



22e Congrès de l'ADERSE

Mercredi 3, Jeudi 4 et Vendredi 5 Juin 2026

Appel à communications

Prendre soin pour transformer : Care management, innovation responsable et nouveaux visages de la RSE

Dans un monde traversé par des crises systémiques (écologiques, sociales, sanitaires), les organisations sont appelées à repenser leurs modèles de gestion et leurs responsabilités. Le concept de care, ou « prendre soin », issu des travaux de Joan Tronto (1993), offre un cadre éthique et relationnel pour interroger les pratiques managériales, les formes d'innovation et les engagements sociétaux des entreprises.

Le care, tel que développé également par Molinier, Laugier et Paperman (2009), permet d'envisager une éthique de l'attention à l'autre, de la vulnérabilité et de la responsabilité partagée. Dans le champ du management, plusieurs travaux récents (Dubost, 2022 ; Arras-Djabi et al., 2022 ; Gil, 2021 ; Gil et Plane, 2025, Makhlof et al., 2025) montrent comment cette approche peut transformer les pratiques organisationnelles.

Parallèlement, l'innovation responsable (Stilgoe et al., 2013 ; Ingham, 2011 ; Lubberink et al., 2017 ; Fustec, 2017) et la RSE (Kramer & Porter, 2011 ; Berger-Douce, 2008 ; Bonneveux & Saulquin, 2009 ; Frej et Bétourné, 2024 ; Baret et Poulain, 2024) constituent des cadres complémentaires pour penser la transformation des entreprises vers plus de durabilité, d'inclusivité et de sens.

Ainsi, prendre soin pour transformer, c'est adopter une posture managériale et stratégique qui conjugue éthique relationnelle, innovation durable et responsabilité collective (Debref et al., 2019).

C'est aussi reconnaître que la transformation des organisations passe par une attention accrue aux liens humains, aux impacts sociétaux et à la co-construction de l'avenir. Le 22e Congrès de l'ADERSE propose d'explorer les articulations entre care management, innovation responsable et RSE, en interrogeant les pratiques, les théories et les méthodologies qui permettent de « prendre soin pour transformer ».

Il s'agit de comprendre comment le « prendre soin » peut devenir un levier de transformation organisationnelle, un moteur d'innovation éthique et un vecteur de sens dans les démarches de responsabilité sociétale.

Ce congrès accueille des contributions théoriques, empiriques ou méthodologiques, portant notamment sur les dynamiques de régulation, de reporting et de financement durable, les innovations comptables, juridiques ou organisationnelles liées à la soutenabilité, l'impact de l'intelligence artificielle sur la responsabilité, les transformations du travail et des attentes sociétales envers les organisations, ainsi que le rôle de l'enseignement supérieur et de la recherche comme vecteur transversal de ces dynamiques.

Tout en s'inspirant des axes structurants de la recherche en RSE, ce congrès entend ouvrir largement la réflexion à toute proposition éclairant les responsabilités nouvelles des organisations dans un monde en transition – que celles-ci soient économiques, sociales, politiques ou environnementales.

Axes thématiques (non exhaustifs)

- Le care comme paradigme managérial : implications pour le leadership, la gouvernance et les relations de travail.
- Innovation responsable et éthique du care : vers des modèles inclusifs, durables et attentifs aux vulnérabilités.
- RSE et care : vers une responsabilité élargie, relationnelle et territorialisée.
- Méthodologies de recherche sensibles au care : approches qualitatives, narratives, participatives.
- Pratiques de care dans les PME, les coopératives, les organisations publiques ou hybrides.

Pour rappel, le congrès ADERSE comprend également plusieurs autres thèmes permanents, à savoir la RSU (Responsabilité Sociale des Universités), Comptabilité et performance globale, Economie Sociale et Solidaire, Tétranormalisation, Engagement responsable et gestion des risques, Intelligence Artificielle et RSE.

Comme tous les ans, l'ADERSE remettra en partenariat avec l'ORSE les prix des meilleures thèses en RSE/RSO. Un appel spécifique sera mis en ligne à ce sujet.

Format des communications

- Projet de communication :

- ✓ Document 1 : indiquer titre/ coordonnées et statuts du ou des auteurs/ résumé de 15 lignes/ 5 mots-clés en français et en anglais
- ✓ Document 2 (anonyme) : mettre en page 1 : titre/ résumé/ mots-clés ; en pages 2 et 3 : problématique/état de l'art synthétique/ méthodologie mobilisée/ contribution à la recherche ; en pages 4 et 5 : plan détaillé/ bibliographie abrégée (20 principales références). Les communications sont acceptées sur la base du projet de communication.

