

# CURRICULUM VITAE

**Colbert, François**, C.M., M.B.A., M.Sc.  
Date de naissance : le 8 avril 1948  
Téléphone : (514) 340-6827  
Télécopieur : (514) 340-6432  
Courriel : [francois.colbert@hec.ca](mailto:francois.colbert@hec.ca)

25 janvier 2011

## Postes actuels

### HEC Montréal

Professeur titulaire en marketing.

Fondateur du Diplôme d'études supérieures spécialisées en gestion d'organismes culturels – DESSGOC (1988- ).

Titulaire de la Chaire de gestion des arts Carmelle et Rémi-Marcoux (1991- ).

Directeur et fondateur, *International Journal of Arts Management* (1997- ).

Président du Comité d'appel (1999-2010)

### Postes académiques occupés précédemment (HEC Montréal)

Président du Conseil des affaires professorales (Vice-recteur, affaires professorales) et membre du Comité de direction de HEC Montréal (1991-1995).

Directeur du Service de l'enseignement du marketing (1985-1991).

Directeur du Groupe de recherche et de formation en gestion des arts (1984-1991).

Responsable du programme de certificat en marketing (1981-1985) et de l'option marketing au programme de M.B.A. (1984-1985).

### Distinctions

Récipiendaire du Prix 2006 de l'Association of Cultural Executives (ACE).

Membre de la Société royale du Canada, 2005.

Récipiendaire de la médaille du jubilé de la Reine Elizabeth II, 2002.

Membre de l'Ordre du Canada, la plus haute des distinctions honorifiques décernées par le gouvernement canadien, 2002.

## PUBLICATIONS

### Ouvrages pédagogiques

Colbert, F. & Al, Planification du marketing pour la culture et les arts – *Principes et pratiques de base pour la conception d'une campagne de marketing efficace*, F. Colbert et D.J. Martin eds., Montréal : Chaire de gestion des arts Carmelle et Rémi-Marcoux, Presses HEC, 2010.

Colbert, F. & Al, *Marketing Planning for Culture and the Arts – Fundamental Principles and Practices for Building an Effective Marketing Campaign*, F. Colbert et D.J. Martin eds., Montréal: Chair in Arts Management, Presses HEC, 2008.

Colbert, F., *Marketing Culture and the arts, 3rd edition*, Montréal: Chaire de gestion des arts, Presses HEC, 2007.

Colbert, F., *Le marketing des arts et de la culture, 3<sup>e</sup> édition*, Montréal : Les Éditions de la Chenelière Inc., 2007.

Colbert, F., R. Desormeaux, M. Filion, R. Gendreau, J.-F. Ouellet, *Gestion du marketing 4e édition*, Gaëtan Morin éditeur, 2006.

Colbert, F., *Le marketing des arts et de la culture, 2<sup>e</sup> édition, version coréenne*, 2005.

Colbert, F., *Le marketing des arts et de la culture, 2<sup>e</sup> édition, version ukrainienne*, 2004.

Colbert, F., *Le marketing des arts et de la culture, 2<sup>e</sup> édition, version russe*, 2004.

Colbert, F., Cuadrado, M. Nantel, J., Bilodeau, S., Rich, J.D., Montoro, J.D., *Marketing de las Artes y la Cultura*, Barcelona: Ariel Patrimonio, **version espagnole**, 2003.

Colbert, F., *Le marketing des arts et de la culture, 2<sup>e</sup> édition, version chinoise*, 2002.

Colbert, F., Desormeaux, R., Filion, J.M., R. Gendreau, *Gestion du marketing 3e édition*, Gaëtan Morin éditeur, 2002.

Colbert, F. et al., *Manuel du maître, en anglais, en version électronique pour l'ouvrage Marketing Culture and the Arts, 2nd Edition*, Presses HEC/Chaire de gestion des arts, 2001.

Colbert, F., *Marketing Culture and the Arts, 2<sup>nd</sup> Edition*, Chaire de gestion des arts, Presses HEC, 2001.

Colbert, F., *Le marketing des arts et de la culture, 2<sup>e</sup> édition*, Boucherville, Gaëtan Morin, éditeur, 2000.

Colbert, F., *Marketing delle arti e della cultura*, Torino : Fondazione Fitzcarraldo, **version italienne**, 2000.

Colbert, F., *Kultur- und Kunstmarketing*, Springer-Verlag éditeur, **version allemande**, 1999.

Colbert, F., *Marketing Culture and the Arts*, Gaëtan Morin, éditeur, 1994.

Colbert, F., *Le marketing des arts et de la culture*, Gaëtan Morin, éditeur, 1993. (Gagnant d'une médaille décernée par l'Académie des sciences commerciales, France, 1993).

Colbert, F., Filion, M., Amesse, F., Boisvert, J.M., Desormeaux, R., Nantel, J., *Gestion du marketing*, Gaëtan

Morin éditeur, 1<sup>re</sup> édition, 1990, 631 pages. 2<sup>e</sup> édition, 1995, 537 pages. (Gagnant du prix François Albert Angers 1990 décerné par HEC Montréal, pour le meilleur volume pédagogique).

Côté, R., Colbert, F., *La localisation commerciale*, Gaëtan Morin éditeur, janvier 1990.

Colbert, F., *Séminaire de localisation commerciale*, guide de l'animateur et guide du participant, Ministère de l'industrie, du commerce et du tourisme du Québec, 1985.

