

# Appel à communications



16e journées du Groupe Thématique Innovation (GT INNO)

## Le rôle des transformations technologiques et digitales sur les processus de créativité et d'innovation

17 -18 septembre 2026 – Grenoble, France

Université Grenoble Alpes / CERAG





## Contexte et thème du GT Innovation 2026

---

Le **Groupe Thématique Innovation** (GT INNO) de l'**Association Internationale de Management Stratégique** (AIMS) organise ses **16èmes journées à Grenoble les 17 et 18 septembre 2026**. Ces journées s'inscrivent dans une dynamique de réflexion sur le rôle central des transformations technologiques dans les processus de créativité et d'innovation

Les transformations technologiques et digitales que connaissent aujourd'hui les organisations constituent un tournant paradigmatique pour la recherche en management de l'innovation. Portées par des avancées majeures telles que l'intelligence artificielle générative, les plateformes collaboratives et digitales, la robotique avancée ou encore les jumeaux numériques, ces mutations reconfigurent en profondeur les conditions dans lesquelles les organisations explorent les possibles, expérimentent des alternatives, conçoivent des solutions, et déploient l'innovation. Loin de constituer de simples évolutions instrumentales ou des substituts technologiques aux pratiques existantes, ces transformations affectent les routines de travail, bouleversent les dynamiques collectives et, plus fondamentalement, altèrent les processus cognitifs et sociaux par lesquels les individus et les équipes produisent, élaborent et implémentent de nouvelles idées.

Depuis les travaux fondateurs de Schumpeter (1934) sur la « destruction créatrice » la recherche en management stratégique a toujours placé l'innovation au cœur des mécanismes de création de valeur et de l'avantage concurrentiel durable. Cependant, les technologies émergentes de cette nouvelle vague numérique introduisent une rupture de paradigme qui dépasse les cadres analytiques habituels. L'intelligence artificielle générative, par exemple, ne se contente pas d'automatiser des tâches répétitives : elle participe activement à la génération d'idées, à la résolution de problèmes complexes et à la production de contenu créatif, interrogeant ainsi la nature même de la cognition organisationnelle (Verganti *et al.*, 2020). Cette capacité inédite des machines à contribuer aux processus d'idéation repositionne radicalement la question du rôle des individus et des équipes dans la chaîne de l'innovation.

On observe en réalité une double tendance structurante qui organise les défis en termes de créativité et d'innovation auxquels sont confrontées les organisations. D'une part, ces nouvelles technologies augmentent, déplacent et transforment la façon de conduire la recherche, les processus d'idéation et le développement des idées en innovations concrètes au sein des organisations. Les outils d'intelligence artificielle générative comme les grands modèles de langage (LLM) reconfigurent les pratiques de veille, d'exploration et de recombinaison des connaissances qui sont au cœur des processus d'innovation (Diallo, 2023 ; Pascal *et al.*, 2026). Les plateformes digitales et collaboratives redéfinissent quant à elles les frontières organisationnelles de l'innovation, ouvrant la voie à des formes d'innovation distribuée et à des écosystèmes d'innovation hybrides associant acteurs internes et externes (Adner, 2017 ; Gandia et Parmentier, 2020). Les jumeaux numériques permettent de simuler, tester et itérer des innovations dans des environnements virtuels avant tout déploiement physique, accélérant considérablement les cycles de développement et réduisant les coûts d'expérimentation (e.g. Krintzinger *et al.*, 2018).

D'autre part, la manière même de concevoir et d'intégrer ces nouvelles technologies dans les organisations requiert une profonde adaptation des processus de créativité et d'innovation. L'adoption réussie de ces technologies ne relève pas d'une simple décision d'investissement technologique : elle suppose une reconfiguration des compétences individuelles et collectives, des structures organisationnelles, des modes de gouvernance et des cultures d'innovation (Tece, 2007 ; Westerman *et al.*, 2014 ; Sebastian *et al.*, 2020). Les travaux sur l'ambidextrie organisationnelle (O'Reilly III et Tushman, 2004) soulignent d'ailleurs la difficulté pour les organisations d'explorer simultanément de nouvelles opportunités technologiques tout en exploitant leurs actifs et compétences existants. Cette

tension devient particulièrement aiguë lorsqu'il s'agit d'intégrer des technologies génératives dont les potentialités et les limites restent encore partiellement méconnues.

