S. Page (09/03/2012)
- Interview filmée d'Howard S. Becker sur le thème « art et restructurations »
- Participation au site Internet pédagogique « art et restructurations »

Encadrement doctoral

Encadrement de la thèse d'EDBA (Executive Doctorate in Business Administration) de Guillaume Lefebvre : « *Le recours aux aphorismes comme vecteur de signification dans le discours managérial sur la RSE* », Université Paris-Dauphine.

Membre du jury de soutenance de la thèse de doctorat de Ghofrane Ghariani en Sciences de l'Information et de la Communication, « *Cinéphilies contemporaines : éléments de conceptualisation et proposition de typologie à partir des expériences de cinéphiles de Tunis et Paris* », dirigée par Laurent Creton et Mourad Touzani, 17/3/2014, Université Sorbonne-Nouvelle Paris 3.

Travail d'évaluation scientifique

Evaluateur *ad hoc* pour les revues :

- International Journal of Arts Management
- Recherche et Applications en Marketing
- Revue Française de Gestion
- Décisions Marketing
- Communication
- Loisir & société / Society & leisure
- Perspectives Culturelles de la Consommation
- Volume ! La revue des musiques populaires

Evaluateur *ad hoc* pour les conférences :

- AIMAC (Association Internationale de Management des Arts et de la Culture)
- AFM (Association Française du Marketing)
- Journées d'étude sur le marketing du tourisme et du loisir
- La mise en scène des marques placées : représentations, significations, publics
- Colloque Etienne Thil

Expert auprès de l'ANR (2013)

Contrats de recherche

- Contrat de recherche entre la Ligue contre le Cancer, l'Union Européenne et le CREREG (IAE de Rennes) pour une recherche sur la prévention du tabagisme (2002), projet dirigé par Karine Gallopel.
- Contrat de recherche entre le musée du Quai Branly et l'Université Paris-Dauphine pour une recherche sur les représentations du musée du quai Branly (2011). Responsable unique du contrat.

2- Activités administratives

2.1. Gestion de formations

Responsable du M1 « Marketing et stratégie » en formation initiale de l'Université Paris-Dauphine (depuis 2004) :

- 140 étudiants
- 24 UE obligatoires ou optionnelles, 440 heures de cours
- Une vingtaine d'enseignants et intervenants
- Gestion de la maquette, des recrutements, du planning, des échanges internationaux, des jurys et coordination des relations avec l'administration centrale

Membre de l'équipe Dauphinoise de l'Enamoma by PSL (Ecole Nationale Modes et Matières ; Ensad, Mines, Dauphine) (depuis 2016)

- Recrutement des étudiants dauphinois participant au projet « Modes & Matières »
- Suivi de deux équipes pluridisciplinaires chaque année autour d'un projet annuel

Responsable (côté Dauphine) du Master Recherche en « Études cinématographiques et audiovisuelles », cohabilité par l'Université Paris-Dauphine, l'Université Paris-III Sorbonne Nouvelle, l'EHESS et l'ENS-Ulm (2009-2013)

- 3 à 5 étudiants dauphinois concernés par an, 5 à 10 en provenance des établissements partenaires
- Maquette et planning côté dauphinois, suivi des étudiants d'autres établissements reçus à Dauphine, coordination avec les autres établissements

2.2. Autres responsabilités administratives

Membre de la Commission de Spécialistes en Sciences de Gestion (2006-2009) puis membre de la CCR (Commission Consultative Représentative) en Sciences de Gestion (2009-2016), à l'Université Paris-Dauphine

- Recrutements d'enseignants chercheurs en sciences de gestion, d'ater et visiting professors

Membre de comités de sélection pour les maîtres de conférences (Université Paris-Dauphine, Université Paris XIII).

Responsable intérimaire du GFR DMS (Groupe de Formation et de Recherche Dauphine Marketing et Stratégie) (automne 2011). A cette date, le Gfr rassemble 18 enseignants-chercheurs et chercheurs, 30 doctorants, 2 personnels administratifs et gère un M1 et 4 M2.

Responsable des Cahiers de Recherche du centre DMSP (1996-1999), Université Paris-Dauphine

3- Activités pédagogiques

3.1. Cours dispensés à l'Université Paris-Dauphine

Les cours dont je suis responsable s'articulent autour de deux thématiques principales : les méthodes d'étude et recherche d'une part, la thématique Art & Management d'autre part.

Cours liés à la thématiques « Art & Management »

Le marketing des organisations culturelles (M2 « Management des Organisations Culturelles », formation initiale, et stage professionnel en formation continue)

Le monde des affaires dans l'art (M1 Gestion, formation initiale)

L'entreprise au cinéma (M1 « Marketing & Stratégie » en apprentissage)

Cours liés à la thématique « méthode d'étude et de recherche »

Études et recherche : outils et méthodes (M1 « Marketing & Stratégie », formation initiale et en apprentissage ; M2 « Développement durable et responsabilité sociale des organisations »)

Études et recherche : statistiques appliquées (M1 « Marketing & Stratégie », formation initiale et en apprentissage)

Encadrement d'étudiants

Suivi de mémoires de fin d'étude (environ 10 par an) :

- M1 « Marketing et Stratégie »
- M1 « Management & Organisation »
- M1 « Finance »
- M1 « Contrôle, audit, reporting »
- M2 « Recherche et conseil en Marketing et Stratégie »
- M2 « Management des Organisations Culturelles »
- M2 « Business development »

Tuteur d'apprentis (environ 10 par an) :

- M1 « Marketing et Stratégie »
- M2 « Marketing et Stratégie », parcours « Business development »
- M2 « Marketing et Stratégie », parcours « Communication marketing »
- M2 « Marketing et Stratégie », parcours « Management du Luxe »

Encadrement annuel de deux équipes pluridisciplinaires dans le cadre de l'Enamoma (Ecole Nationale Modes et Matières)

3.2. Interventions dans d'autres établissements

Plusieurs interventions sur les mêmes thèmes depuis 2002 à :

- IAE de Paris
- Université d'Evry
- IAE de Rennes
- Université Paris III Sorbonne Nouvelle
- IEP Aix en Provence
- Kedge Business School.