## Articles dans des revues scientifiques

Colbert, F., « Beyond Branding: Contemporary Marketing Challenges for Arts Organizations », *International Journal of Arts Management*, Vol. 12, n° 1, (Fall) 2009, p. 14-20.

d'Astous, A., Z. Giraud Voss, F. Colbert, A. Carù, M. Caldwell and F. Courvoisier, « Product-Country Images in the Arts: A Multi-Country Study », *International Marketing Review*, Vol. 25, n° 4, 2008, p. 379-403.

Ouellet, J.-F. Colbert, F., Savard, M.-A., « The Personality of Performing Arts Venues: Developing a Measurement Scale », *International Journal of Arts Management*, Vol. 10, n° 3, (Spring) 2008, p. 49-59.

Carrillat, F. A., d'Astous, A., Colbert, F., « The Effectiveness of Art Venues Sponsorship: An Attribution Perspective », *Journal of Sponsorship*, Vol. 1, n° 3, 2008, p. 274 – 285.

d'Astous, A., Colbert, F., Nobert, V., « Effects of Country-Genre Congruence on the Evaluation of Movies: The Moderating Role of Critical Reviews and Moviegoers' Prior Knowledge », *International Journal of Arts Management*, Vol. 10, n° 1, (Fall) 2007, p. 45–51.

d'Astous, A., Colbert, F., Fournier, M., « Consumers' Receptivity to Brand Extension and Co-Branded Products in Arts Organizations », *Journal of Service Marketing Research*, Vol. 21, n° 4, 2007, p. 231-240.

d'Astous, A., Colbert, F., d'Astous, E., « The Personality of Cultural Festivals: Scale Development and Applications », *International Journal of Arts Management*, Vol. 8, n° 2 (Winter) 2006, p. 14–23.

d'Astous, A., F. Colbert, I. Mbarek, « Factors Influencing Readers' Interest in New Book Releases: An Experimental Study », *Poetics*, vol. 34, n° 2, 2006, p. 134-147.

Colbert, F., d'Astous, A., Parmentier, M.-A., « Consumer Perception of Private Versus Public Sponsorship of the Arts », *International Journal of Arts Management*, vol. 8, n° 1 (Fall), 2005, p. 48-59.

Colbert, F., d'Astous, A., Parmentier, M.-A., « Consumer Evaluation of Government Sponsorship in the Arts », *The International Journal of Cultural Policy Research*, vol. 11, n° 2, July 2005, p. 215-228.

Colbert, F., d'Astous, A., Parmentier, M.-A., « La commandite des arts et de la culture par le secteur privé par opposition au secteur public : qu'en pensent les consommateurs? », *Revue Gestion*, vol. 30, n° 2, été 2005, p. 10-15.

d'Astous, A., R. Legoux et F. Colbert, « L'utilisation de la promotion des ventes dans le contexte des arts de la scène », *Revue Gestion*, vol. 30, n° 1 (Printemps), 2005, p. 71-77.

Colbert, F., « The Piccolo Teatro of Milan: Theatre of Europe », *International Journal of Arts Management*, vol. 7, n° 3 (Spring), 2005, p. 66-73.

- d'Astous, A., Montpetit, D., Colbert, F., « Music Piracy on the Web – How Effective Are Anti-Piracy Arguments? Evidence from the Theory of Planned Behavior », *Journal of Consumer Policy*, vol. 28, n° 3, 2005, p. 289-310.
- d'Astous, A., Legoux, R., Colbert, F., « Consumer Perceptions of Promotional Offers in the Performing Arts: An Experimental Approach », *Canadian Journal of Administrative Sciences*, vol. 21, n° 3, 2004, p. 242-254.
- Colbert, F., « Entrepreneurship and Leadership in Marketing the Arts », *International Journal of Arts Management*, vol. 6, n° 1 (Fall), 2003, p. 30-39.
- Colbert, F., d'Astous, A., «La consultation de critiques de films et son impact sur la consommation», *Revue Gestion*, vol. 28, n° 1, 2003.
- Colbert, F., « The Sydney Opera House: An Australian Icon », *International Journal of Arts Management*, vol. 5, n° 2 (Winter), 2003, p. 69-77.
- D'Astous, A., Colbert, F., « Moviegoers' Consultation of Critical Reviews: Psychological Antecedents and Consequences », *International Journal of Arts Management*, vol. 5, n° 1 (Fall), 2002, p. 24-35.
- Bégin, D., Colbert, F., Dupré, R., « Comparative Analysis of French and French Canadian Willingness to Support National Film Industry », *Cultural Policy*, vol. 7, n° 2, 2000, p. 355-368.
- Colbert, F., Labrecque, J., « On va au théâtre? Le processus de décision des ménages pour l'achat de billets », *Cahiers de théâtre JEU*, vol. 96, n° 3, septembre 2000, p. 110-115.
- Evrard, Y., Colbert, F., «Arts Management: A New Discipline Entering the Millennium?» *International Journal of Arts Management*, vol. 2, n° 2 (Winter), 2000, p. 4-13.
- Colbert, F., Vallée, L., Beaugard, C., « The Importance of Ticket Prices for Theatre Patrons », *International Journal of Arts Management*, vol. 1, n° 1 (automne), 1998, p. 8-15.
- Colbert, F., « Changes in Marketing Environment and their Impact on Cultural Policy », *The Journal of Arts Management, Law and Society*, vol. 27, n° 3 (Fall), 1997, p. 177-186.
- Colbert, F., Vallée, L., Beaugard, C., « Aller au théâtre, c'est trop cher? », *Jeu, cahiers de théâtre*, n° 82, 1997, p. 134-138.
- Duhaime, C., Colbert, F., « Museums and Strategic Marketing – Research Findings », *Muse*, vol. XI, n° 2, Été 1993, p. 33-34.
- Nantel, J., Colbert, F., « Positioning Cultural Arts Products in the Market », *Journal of Cultural Economics*, vol. 16, n° 2, décembre 1992, p. 63-71.
- Turgeon, N., Colbert, F., « The Decision Process Involved in Corporate Sponsorship for the Arts », *Journal of Cultural Economics*, vol. 16, n° 1, June 1992, p. 41-52.
- David, G., Lagueux, D., Colbert, F., « Le temps de l'art et le coût de l'art : le financement des théâtres institutionnels au Québec », *Jeu, cahiers de théâtre*, n° 53, 1989.
- Colbert, F., « Les arts : un marché pour les commandites », *Gestion, Revue internationale de gestion*, vol. 14, n° 2, mai 1989, p. 58-65.
- Colbert, F., « Auditoires et produit théâtral », *L'annuaire théâtral*, Société d'histoire du théâtre du Québec, automne 1988/printemps 1989, p. 185-194.

