

Appel à articles

Des jeux et des organisations : l'innovation ludique dans tous ses états

Coordinateurs : Stéphane Gorla, Département information-communication Nancy, Université de Lorraine, Crem (centre de recherche sur les médiations) & Philippe Lépinard, Institut de Recherche en Gestion (IRG), IAE Paris Est Ecole de Management, Université Paris-Est Créteil.

Si les jeux font partie intégrante de la vie humaine depuis des siècles, leur diffusion s'est largement étendue au début des années 2000 à toutes les activités avec l'apparition des jeux de société dits « modernes » (Berri, 2021) et l'accès simplifié aux technologies supportant les jeux vidéo. Depuis, ce phénomène n'a fait que s'amplifier. Les jeux apparaissent sur tous les supports possibles et, pour certains, deviennent hybrides en combinant des éléments physiques et numériques. La créativité des auteurs paraît sans limites, à tel point que l'acronyme « OLNi » (Objet Ludique Non Identifié) est paradoxalement devenu courant. Au gré des pratiques, des jeux de loisirs deviennent de véritables simulations professionnelles. Inversement, certains jeux proposent au grand public des défis proches des problématiques des entreprises. La frontière entre jeux de loisirs, *serious games* et ludification/*gamification* s'estompe régulièrement au grés des propositions des auteurs et des pratiques des joueurs. Cette profusion ludique, autant en termes de conception que d'usages, s'imisce dorénavant partout, notamment dans le milieu professionnel de la formation (Smith, 2009 ; Gorla, 2023) et de l'enseignement supérieur (Lépinard, 2023 ; Sanchez 2023). De fait, plusieurs perceptions et transformations des jeux sont à l'œuvre. Des colloques scientifiques (e.g. Colloque International *Game Evolution*) ou salons professionnels (e.g. LudiNord Pro) dédiés aux pratiques ludopédagogiques démontrent cette volonté de structuration du domaine par l'ensemble des acteurs. Plus largement, nous assistons à la création d'autres structures destinées à regrouper les acteurs de la ludopédagogie comme la Guilde des Ludopédagogues Francophones et le Consortium Ludopédagogie.

Du fait de ces évolutions, la distinction entre ce qui relève du jeu et ce qui n'en relève pas est également floue compte tenu de la variété des pratiques et des structures ludiques, ludo-utilitaires (ludo-transformées, ludo-adaptées, ludo-déformées) et ludifiées. De même, des débuts de l'analyse des jeux jusqu'à nos jours, une autre distinction s'impose et pose question ; celle de la différenciation, dans les faits, entre pratiques et structures perçues comme plus ou moins ludiques qui s'expriment souvent par les termes anglais (*serious*) *play* / *playing* et (*serious*) *game* / *gaming*. Nous y ajoutons une dernière dualité sous la forme d'un continuum entre deux grandes catégories d'organisations concernées par le jeu : celles dont le jeu est au cœur de leur métier (les industries du jeu et les associations dédiées aux jeux) et celles dont la prise en compte du jeu n'est considérée que comme un ajout (volontaire ou non) visant à compléter et améliorer des processus hors du champ ludique. Par conséquent, et en parallèle de la création d'associations professionnelles comme le

Syndicat Français des *Serious Game Designers*, nous assistons au développement d'un écosystème entrepreneurial promouvant les pratiques ludiques au sein des organisations sur des sujets de tout ordre : innovation, stratégie, engagement des salariés, etc.

C'est dans ce contexte foisonnant que nous avons décidé de proposer ce numéro spécial de la revue *Marché & Organisation*. Notre objectif est de faire émerger des sujets ludo-professionnels encore peu développés afin d'enrichir les débats et réflexions sur les usages des jeux et, plus largement, des pratiques ludiques dans le monde professionnel, quel que soit le secteur. Par conséquent, les propositions attendues pourront traiter, sans y être limitées, des sujets originaux suivants :