- Version définitive complètement rédigée des communications retenues :

La communication devra être finalisée au format d'un article académique classique, avec revue de la littérature, problématique et questions de recherche, méthodologie, présentation des résultats, discussion, et bibliographie complète. Les éditeurs acceptant des articles de longueur variable et utilisant des formats différents. Les organisateurs de ce Congrès ont pour seule exigence le respect de la feuille de style suivante : format A4 - document doc ou docx (pas de pdf) - marges standard (2,5 cm) - times new roman 12 (texte) ou 14 (titres) - références bibliographiques (idem à l'appel à communication) - numérotation des pages (en bas à droite).

En l'absence de réception d'une communication complète, les auteurs dont le document 2 aura été accepté pourront venir le présenter oralement au congrès sans que leur communication figure dans les actes.

Ensuite, le comité scientifique du congrès sélectionnera les meilleures communications dans l'objectif de les adresser aux revues partenaires de l'ADERSE. Chaque revue suivra son propre processus de sélection.

Chaque auteur est bien sûr libre de soumettre sa communication aux revues proposées par les organisateurs du congrès 2025 :

- ✓ **Management & Sciences Sociales** ([normes de soumission MSS.pdf](#))
- ✓ **Vie et Sciences de l'Entreprise** ([Vie et Sciences de l'Entreprise - Notes aux auteurs](#))
- ✓ **Recherches en Sciences de Gestion** ([Revue Recherches en Sciences de gestion](#))
- ✓ **Recherche et Cas en Sciences de Gestion** ([Instructions aux auteurs | Cairn.info](#))

Calendrier des soumissions

Étapes	Date limite	Avis du comité scientifique
Envoi du projet de communication (documents 1 et 2) - "Early bird"	20 février 2026	
Acceptation de la communication	15 mars 2026	OUI
Envoi de la communication dans son format complet et définitif	15 avril 2026	
Retour aux auteurs après révision de leur communication définitive	30 avril 2026	OUI
Date limite d'inscription	5 Mai 2026	
Participation au 22e Congrès de l'ADERSE	3, 4 et 5 juin 2026	

Perspectives de publication



Recherches en Sciences de Gestion (FNEGE, rang 3)

RECHERCHE ET CAS EN SCIENCES DE GESTION

Recherche et Cas en Sciences de Gestion (FNEGE, rang 4)

Management & Sciences Sociales

Management & Sciences Sociales (FNEGE, rang 4)



Vie & Sciences de l'Entreprise (FNEGE, rang 4)

Informations

Les projets de communication et les articles complets sont à déposer uniquement sur la plateforme du congrès à l'adresse suivante :

<https://aderse2026.sciencesconf.org/>

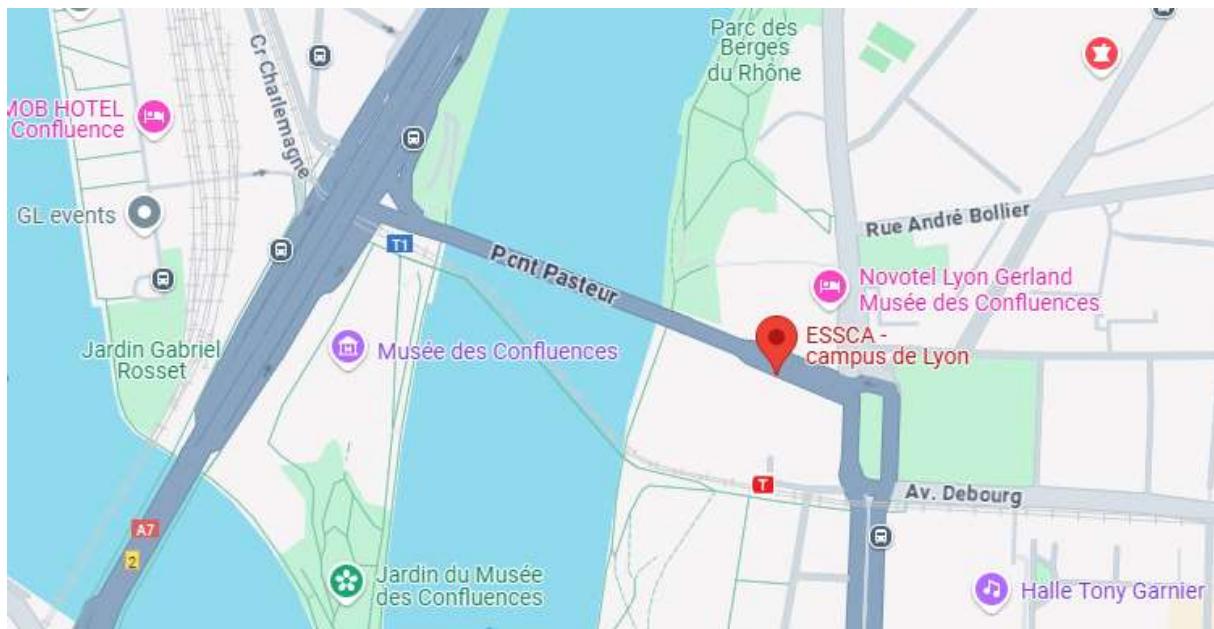
(Ouverture de la plateforme le 6 janvier 2026)