Boisvert, J.M., Colbert, F., « Le consommateur culturel comme segment de marché de l'offre touristique », *Teoros*, avril 1988.

Colbert, F., « Musées et marchés en évolution », *Musées*, vol. 10, n° 2,3,4, 1987, p. 37-40.

Colbert, F., «Le loisir, le théâtre et le théâtre d'été », *Jeu, Cahiers de théâtre*, n° 42, 1987.

Colbert, F., «Crise économique et situation théâtrale», *Revue Possible*, été 1985.

Colbert, F., « L'âge d'or de l'emploi chez les jeunes comédiens est-il révolu? », *Question de culture*, n° 8, Institut québécois de recherche sur la culture, mars 1985.

Colbert, F., « Le prochain défi de la commercialisation des biens culturels », *Question de culture*, n° 7, Institut québécois de recherche sur la culture, automne 1984.

Colbert, F., « Le marché de la danse professionnelle au Québec », *Chiffres à l'appui*, Ministère des Affaires culturelles du Québec, septembre 1984.

Colbert, F., « Le théâtre pour adolescents : la structure du marché », *Jeu, Cahiers de théâtre*, n° 30, 1984.1.

Colbert, F., « L'offre et la demande en théâtre », *Jeu, Cahiers de théâtre*, n° 28, 1983.3, p. 174-176.

Colbert, F., « Se saborder... ou rester pauvre », *Jeu, Cahiers de théâtre*, 1982.1.

Colbert, F., « Le marketing et la culture », *Gestion, Revue internationale de gestion*, novembre 1979.

### **Articles dans des revues professionnelles, journaux et publications sur Internet**

Colbert, F., Bilodeau, S., « Le marketing et la culture », *Culture Montérégie, le Magazine*, Conseil Montérégien de la culture et des communications, printemps 2005, version électronique, <http://www.culturemonteregie.qc.ca/marketingarts.html>

Colbert, F., « Question d'identité », *Qui fait Quoi*, novembre 2003, p.39.

Colbert, F., « Clientèles en mouvement », *Qui fait Quoi*, août-septembre 2003, p.27.

Colbert, F., « Consommateur culturel », *Qui fait Quoi*, juillet 2003, p.15.

Colbert, F., « Retombées économiques », *Qui fait Quoi*, juin 2003, n° 223, p. 11.

Colbert, F., « Management culturel », *Qui fait Quoi*, mai 2003, n° 222, p. 15.

Colbert, F., « Avantage culture », *Qui fait Quoi*, avril 2003, n° 221, p. 23.

Colbert, F., « La critique », *Qui fait Quoi*, mars 2003, n° 220, p. 12.

Colbert, F., « Quand on pense au produit plutôt qu'au client », *La Presse*, lundi 23 décembre 2002, p. D3.

Colbert, F., « Évolution et diversité des clientèles du domaine des arts au Canada », *Action Canada-France* (Revue de la Chambre de commerce française au Canada), vol. 5, n° 3, troisième trimestre 1996, p. 14-15.

Colbert, F., «La culture, une industrie diversifiée», *Entreprendre*, vol. 6, n° 1, mars 1993, p. 30-31.

Colbert, F., « Quelques données sur le théâtre au Québec », *En scène : la nouvelle compagnie théâtrale*, vol. 5, no 3, mars 1987.

Colbert, F., « Les mirages de la levée de fonds », *Les Maldisances, journal du Festival Jeune Public*, août 1985.

Colbert, F., « Les dilemmes économiques d'un périodique culturel », *Le Devoir*, Cahier spécial, samedi le 2 février 1985.

Colbert, F., « Localisation et relocalisation d'un commerce de détail », *Réussir en affaires*, automne 1983.

Colbert, F., « La publicité, le marketing et le marché », *PME Gestion*, vol. 3, n° 5, janvier 1983.

### **Articles dans les Actes de colloques et de conférences**

Carillat, F., Von, E. et Colbert, F., « Attributions par les Consommateurs de Motivations aux Commanditaires des Arts et de la Culture vs. aux Commanditaires des Sports : Conséquences Attitudinales et Comportementales » in *Actes de la 9<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture* (Actes CD-ROM), M. Cuadrado et J. Montoro eds., Universitat de València, Espagne, 8-11 juillet 2007.

