



## 10<sup>ème</sup> Congrès RIODD

« Opérationnaliser le développement durable: public ou privé ? »

Montréal, 15 - 17 juillet 2015

Centre OSE (Organisations, sociétés et environnement) - CIRODD

École des sciences de la gestion

Université du Québec à Montréal

SESSION SPÉCIALE NO : 03

**TITRE :** *Opérationnaliser le développement durable : quels jeux d'acteurs ? Entre concurrence et coopération autour de la notion de développement durable*

**RESPONSABLES :** Elise Penalva-Icher

## *APPEL A COMMUNICATION*

Le 10<sup>ème</sup> congrès du RIODD a pour thématique l'opérationnalisation du DD. Dans ce cadre, une session ouverte qui traite l'opérationnalisation du DD comme un processus social est organisée. Ici la question n'est pas tant de savoir comment on peut efficacement mettre en œuvre le DD, mais plutôt de comprendre comment les idées autour du DD se retrouvent portées et appliquées. En examinant par exemple, quels sont les jeux d'acteurs qui amènent à appliquer un concept plutôt qu'un autre, à développer un outil/une norme à la place d'un(e) autre ou encore à défendre un projet de loi par le lobbying, etc.

Traiter de l'opérationnalisation du DD comme d'un processus social suppose deux conditions que devront respecter les communications. La première est de déconstruire la phase d'opérationnalisation, c'est-à-dire de ne pas la considérer comme allant de soi, de ne pas partir du principe que l'outil le plus efficace sera adopté, mais bien de la considérer comme un construit social. La seconde est de s'appuyer sur des concepts théoriques, par exemple issus de la sociologie (mais pas exclusivement), afin d'éclairer la manière dont ces outils apparaissent finalement comme légitimes.

Afin de répondre à ces deux exigences, les communications pourront examiner différents points. Dans un premier temps, elles peuvent identifier les différents acteurs publics et privés en place : ceux qui portent les idées, ceux qui les traduisent et diffusent, ceux qui les légitiment et sur quels registres. La question de la communication et de la coordination entre parties-prenantes à travers leurs réseaux est ici déterminante. Une fois ces acteurs identifiés, les questions des outils et ressources qu'ils utilisent sont également intéressantes à développer. Enfin, la question des intérêts des acteurs, des conflits ou des consensus qui peuvent s'établir pour aboutir à l'action collective doit également être examinée, afin de comprendre les jeux de pouvoir autour de l'opérationnalisation.

En termes d'apports théoriques, les communications pourront s'enrichir (de manière non exhaustive et exclusive) des concepts proposés par exemple par la sociologie économique. Ainsi, les concepts d'encastrement ou de marché concret amènent à considérer les marchés du DD, les acteurs qui les animent, leurs interactions et la façon dont les biens y sont produits et échangés. La sociologie du travail et des professions peut également éclairer la manière dont le DD influence la façon dont les acteurs envisagent leur travail. Le DD vient donc redéfinir la santé au travail, enrichir la recherche sur les risques psycho-sociaux et la qualité de vie au travail. Les communications pourront aussi s'appuyer sur d'autres sociologies comme par exemple la sociologie des sciences et la notion d'expertise, la sociologie politique et le rapport des acteurs public et privé au DD, la sociologie de la santé ou encore sur d'autres disciplines.

### Exemples de Références :

- Barraud de Lagerie, P., 2011, L'affaire Spectrum, *Revue française de sociologie*, 52(2), pp 245-275.
- BODIN, Ö., CRONA, B., 2009, « The role of social networks in natural resource governance: What relational patterns make a difference? » *Global environmental change*, vol. 19, no 3, p. 366-374.
- Crane, A. (Ed.), 2008, *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. Oxford Handbooks Online.
- De Nooy, W., 2013, « Communication in natural resource management: agreement between and disagreement within stakeholder groups », *Ecology and Society*, 18(2), 44.
- Leca B., Déjean F., Giamporcaro S., Gond J-P, Penalva-Icher E., 2013, "Mistaking an Emerging Market for a Social Movement? A Comment on Arjaliès' Social-Movement Perspective on Socially Responsible Investment in France", *Journal of Business Ethic*, Volume 112, Issue 2, pp 205-212.
- Mias A., Legrand E., Carricaburu D., Féliu F. et Jamet L., 2013, *Le travail de prévention. Les relations professionnelles face aux risques cancérigènes*, Toulouse, Octarès.
- ROBINS, G., BATES, L., et PATTISON, P., 2011, « Network governance and environmental management: conflict and cooperation », *Public Administration*, vol. 89, no 4, p. 1293-1313.
- Terssac G. (de) et Mignard J., 2011, *Les paradoxes de la sécurité. Le cas d'AZF*, Paris, PUF.