Ces deux tendances convergent pour poser des questions fondamentales sur la nature de l'innovation à l'ère digitale. La créativité organisationnelle, longtemps conceptualisée comme un processus essentiellement humain et social (Parmentier *et al.*, 2024 ; Woodman *et al.*, 1993), doit-elle être repensée à la lumière de la co-création homme-machine ? Les cadres théoriques de l'innovation ouverte (Chesbrough, 2003), des écosystèmes d'innovation (Jacobides *et al.*, 2018) ou encore de la gestion des connaissances (Nonaka et Takeuchi, 1995), de la créativité organisationnelle (Shalley & Zhou, 2024 ; Parmentier *et al.*, 2024) conservent-ils leur pouvoir explicatif dans un contexte où les frontières entre intelligence humaine et artificielle s'estompent progressivement ? Comment les espaces virtuels de travail, par exemple les environnements collaboratifs en ligne, médiatisent-ils les processus créatifs dans un monde de plus en plus hybride (Leonardi, 2014) ?

Ces interrogations ne sont pas sans soulever également des préoccupations d'ordre critique et éthique. La diffusion rapide des technologies d'IA dans les processus d'innovation risque d'accentuer les asymétries entre organisations disposant des ressources nécessaires pour les déployer et celles qui en sont exclues, posant des questions de justice et d'équité dans l'accès à l'innovation (Bircan & Özbilgin, 2025). Par ailleurs, la dépendance croissante aux algorithmes dans le processus d'idéation et de prise de décision soulève des interrogations sur les biais cognitifs et culturels qu'ils peuvent reproduire ou amplifier (Carichon *et al.*, 2026), ainsi que sur la responsabilité des acteurs dans des systèmes sociotechniques de plus en plus complexes. Ces dimensions critiques et épistémologiques invitent la communauté académique à ne pas réduire l'analyse des technologies digitales à leurs seuls effets de performance, mais à interroger plus largement leurs implications pour les organisations, les individus et les sociétés.

C'est dans ce contexte intellectuel riche et stimulant que s'inscrit le groupe thématique Innovation. Cette journée de recherche a pour ambition de constituer un espace de dialogue scientifique ouvert et rigoureux, permettant aux chercheurs en management stratégique, en sciences de l'organisation et dans les disciplines connexes d'approfondir collectivement ces réflexions. Elle entend favoriser la confrontation de perspectives théoriques et empiriques variées, mobilisant aussi bien des approches quantitatives que qualitatives, des études de cas longitudinales que des analyses à large échelle, dans un esprit d'ouverture épistémologique en cohérence avec la complexité des phénomènes étudiés. En réunissant des chercheurs aux horizons disciplinaires et méthodologiques divers, ce STAIMS aspire à contribuer au renouvellement des cadres conceptuels disponibles pour appréhender la créativité et l'innovation dans un monde en transformation accélérée, et à nourrir un agenda de recherche ambitieux et collectivement partagé au sein de la communauté AIMS.

Les contributions attendues pourront s'inscrire dans l'un des six axes de réflexion proposés, dont les contours détaillés sont présentés ci-après.

### **Axe 1 : Intelligence artificielle et reconfiguration des processus créatifs**

Dans quelle mesure les outils d'IA générative augmentent-ils, substituent-ils ou transforment-ils la créativité humaine en contexte organisationnel ?

Comment les individus et les équipes articulent-ils leur créativité propre avec les suggestions algorithmiques ? Quels effets sur la motivation intrinsèque et l'engagement créatif ?

Quels nouveaux cadres théoriques permettent de conceptualiser la co-création entre individus (ou groupes) avec ces nouveaux outils ?

Quelles implications pour les processus de sélection et d'évaluation des idées dans les organisations ?

### **Axe 2 : Transformation digitale des organisations et management de l'innovation**

Comment la digitalisation des processus organisationnels affecte-t-elle les capacités d'innovation des firmes ?