Dampérat, M., Colbert, F., « Exploring Key Relationship Marketing Variables between Arts Organizations » in *Actes de la 9<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture* (Actes CD-ROM), M. Cuadrado et J. Montoro eds., Universitat de València, Espagne, 8-11 juillet 2007.

d'Astous, A., Colbert, F., Mbarek, I., « What Makes People Want to Read a Book? An Experimental Study », in *Actes de la 8<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture* (Actes CD-ROM), F. Colbert, ed., HEC Montréal, 3-6 juillet 2005.

d'Astous, A., Colbert, F., d'Astous, E., « A Scale for Measuring the Personality of Festivals », in *Actes de la 8<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture* (Actes CD-ROM), F. Colbert, ed., HEC Montréal, 3-6 juillet 2005.

d'Astous, A., Colbert, F., Carù, A., Courvoisier, F., Caldwell, M., « Product-Country Images in the Arts: Preliminary Findings from an Ongoing Research Program », in *Actes de la 8<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture* (Actes CD-ROM), F. Colbert, ed., HEC Montréal, 3-6 juillet 2005.

Colbert, F., « The Cultural Consumer », in *Proceedings of the Congres Market'eum'05 Verslagboek*, Bruges, Belgique, 14-15 mars 2005, p. 37-39.

Colbert, F., d'Astous, A., Parmentier, M.-A., « Consumer Evaluation of Government Sponsorship in the Arts » in *CD-ROM Proceedings of the 3<sup>rd</sup> International Conference on Cultural Policy Research*, F. Colbert, ed., HEC Montréal, 25-28 août 2004.

Labrecque, J., Turgeon, N., Colbert, F., « Le contexte relationnel des sorties de loisir culturel : résultats d'une étude empirique au Québec », in *Actes de la 7<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture* (Actes CD-ROM), S. Salvemini ed., Bocconi University, Milano, Italy, June 29, July 2, 2003.

d'Astous, A., Colbert, F., Legoux, R., « Consumer's Perception of Promotional Offers in the Performing Arts: An Exploratory Study », in *Actes de la 7<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture* (Actes CD-ROM), S. Salvemini ed., Bocconi University, Milano, Italy, June 29, July 2, 2003.

- Colbert, F., Tomiuk, M.-A., Hwang, H, Ménard, M., « An Investigation into the Effects of Napster's Demise on the Purchase Intentions of Music CD's », in *Actes de la 7<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture* (Actes CD-ROM), S. Salvemini ed., Bocconi University, Milano, Italy, June 29, July 2, 2003.
- Colbert, F., Dupré, R. Bégin, D., « Comparative Analysis of French and French Canadian Willingness to Support National Cinema Industry », in *Proceedings of the International Conference on Cultural Policy Research*, O. Bennett, ed., Bergen, Norway, November 10-12, 1999, p. 835-847.
- Colbert, F., « Comment la culture peut être profitable au tourisme », in *Actes de la Conférence Culture et tourisme en ville : une affaire de créativité*, Chaire de tourisme de l'UQAM, avril 1999.
- Boucher, M., Labrecque, J., Colbert, F., « Étude exploratoire de l'organisation des activités de loisir des ménages montréalais », in *Actes de la 4<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture*, A. Smith, ed., Golden Gate University, San Francisco, CA, June 29-July 2, 1997.
- Colbert, F., « Changes in Marketing Environment and their Impact on Cultural Policy », in *Proceedings of the 22<sup>nd</sup> Annual Conference on Social Theory, Politics and the Arts*, F. Colbert ed., HEC Montréal, 3-5 octobre 1996.
- Colbert, F., Labrecque, J., Piché, M., « L'organisation des activités des loisir des ménages : une étude du marché montréalais », in *Actes de la 3<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture*, M. Quine ed., City University, Londres, 3-5 juillet 1995.
- «L'école et la consommation de produits culturels», Forum International art et culture, Montréal, 16 août 1993.
- Colbert, F., Nantel, J., « La mise en marché de portefeuilles d'activités : une analyse de certaines activités culturelles et récréatives et de leur degré de complémentarité », in *Actes de la 2<sup>e</sup> Conférence internationale sur le management des arts et de la culture*, E. Evrard, ed., HEC Paris, France, 23-25 juin 1993.
- Duhaime, C., Colbert, F., Giguère, L., « La réponse esthétique du public des musées d'art », in *Actes de la 1<sup>er</sup> Conférence internationale sur la gestion des arts*, F. Colbert, C. Mitchell eds., HEC-Montréal, 22-24 août 1991, p. 99-111.
- Colbert, F., Nantel, J., « Le positionnement d'une compagnie de théâtre et les actions stratégiques pouvant en découler », in *Actes de la 1<sup>er</sup> Conférence internationale sur la gestion des arts*, F. Colbert, C. Mitchell eds., HEC-Montréal, 22-24 août 1991, p. 301-309.
- Colbert, F., « Consommation et concurrence dans les domaines du film et de la télévision », in *Compte-rendu Action Vision*, Académie canadienne du cinéma et de la télévision, Montréal, 12 et 13 avril 1991.
- Colbert, F., « The Arts Management Training in Canada » in *Arts Management Symposium*, Tokyo, Japon, mars 1991.
- Colbert, F., « La recherche en gestion des arts », in *Actes du 59<sup>e</sup> Congrès de l'ACFAS*, Université de Sherbrooke, Québec, Canada, 22-23 mai 1991.
- Colbert, F., Nantel, J., « Performing Arts and Product Positioning », in *Proceedings of the Sixth International Conference on Cultural Economics*, Umea, Suède, 10-13 juin 1990.
- Colbert, F., « The Impact of Government Involvement in a Fragmented Market: The Case of Children Theatre Companies in the Province of Quebec 1978-1989 », in *Proceedings of the 15th Annual Conference on Social Theory, Politics and the Arts*, Toronto, 1989.