- Les stratégies de développement des industries du jeu, notamment par des approches duales visant à concevoir et proposer à la fois des jeux de loisirs et des *serious games* ou des jeux intégrant nativement et formellement ce double objectif.
- Les stratégies de développement des organisations dans des activités de compétitions liées à l'e-sport et au *hacking éthique* (CTF, *Capture The Flag*).
- La place des joueurs dans les organisations.
- Les relations entre associations de jeux et entreprises.
- Les entrepreneurs et les entreprises spécialisés dans la conception ou l'accompagnement des organisations pour une intégration du jeu dans leurs pratiques ainsi que la professionnalisation de certains acteurs tels que les influenceurs et animateurs ludiques.
- L'acceptation des pratiques ludiques par les employés et éthique de la *gamification*.
- Les pratiques ludiques participatives dans les organisations pour développer des compétences transversales (innovation par exemple) ou répondre à des problématiques globales comme les défis sociétaux et environnementaux.
- La compréhension, la perception, l'adaptation et la conception d'une pratique ou d'un dispositif pouvant relever d'une forme de jeu.
- L'apport du jeu dans les processus d'innovation.

Consignes de soumission :

Les **résumés longs** (environ **600 mots**) permettant la première sélection seront à poster au format Word ou Open Office aux adresses suivantes :

stephane@goria@univ-lorraine.fr & philippe.lepinard@u-pec.fr

Les **manuscrits complets** devront être soumis et suivre les directives de la revue *Marché & Organisations* en matière de formatage et de référencement :

<https://rri.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2022/02/Instructions-aux-auteurs-Marche-organisations.pdf>

Ils devront être composés de **6000 à 8000 mots**, incluant le titre en français et en anglais, les résumés en français et en anglais (150 mots chacun), les mots clés en français et en anglais, les codes JEL, l'article comprenant les tableaux et figures

Le dépôt se fera sur le site suivant : <https://mo.manuscriptmanager.net>

Bibliographie indicative

- Agnihotri, V. (2020). Strategies behind the success of the e-sport (Garena Free Fire). *International Journal of Management (IJM)*, 11(11).
- Alsaad, F. M., & Durugbo, C. M. (2021). Gamification-as-innovation: a review. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 18(05).
- Alvarez, J. (2023). *Serious games : « un carcan ludique ? »*. Editions Loco.
- Balon, T, Baggili. I. (2023). Cybercompetitions: A survey of competitions, tools, and systems to support cybersecurity education. *Education and Information Technologies*, 28(2).
- Breuer, H., Bessant, J., & Gudiksen, S. (2022). Gamification for innovators and entrepreneurs: Using games to drive innovation and facilitate learning. De Gruyter.
- Berri, V. (2021). Que sait-on des jeux de société « modernes » ?. *Science du jeu*, 14.
- Chollet, A. (2016). Enjeux professionnels des technologies et applications ludiques. *Management des technologies organisationnelles*, 5(1), p.111-120.
- Dujarier, M.-A., Le Lay Stéphane (2018). Jouer / travailler : état des débats actuels. *Travailler*, 39(1), p.7-31.
- Dumazert, J.-P. (2011). Chef de guildes et métier de manager : un constat RH pour une prospective sectorielle appliquée aux mondes virtuels. *Management & Avenir*, 49(9), p.256-276.
- Goria, S. (2023). Formes et apports du jeu pour innover. *Technologie et innovations*, 8.
- Lépinard, P. (2022). La ludopédagogie en école de management : le cas du projet EdUTeam. *Éducatifs*, 6.
- Rochas, A. (2020). La gamification. Chemin inexploré de la fidélisation des talents à l'heure du digital. *La Revue des Sciences de Gestion*, 301-302(1-2), p.99-106.
- Sanchez, É. (2023). *Enseigner et former avec le jeu : développer l'autonomie, la confiance et la créativité avec des pratiques pédagogiques innovantes*. ESF Sciences humaines.
- Smith, R. (2009). *Military Simulation & Serious Games: Where We Came from and Where We Are Going*. Modelbenders LLC.

Calendrier indicatif :

- 27 janvier 2024 : envoi d'un résumé d'environ 600 mots au format Word ou Open Office
- 22 avril 2024 : réponse du comité de rédaction
- 23 septembre 2024 : envoi du texte final (cf. consignes de soumission)
- 2 décembre 2024 : réponse du comité de rédaction
- 17 mars 2025 : envoi des textes corrigés
- Publication, courant 2025, selon agenda de la revue

Adresses électroniques pour des éventuelles questions et précisions de la part des auteurs :

Stéphane Goria, stephane.goria@univ-lorraine.fr & Philippe Lépinard, philippe.lepinard@u-pec.fr