Lieu du congrès

ESSCA – School of Management

4 Pont Pasteur, 69007 Lyon

Tél. 04 78 78 37 18



Comité d'organisation du 22e Congrès de l'ADERSE :

- ✓ Angéline DAVID (Chargée d'animation de la recherche, ESSCA School of Management - Lyon). angeline.david@essca.fr

- ✓ Simon BICHON (Professeur-Chercheur, ESSCA School of Management - Lyon). simon.bichon@essca.fr
- ✓ Stefano VALDEMARIN (Professeur-Chercheur, ESSCA School of Management - Lyon). stefano.valdemarin@essca.fr

Frais d'inscription :

- Enseignant-chercheur non adhérent (350 €)
- Enseignant-chercheur adhérent (315 €)
- Doctorant et post doc non adhérent (200 €)
- Doctorant et post doc adhérent (180 €)
- Tarif professionnel (350 €)
- Tarif distanciel (Universités hors France métropolitaine) (135 €)
- Tarif Gala uniquement accompagnant (90 €)

Références bibliographiques à titre indicatif

Arras-Djabi, M., Brasseur, M., & Maisonnasse, J. (2022). Quand le manager devient attentionné ou le care comme gouvernail managérial. *RIMHE – Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, 46(1).

Baret, P., & Poulain, S. (2024). Contributions d'un modèle de comptabilité élargie à une démarche RSE: Le cas d'une expérimentation CARE analysée au prisme du modèle du Trilemme. *Recherches en Sciences de Gestion*, 163(4), 211–237. <https://doi.org/10.3917/resg.163.0211>

Berger-Douce, S. (2008). Rentabilité et pratiques de RSE en milieu de PME. *Management & Avenir*, 15, 9–29.

Bonneveux, E., & Saulquin, J.-Y. (2009). L'appropriation de la RSE par les dirigeants de PME. *Management & Avenir*, 23, 170–186.

Debref, R., Gallaud, D., Temple, L., & Temri, L. (2019). L'innovation responsable, dimension stratégique des organisations. *Innovations : Revue d'économie et de management de l'innovation*, 59(1), 11–40. <https://doi.org/10.3917/inno.059.0005>

Dubost, N. (2022). Care management. In *Encyclopédie du management public*, Institut de la gestion publique et du développement économique.

Frej, B., & Bétourné, N. (2024). Responsabilité sociétale des entreprises : Stratégie ressources humaines et pratique du bien-être. *Recherches en Sciences de Gestion*, 164(5), 261–291. <https://doi.org/10.3917/resg.164.0261>

Fustec, B. L. (2017). L'innovation sociale au sein d'une entreprise de la silver economy : Au cœur du business model de ReSanté-Vous. *Recherche et Cas en Sciences de Gestion*, 17(1), 43–59. <https://doi.org/10.3917/rccs.017.0043>

Gil, J.-P. (2021). Management innovant : les principes de l'éthique du care appliqués à la gestion d'un établissement médico-social. Une recherche-action en EHPAD. Thèse de doctorat, Université Paul-Valéry Montpellier 3.

Gil, J.-P., & Plane, J.-M. (2025). Contribution à l'analyse critique du management en EHPAD: Vers l'identification de la visibilité du care. *Management & Sciences Sociales*, 40(1), 105–119.

Ingham, M. (2011). Vers l'innovation responsable : pour une vraie responsabilité sociétale. De Boeck.

Kramer, M. R., & Porter, M. E. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.