Nantel, J., Colbert, F., « The Market for Cultural Activities », in *Proceedings of the Fifth International Conference on Cultural Economics*, vol. 1, Ottawa, 1988.

Colbert, F., « Auditoires et produit théâtral », in *Actes du Colloque le théâtre au Québec: mémoires et appropriation*, Montréal, 27-29 octobre 1988.

Colbert, F., « L'enseignement de la gestion des arts au Canada », in *Culture : Administration et Qualification*, Hambourg, 12-14 novembre 1987.

Colbet, F., « Musées et marchés en évolution », in *Actes du Congrès de la Société des musées québécois*, Sept-Iles, Québec, Canada, 19 juin 1987.

Colbert, F., « Le profil de la clientèle et l'impact des grands organismes culturels sur l'économie du Québec », in *Actes du Colloque de la 4e Conférence internationale sur l'économie de la culture*, Avignon, France, 12-14 mai 1986.

Colbert, F., « Les produits culturels et le syndrome de l'opulence passée », in *Actes du Congrès de l'Association de la recherche en communication du Québec*, 8-9 mai 1986.

Colbert, F., « La levée de fonds au Québec, au Canada, aux États-Unis et en Europe », in *Actes du Colloque La levée de fonds : panacée ou utopie*, HEC Montréal, 29 avril 1986.

Colbert, F., « Le consommateur et le prix du billet de spectacles », in *Actes du Colloque sur le prix des billets de spectacles*, HEC Montréal, 13 juin 1985.

Colbert, F., « Le consommateur culturel : ce que nous ne savons pas », in *Compte-rendu de la Journée sur l'économie théâtrale*, Avignon, France, 20 juillet 1983.

Colbert, F., « La rentabilité économique du développement culturel », in *Actes du Carrefour du loisir culturel 1982*, Fédération québécoise des services socioculturels, Mont Ste-Anne, Québec, 20 octobre 1982.

## Chapitres de livre

Colbert, F., « Le marketing des produits de contenu à l'heure d'Internet », in *Culture Web création – contenus, économie numérique*, X. Greffe et N. Sonnac, eds., Paris : Éditions Dalloz, 2008, Chapitre 38, p. 675-685.

Colbert, F., « Program Marketing », in *Art and Cultural Programming - A Leisure Perspective*, G. Carpenter et D. Blandy eds., Human Kinetics, 2008, Chapter 8, p. 111-128.

Colbert, F., « Le marketing culturel », in Chapitre 4, *Les boutiques de musées - Actes des journées du Tourisme culturel 2002-2005*, Ministère de la Communauté française, Service du Patrimoine culturel, Documents du Patrimoine culturel n° 2, 2007, p. 80-81.

Colbert, F., « Art Marketing Today: Challenges between Market Evolution and Oversupply » in *Museen und Kulturerbe in einer globalisierten Welt*, Verlag Dr. Christian Müller-Straten ed., München 2007, p. 76-80.

Colbert, F., « Unternehmertum und Führung im Marketing von Kunst und Kultur » in *Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich*, Elmar D. Konrad, ed., Waxmann Verlag GmbH, 2006, p. 189-204.

Colbert, F., « Tarification et marketing dans les musées » in *La culture mise à Prix*, L'Harmattan éditeur,

Collection Gestion de la culture et du secteur non lucratif, France, 2005, p. 83-103.

Colbert, F., « Der Kulturbetrieb – Ein Systematisierungsvorschlag » in *Kompendium Kulturmanagement Handbuch für Studium und Praxis*, Verlag Vahlen, Germany, 2004, p 9-15.

Colbert, F., « Management of the Arts » in *Handbook of Cultural Economics*, Ruth Townse ed., Edward Elgar Publisher, 2003, p. 287-292.

Colbert, F., « Marketing the Arts » in *Handbook of Cultural Economics*, Ruth Townse ed., Edward Elgar Publisher, 2003, p. 293-300.

Colbert, F., « Subventions d'état et mécénat privé » in *Musiques, une encyclopédie pour le XXI<sup>e</sup> siècle*, les éditions Actes Sud, 2003, p. 1109-1121. (Titre original : *Enciclopedia della musica*, Giulio Einaudi editore)

Colbert, F., « Aspects économiques de la vie musicale » in *Musiques, une encyclopédie pour le XXI<sup>e</sup> siècle*, les éditions Actes Sud, 2003, p. 1123-1131. (Titre original : *Enciclopedia della musica*, Giulio Einaudi editore)

Colbert, F., « Marketing und Konsumentenverhalten im Bereich Kunst » in *Innovatives Kulturmarketing*, sous la direction de Armin Klein, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden Editor, 2002, p. 40-53.

Colbert, F. « Le marketing et la gestion des arts » in *Traité de la culture*, sous la direction de Denise Lemieux, Les Éditions de l'IQRC, Presses de l'Université Laval, 2002.

Colbert, F. « Sovvenzioni statali e mecenatismo privato » in *Enciclopedia della musica*, Giulio Einaudi editore, Volume primo, 1 Novecento, 2001, p. 927–942.