Dans quelle mesure la transformation digitale renforce-t-elle ou fragilise-t-elle l'ambidextrie organisationnelle ?

Comment les organisations gèrent-elles les tensions entre standardisation des processus via ces outils digitaux et flexibilité créatrice ?

Quels sont les effets des technologies de gestion des connaissances (système de gestion de connaissance, plateformes collaboratives, outils de veille intelligente) sur les dynamiques d'apprentissage organisationnel et d'innovation ?

### **Axe 3 : Espaces et matérialité de la créativité à l'ère digitale**

Comment les environnements de travail hybrides (présentiel/distanciel) reconfigurent-ils les conditions de la créativité individuelle et collective ?

Quel est le rôle des espaces numériques de collaboration (outils de co-création en ligne, métavers professionnels, digital whiteboards) dans les dynamiques d'idéation ?

### **Axe 4 : Écosystèmes digitaux, plateformes et innovation ouverte**

Comment les plateformes numériques redéfinissent-elles les frontières de l'innovation ouverte et les modalités de collaboration inter-organisationnelle ?

Quels sont les nouveaux modèles de gouvernance de la créativité dans les écosystèmes d'innovation digitale ?

Quels défis posent les questions de propriété intellectuelle, de souveraineté des données et de partage de valeur dans les espaces d'innovation collaborative numérique ?

### **Axe 5 : Individus, compétences et culture de l'innovation à l'ère digitale**

Comment les transformations technologiques reconfigurent-elles les compétences créatives requises des individus et des équipes ?

Comment les organisations développent-elles une culture de l'innovation compatible avec l'intégration croissante de technologies digitales et le travail en mode hybride ?

Quels enjeux éthiques et psychosociaux soulève la co-création humain-IA pour les individus et les collectifs de travail ?

### **Axe 6 : Perspectives critiques et épistémologiques**

Quels biais et angles morts les cadres théoriques dominants présentent-ils pour appréhender l'innovation à l'ère digitale ?

Dans quelle mesure la digitalisation de l'innovation reproduit-elle, amplifie-t-elle ou transforme-t-elle des inégalités préexistantes (entre firmes, territoires, individus) ?

Quelles approches méthodologiques (ethnographie digitale, développement de benchmark et d'analyses mobilisant la créativité computationnelle, méthodes mixtes) sont les plus adaptées pour saisir l'impact et la transformation de ces nouvelles technologies ?

**Comme chaque année, le GT Innovation est aussi ouvert à des sujets de recherche sur le management de la créativité et de l'innovation hors de la thématique principale de la journée d'études.**

## **Modalités de soumission des propositions**

---

Les propositions de communication doivent être soumises à l'adresse mail suivante : [gtnnovation@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:gtnnovation@univ-grenoble-alpes.fr) sous forme de **résumé étendu** (environ 2500 mots, 7 à 10 pages, interligne double, hors bibliographie), comprenant les sections suivantes :

- Le **titre de la communication**
- Les **objectifs de recherche** et la problématique
- La **méthodologie** adoptée
- Les **résultats attendus**
- Les **implications théoriques et managériales**

## Calendrier

---

- **Date limite de soumission des résumés** : 21 juin 2026
- **Retour des avis du comité scientifique** : mi-juillet 2026
- **Soumission finale des communications** : 5 septembre 2026
- **Inscription au colloque** : avant le 8 septembre 2026

Les résumés et les versions finales sont à envoyer par mail à l'adresse suivante : [gtinnovation@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:gtinnovation@univ-grenoble-alpes.fr)

## Comité d'organisation

---

Laboratoire CERAG, équipe ORITA (Organisation et responsabilité par le travail, l'innovation et l'apprentissage)

Guy Parmentier, Raphaël Teixeira, Edith Prat, Marion Joubert, Lou-Anne Delaroque, Laure Dousset

Avec le soutien administratif de Jérôme Barona

## Programme prévisionnel

---

Cet évènement alternera différents formats et plusieurs évènements : conférence inaugurale, tables rondes, discussions de travaux, rencontres avec des acteurs du territoire. Le GT Inno devrait se dérouler du jeudi 9 h au vendredi 15 h.