Les projets de communication sont à envoyer à l'adresse suivante :

[elise.penalva@dauphine.fr](mailto:elise.penalva@dauphine.fr)

Les projets doivent respecter le modèle de soumission qui est détaillé à la suite cet appel.

**Submissions in English will be considered as long as their authors provide a French abstract.**

**Las propuestas en español seran evaluadas bajo la condicion que los autores provean un resumen en francés o en ingles.**

### **Calendrier :**

- Appel à communications et réception des propositions : mi-février à fin mars
- Retour aux auteurs : au fur et à mesure jusqu'à la fin avril
- Inscription obligatoire des communicants : mi-mai (pour être inclus dans le programme du congrès)
- Réception des textes définitifs : 1 juin (obligatoire pour tous les communicants aux sessions spéciales)

## Procédure de soumission des projets de communications

**Pour être étudiés, les projets de communications devront être présentés dans un document de 6 pages présentant les exigences suivantes :**

**Première page :** le statut et les coordonnées professionnelles des auteurs

**Deuxième page :** un résumé de 10 lignes maximum et 5 mots clés

**Troisième page :** plan détaillé de la communication finale prévue

**Quatrième et cinquième page :** une synthèse présentant l'intention de communication et permettant de répondre aux questions suivantes : Quelle est la question de départ posée? Quelle idée-force ou quelle thèse est défendue? Quelle problématique est mobilisée (et les éléments théoriques ou conceptuels sur lesquels elle s'appuie)? Quel état de l'art est supposé? Quelle méthodologie est suivie (dans le cas d'une communication s'appuyant sur une enquête)?

**Sixième page :** bibliographie indiquant les quelques références fondamentales qui guideront l'auteur (15 maximum)

Un formulaire type de présentation d'une proposition de communication est disponible à la fin du présent appel.

## Congrès RIODD 10 - Montréal, 15-17 Juillet 2014

« Opérationnaliser le développement durable: public ou privé? »

### Formulaire type de proposition de communication

**(A remplir obligatoirement et complètement pour pouvoir entrer dans le processus de sélection)**

#### **1°) Présentation du (ou des) communicant(s)**

Nom :

Prénom :

Institution (Laboratoire et université) :

Adresse professionnelle :

Membre du RIODD :

Téléphone :

Courriel :

#### **2°) Titre précis de la communication (français et anglais):**

**3°) Résumé en français et en anglais (10 lignes max<sup>1</sup>.) et cinq mots-clés (en français et en anglais)**

---

<sup>1</sup> Police 12 interligne simple

**4°) Plan détaillé de la communication (1 page maximum)**

**5°) Synthèse rédigée en français de la communication présentant précisément (2 à 3 pages):**

- **quelle est la question de départ posée ?**
- **quelle idée-force ou quelle thèse est défendue ?**
- **quelle problématique est mobilisée (et les éléments théoriques ou conceptuels sur lesquels elle s'appuie) ?**
- **quel état de l'art est supposé ?**
- **quelle méthodologie est suivie (dans le cas d'une communication s'appuyant sur une enquête) ?**



**6- Bibliographie (entre 10 et 15 références fondamentales pour la communication)**

Pour toute demande d'information additionnelle, contactez le comité d'organisation à l'adresse courriel suivante:

[elise.penalva@dauphine.fr](mailto:elise.penalva@dauphine.fr)