Colbert, F. « Aspetti economici della vita musicale » in *Enciclopedia della musica*, Giulio Einaudi editore, Volume primo, 11 Novecento, 2001, p. 943–952.

Colbert, F. « Marketing and Consumers in the Arts » in *The Current State of Business Disciplines*, Volume Six, Marketing, Shri Bhagwan Dahiya ed., 2000, p. 3019-3036.

Colbert, F., « Le marketing et les arts d'interprétation » in *Guide de l'organisateur de spectacles en tournée*, Office des tournées du Conseil des Arts du Canada, 1976.

Colbert, F., « Pour connaître son auditoire » in *Guide de l'organisateur de spectacles en tournée*, Office des tournées du Conseil des Arts du Canada, 1976.

## **Rapports de recherche**

Beaulac, M. et Colbert, F., *L'activité muséologique au Québec : évaluation de sa rentabilité socio-économique*, Groupe de recherche et de formation en gestion des arts, HEC, mai 1990.

Colbert, F., *Un marché en turbulence... huit ans plus tard*, Groupe de recherche et de formation en gestion des arts, janvier 1990.

Fortier, A. et F. Colbert, *Les théâtres professionnels francophones hors-Québec, la voie de l'efficacité*, Groupe de recherche et de formation en gestion des arts, HEC, 30 octobre 1989.

David, G., Lagueux, D. et F. Colbert, *Les effets des contraintes financières sur les projets artistiques des compagnies membres des Théâtres Associés (T.A.I.) Inc*, Groupe de recherche et de formation en gestion des arts, HEC Montréal, Décembre 1988.

Colbert, F., *Le tourisme, la culture et le multiculturalisme : état de la question*, Ministère des communications du Canada, mars 1988, 45 pages. (The State of Tourism, Culture and Multiculturalism, 48 pages).

Colbert, F., *Les arts d'interprétation et leur mise en marché au Canada*, HEC, février 1986, 53 pages. Document soumis au Groupe de travail sur le financement des arts au Canada dirigé par M.E.C. Bovey.

Boisvert, J. M. et F. Colbert, *Étude sur les dimensions économiques des activités à caractère culturel : Le cas de l'Orchestre symphonique de Montréal, du Musée des Beaux-Arts de Montréal et du Festival international de Jazz de Montréal*. Publiée par CIDEM et le Ministère des Affaires culturelles du Québec, mai 1985, 94 pages.

Colbert, F., *Le marché de la danse professionnelle au Québec*, Rapport de recherche, 1984.

Colbert, F., *Le théâtre pour enfants : marché en turbulence*, Ministère des affaires culturelles, novembre 1983.

Colbert, F., *Le marché québécois du théâtre*, Institut québécois de recherche sur la culture, 1982.

Colbert, F. et P. Hugron, *Rapport sur l'organisation et le fonctionnement du Musée des Beaux-Arts de Montréal*, pour le compte du Ministère des Affaires culturelles, HEC, juillet 1982, 97 pages.

Colbert, F., *L'économie théâtrale*, Rapport de recherche pour le comité organisateur des états généraux du théâtre professionnel au Québec, août 1981.

## **Cahiers de recherche**

Labrecque J., M. Boucher et F. Colbert, *Étude exploratoire du profil de consommation des ménages montréalais en matière d'activités culturelles de loisir – 2e Volet: Le journal d'activités*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, octobre 2000.

Piché, M., J. Labrecque, et F. Colbert, *Une analyse du profil de consommation des ménages montréalais en matière d'activités culturelles*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, juin 1997, 33 p.

St-Pierre, E., J. Labrecque et F. Folbert, *Analyse du processus de décision des ménages pour l'activité théâtre*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, juin 1997, 51 p.

Laquerre, A.-J., J. Nantel et F. Colbert, *Une mesure de l'attitude des artistes peintres envers la commercialisation de leurs oeuvres*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, février 1995, 15 p.

Godbout, A., Turgeon, N. et F. Colbert, *Pratique de la commandite commerciale au Québec : une étude empirique*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, septembre 1991, 31 pages.

Beaulac, M., Colbert, F. et C. Duhaime, *Le marketing en milieu muséal : une recherche exploratoire*, Groupe de recherche et de formation en gestion des arts, HEC Montréal, mars 1991, 80 pages.

Lanctôt, M., Duhaime, C. et F. Colbert, *Le processus d'achat de la clientèle des galeries d'art contemporain*, Groupe de recherche et de formation en gestion des arts, GA 90-01, janvier 1990, 29 pages.

Colbert, F., *La recherche et l'enseignement en gestion des arts à l'aube des années 1990*, Groupe de recherche et de formation en gestion des arts, GA89-01, décembre 1989, 33 pages (traduit en japonais par M. Yohei Hijikata, Tokyo, février 1991).

## **Bibliographies**

Georgie, V. M. Restuccia sous la direction de F. Colbert, *Marketing des arts et de la culture : Une bibliographie analytique et sélective / Marketing Culture and the Arts: An annotated and selected bibliography*, mars 2010.

Feigné, M. sous la direction de F. Colbert, *La commandite des arts : bibliographie analytique et sélective/Sponsorship of Arts: Annotated and Selected Bibliography*, HEC Montréal, septembre 2006.

Feigné, M. sous la direction de F. Colbert, *Commandite des arts, des causes sociales et des sports: bibliographie analytique et sélective/ Sponsorship: Arts, Social Causes and Sports: Annotated and Selected Bibliography*, HEC Montréal, septembre 2006.