## Frais d'inscription

---

Les frais d'inscription sont de 110 euros par participant. Ces frais couvrent les déjeuners des 17 et 18 septembre, les pauses café, ainsi que le dîner du 17 septembre. Il faudra être à jour de son adhésion à l'AIMS (<http://www.strategie-aims.com/adherents/adhesion-aims/>)

## Comité scientifique

---

Franck AGGERI - MINES Paris-PSL ; Lise ARENA - Université Côte d'Azur ; Amel ATTOUR - Université Côte d'Azur ; Cécile AYERBE - Université Côte d'Azur ; Alexandre AZOULAY - MINES Paris-PSL ; Jamal Eddine AZZAM - Université de Toulouse ; Pierre BARBAROUX - Ecole de l'Air ; Pierre-Jean BARLATIER - EDHEC ; Matthieu BATTISTELLI - Université Savoie Mont Blanc ; Sihem BENMAHMOUD-JOUINI - HEC Paris ; Guillaume BIOT-PAQUEROT - Burgundy School of Business ; Rachel BOCQUET - Université Savoie-Mont-Blanc ; Manuel BOUTET - Université Côte d'Azur ; Sébastien BRION - Aix Marseille Université ; Thierry BURGER HELMCHEN - Université de Strasbourg, BETA ; Florence CHARUE-DUBOC - Ecole polytechnique ; Vincent CHAUVET - Université de Toulon ; Amélie CLAUZEL - Université Paris-Saclay ; Patrick COHENDET - HEC Montréal ; Pascal CORBEL - Université Paris Saclay ; Rani DANG - Université Côte d'Aur ; Albert DAVID - Université Paris Dauphine ; Sandra DUBOULOZ - Université Savoie Mont Blanc ; Isabelle FERONI - Université Côte d'Azur ; Michel FERRARY - Université de Genève ; Marc FRECHET - Université de Saint-Etienne ; Université de Genève ; Gérald GAGLIO - Université Côte d'Azur ; Romain GANDIA - Université Savoie-Mont-Blanc ; Elodie GARDET - Université Savoie Mont Blanc ; Gilles GAREL - CNAM ; Valentine GEORGET - Université Côte d'Azur ; Johanna HABIB - Aix-Marseille Université ; Caroline HUSSLER - Université de Lyon 3 ; Thierry ISCKIA - IM-TBS ;

Blandine LAPERCHE - Université du Littoral ; Pascal LE MASSON - Ecole des Mines Paris ; Thomas LOILLIER - Université de Caen ; Magali MALHERBE - Université de Caen ; Caroline MATTELIN-PIERRARD – Université Savoie Mont Blanc ; Valérie MERINDOL - Paris School of Business ; Sylvie MICHEL - Université de Bordeaux ; Sophie MIGNON - Université de Montpellier ; Nathalie MITEV - Muenster University ; Liliana MITKOVA - Université Evry Paris Saclay ; Nuria MORATAL – Nantes Université ; Caroline MOTHE – Université Savoie-Mont Blanc ; Nathalie ORIOL - Université Côte d’Azur ; Thomas PARIS – HEC Paris ; Guy PARMENTIER - Université Grenoble-Alpes ; Amandine PASCAL - Aix-Marseille Université ; Mickael PEIRO - Université Paul Sabatier Toulouse III ; Julien PENIN - Université de Strasbourg, BETA ; Bernard QUINIO - Université Paris Nanterre ; Romain RAMPA - École de technologie supérieure (Montréal) ; Thierry RAYNA - Ecole polytechnique ; Caroline RICHE - Université Paris-Saclay ; Emilie RUIZ - Université Savoie Mont-Blanc ; Véronique SCHAEFFER - Université de Strasbourg, BETA ; Eric SCHENK - Université de Strasbourg, BETA ; Fanny SIMON-LEE - Université de Caen ; Bérangère SZOSTAK - Université Versailles Saint-Quentin en Yvelines ; Ludmila STRIUKOVA - Skema BS ; Raphaël SUIRE - Université de Nantes ; Damien TALBOT - Université Clermont Auvergne ; Albéric TELLIER - Université Paris Dauphine; Etienne THENOZ - Université de Nantes ; Catherine THEVENARD-PUTHOD – Université Savoie Mont Blanc ; Jean-Sébastien VAYRE - Université Côte d’Azur ; Iryna VERYZHENKO - CNAM.