Ménard, M., E. d'Astous et F. Colbert, *Le marketing des arts et de la culture : une bibliographie analytique et sélective/Culture and Arts Marketing : An Annotated and Selected Bibliography*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, décembre 2003.

Marie-Agnès Parmentier, sous la direction de F. Colbert et A. d'Astous, *La commandite: bibliographie/Sponsorship: Bibliography*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, janvier 2003.

Colbert, F. et S. Morgenstern, *Le marketing des arts et de la culture : bibliographie analytique et sélective*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, octobre 1997, 158 p.

LeBrun, G., Fortin, C. et F. Colbert, *La gestion dans les médias : bibliographie*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, janvier 1995, 67 pages.

Légaré, B., et F. Colbert, *La population active du secteur culturel : bibliographie analytique et sélective*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, mars 1993, 95 pages.

Colbert, F., Pelletier, C. et D. Perrin, *Le marketing des arts d'interprétation : bibliographie*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, janvier 1993, 115 pages.

Turgeon, N. et F. Colbert, *La commandite dans le domaine des arts et de la culture : bibliographie*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, mai 1992, 152 pages.

Légaré, B., Beaulac, M., Colbert, F. et C. Duhaime, *Le marketing en milieu muséal: une bibliographie analytique et sélective*, Groupe de recherche et de formation en gestion des arts, HEC Montréal, mars 1991, 120 pages.

Colbert, F., *Bibliographie commentée sur la culture, le tourisme et le multiculturalisme*, Ministère des communications du Canada, mars 1988, 25 pages (Annotated Bibliography on Culture, Tourism and Multiculturalism, 23 pages).

Colbert, F., *Bibliographie commentée des recherches publiées en gestion des arts au Canada*, Association canadienne de formation en gestion des arts, Mai 1986, 190 pages.

## **Comptes rendus critiques de volumes**

« Cultural Tourism in Europe », Edited by Greg Richard, CAB International, published in *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 5, n° 1, 1998

«Les comportements des québécois en matière d'activités culturelles de loisirs», Pronovost, Gilles, *Loisir et société*, Vol. 13, n° 2, automne 1990, p. 545-547.

«La situation des théâtres professionnels francophones hors-Québec et l'aide financière des agences fédérales», Association nationale des théâtres francophones hors-Québec, *Jeu, Cahiers de théâtre*, 1985.4.

«La gestion financière des théâtres canadiens», Société des comptables en management et l'Association professionnelle des théâtres canadiens, *Jeu, Cahiers de théâtre*, 1985.4.

«Le théâtre et l'état au Québec», Gruslin, Adrien, *Jeu, Cahiers de théâtre*, 1982.1.

## **À titre d'éditeur**

Actes CD-ROM, 8<sup>e</sup> *Conférence internationale sur le management des arts et de la culture*, HEC Montréal, 3-6 juillet 2005.

Actes CD-ROM, 3<sup>d</sup> *International Conference on Cultural Policy Research*, HEC Montréal, 25-28 Août 2004.

Michon, R., Chebat, J.-C., Colbert, F., *Actes du 16<sup>e</sup> Congrès international de l'association française de marketing*, tome 1 et 2, HEC Montréal, 18-20 mai 2000.

Guest Editor, «State Intervention in Culture», *The Journal of Arts Management, Law and Society*, vol. 27, n° 3, Fall 1997.

Actes du colloque, *Les organisations culturelles de l'avenir*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, Montréal 7-8 novembre 1997.

Colloquium Proceedings, *Cultural Organizations of the Future*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, Montreal, November 7-8, 1997.

Actes de la 22<sup>e</sup> Conférence annuelle sur la théorie sociale, le politique et les arts/22<sup>nd</sup> Annual Conference on Social Theory, Politics and the Arts, *Textes choisis : politiques culturelles/Selected Proceedings : Cultural Policy*, Chaire de gestion des arts, HEC Montréal, Montréal 3-5 octobre 1996.

Actes du colloque, *Le défi des contenus : une affaire d'État?/The Content Challenge : A Matter for the States?* publiés en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien, Montréal 18-19 septembre 1995.

Actes du colloque, *La gestion collective du droit d'auteur*, Montréal, 18 mars 1994.

Beaulac, M. et F. Colbert, *Industries culturelles nationales et mondialisation des marchés*, Actes du colloque, Montréal 21-23 octobre 1993, 180 pages.

Beaulac, M., Colbert, F., *Décentralisation, régionalisation et action culturelle municipale*, Actes du colloque, Montréal 12-14 novembre 1992.

Colbert, F., Mitchell, C. *Première conférence internationale sur la gestion des arts/First International Conference on Arts Management*, Actes de la conférence, Montréal, 22-24 août 1991.

## Conseils d'administration et comités

### Actuellement

- Président du conseil, Institut de l'événement (2010- )
- Membre de la Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs (2005- )
- Vice-président, Association Internationale de management des arts et de la culture (AIMAC), Paris (1993- ) et président fondateur de la Conférence internationale sur le management des arts et de la culture.
- Association canadienne de formation en gestion des arts (Canadian Association of Art Administration Educators, CAAAE), membre de l'exécutif depuis 1983, président (1986-1989).
- Membre du Advisory Board du Centre for Cultural Management, University of Waterloo, Ontario (1992- ).