## Contact

---

Pour toute question ou information complémentaire, veuillez contacter l’équipe d’organisation à l’adresse suivante : [gtinnovation@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:gtinnovation@univ-grenoble-alpes.fr)

## Références

- Adner R. (2017). « Ecosystem as Structure: An Actionable Construct for Strategy », *Journal of Management*, 43, n° 1, p. 39–58.
- Bircan, T., & Özbilgin, M. F. (2025). Unmasking inequalities of the code: Disentangling the nexus of AI and inequality. *Technological Forecasting and Social Change*, 211, 123925.
- Carichon, F., Rampa, R., & Farnadi, G. (2026). Can LLMs Cook Jamaican Couscous? A Study of Cultural Novelty in Recipe Generation. arXiv preprint arXiv:2602.10964.
- Chesbrough H.W. (2003). « The Era of Open Innovation », *MIT Sloan Management Review*, 44, n° 3, p. 35.
- Diallo M.F. (2023). « Ce que ChatGPT fait à l’enseignement, à la recherche et aux organisations », *Revue française de gestion*, 312, n° 5, p. 9–14.
- Gandia R., Parmentier G. (2020). « Managing Open Innovation through Digital Boundary Control: The Case of Multi-Sided Platforms in the Collaborative Economy », *Journal of Innovation Economics & Management*, 32, n° 2, p. 159–180.
- Jacobides, M. G., Cennamo, C., & Gawer, A. (2018). Towards a theory of ecosystems. *Strategic management journal*, 39(8), 2255-2276.
- Kritzinger, W., Karner, M., Traar, G., Henjes, J., & Sihn, W. (2018). Digital Twin in manufacturing: A categorical literature review and classification. *Ifac-PapersOnline*, 51(11), 1016-1022.
- Leonardi, P. M. (2014). Social media, knowledge sharing, and innovation: Toward a theory of communication visibility. *Information systems research*, 25(4), 796-816.
- Nonaka I., Takeuchi H. (1995). *The knowledge creating company*, Oxford University Press.

- O'Reilly III C.A., Tushman M.L. (2004). « The Ambidextrous Organization », *Harvard Business Review*, 82, n° 4, p. 74.
- Parmentier G., Sheet Z., Jeannot F., Rampa R. (2024). « Development of a multidimensional scale to measure organizational creative capabilities », *Journal of Product Innovation Management*, 26, n° 1, p. 1184-1209.
- Pascal A., Peiro M., BenMahmoud-Jouini S., Wamba S.F. (2026). « L'intelligence artificielle dans les organisations », *Revue française de gestion*, 326, n° 1, p. 13-26.
- Shalley, C. E., & Zhou, J. (2024). Organizational creativity research: A historical overview. In *Handbook of organizational creativity* (pp. 3-32). Psychology Press.
- Schumpeter J. A. (1934). *The theory of economic development*, Harvard University Press, Cambridge.
- Sebastian, I. M., Ross, J. W., Beath, C., Mocker, M., Moloney, K. G., & Fonstad, N. O. (2020). How big old companies navigate digital transformation. In *Strategic information management* (pp. 133-150). Routledge.
- Teece D.J., Pisano G., Shuen A. (1997). « Dynamic capabilities and strategic management », *Strategic Management Journal*, 18, n° 7, p. 509-533.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic management journal*, 28(13), 1319-1350.
- Verganti R., Vendraminelli L., Iansiti M. (2020). « Innovation and Design in the Age of Artificial Intelligence », *Journal of Product Innovation Management*, 37.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press.
- Woodman R.W., Sawyer J.E., Griffin R.W. (1993). « Toward a theory of organizational creativity », *Academy of Management Review*, 18, n° 2, p. 293-321.