### Dans le passé

- Membre du Comité d'orientation sur l'investissement dans la culture (2005-2006).
- Membre du Comité d'investissement du Conseil des Arts du Canada (1996-2006).
- Membre externe du Comité marketing du Conseil d'administration du Centre national des Arts (2002-2006).
- Membre coopté du Conseil d'administration de RIDEAU (Réseau indépendant des diffuseurs d'événements artistiques unis), (2005-2005).
- Membre du Conseil d'administration (trésorier), La La La Human Steps (2004-2005).
- Vice-président du conseil d'administration, Conseil des Arts du Canada (1995-2003).
- Statistique Canada, membre du Conseil national de la statistique, (1999-2002).
- Vice-président, Centre d'études sur les médias (1995-2002).
- Statistique Canada, président du comité sur la Statistique culturelle, (1994-1998).
- Directeur de la Veille concurrentielle sur les médias (1996-1998).
- Radio-Québec/Télé-Québec, membre du conseil d'administration, (1994-1996), président du comité de programmation, (1994-1996) et membre de l'exécutif (1995-1996).
- Président, École supérieure de danse du Québec, (1993-1995).
- Membre du comité de sélection, Peter F. Drucker Award in Canadian Nonprofit Innovation, (1993-1995).
- Les Grands Ballets Canadiens, membre du conseil d'administration, (1993-1995).
- Théâtre d'Aujourd'hui, membre du conseil d'administration (1984-1995), président (1987-1993).
- Membre de l'assemblée art-affaires, Chambre de commerce du Montréal métropolitain (1988-1993).
- Association of Cultural Executives, membre du Conseil (1992-1993).
- Vice-président, Comité ministériel sur l'implantation de la politique muséale fédérale au Québec (1990-1991).
- Président, Théâtre Sans Fil (TSF) Inc. (1988-1991), membre du conseil d'administration (1976-1991).
- Les Arts et la ville (1987-1991).
- *Teoros*, Revue de recherche appliquée en tourisme, comité de rédaction (1988-1991).
- Musée d'art contemporain de Montréal, comité de programmation (1987-1989).
- Overtigo Inc. Danse (1984-1988).
- Montréal Musiques Nouvelles - 1990 - New Music America Festival (1987).
- Copropriétaire, Cinéma Maska, St-Hyacinthe, (1983-1985).
- Tournifolie Inc. (1981-1987).
- Association des directeurs de théâtre (ADT) (1977-1980), trésorier.
- Québec Été Danse (1976-1980), trésorier.
- Groupe de danse Entre-Six Inc. (1976-1980), trésorier.

## Activités d'organisation

### Conférences et colloques

Coprésident du comité scientifique de la 10<sup>e</sup> *Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture*, Dallas, États-Unis, 2009.

Coprésident du comité scientifique de la 9<sup>e</sup> *Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture*, Valence, Espagne, 2007.

Membre du comité scientifique de la *Fourth International Conference on Cultural Policy Research*, Vienne, Autriche, juillet 2006.

Organisateur et coprésident du comité scientifique de la 8<sup>e</sup> *Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture*, Montréal, Canada, 2005.

Organisateur et membre du comité scientifique de la *Third International Conference On Cultural Policy Research*, Montréal, Canada, août 2004.

Coprésident du comité scientifique de la 7<sup>e</sup> *Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture*, Milan, Italie, 2003.

Membre du comité organisateur et coprésident du comité scientifique de la 6<sup>e</sup> *Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture*, Brisbane, Australie, 2001.

Coprésident du comité organisateur du 16<sup>e</sup> Congrès International – Montréal de l'Association Française du marketing, Montréal, Canada, mai 2000.

Membre du comité organisateur et coprésident du comité scientifique de la 5<sup>e</sup> *Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture*, Helsinki, Finlande, 1999.

Président du comité-conseil du colloque *Les organisations culturelles de l'avenir*, Montréal, 7-8 novembre 1997.

Membre du comité organisateur et coprésident du comité scientifique de la 4<sup>e</sup> *Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture*, San Francisco, CA, June 29-July 2 1997.

Président du comité organisateur et du comité scientifique de la 22<sup>nd</sup> *Annual Conference on Social Theory, Politics and the Arts*, Montréal, 3-5 octobre 1996.

Coprésident, forum «Le défi des contenus : une affaire d'État?», organisé conjointement par la Chaire de gestion des arts et le ministère du Patrimoine canadien, Montréal, 18-19 septembre 1995.

Membre du comité organisateur et coprésident du comité scientifique de la 3<sup>e</sup> *Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture*, Londres, 3-5 juillet 1995.

Membre du comité organisateur du colloque *La gestion collective du droit d'auteur*, en collaboration avec l'ALAI Canada, le Centre de recherche en droit public de l'université de Montréal et la Commission du droit d'auteur, Montréal, 18 mars 1994.

Président du comité organisateur du colloque *Industries culturelles nationales et mondialisation des marchés*, 21-23 octobre 1993.

Coprésident de la 2<sup>e</sup> *Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture*, HEC Paris, 23-25 juin 1993.

Président du comité organisateur du colloque *Décentralisation, régionalisation et action culturelle municipale*, 12-14 novembre 1992.

Président du comité organisateur du colloque *Pouvoirs publics et politiques culturelles : enjeux nationaux*, HEC, 17-19 octobre 1991.

Président du comité scientifique et du comité organisateur de la 1<sup>er</sup> *Conférence internationale sur la gestion des arts*, HEC Montréal, 22-24 août 1991.