



Pour son séminaire annuel qui aura lieu le 16 novembre 2022, l'ACCS lance son appel à contributions. Soumission des propositions pour le 15 juin.

Présentation du thème du séminaire annuel ACCS 2022

Le recours à une reconnaissance externe ou à un cadre de référence tiers qui vient renforcer la crédibilité d'une communication officielle est fréquemment utilisé dans une multitude de messages. Cette méthode est mobilisée en effet qu'il s'agisse de messages publicitaires, d'inserts sur des emballages ou d'affirmations énoncées lors de discours officiels ou non mettant en avant un produit, un processus, un concept ou une cause. Dans la plupart des cas, cette approche vise à augmenter l'impact du message et de son émetteur.

L'écoblanchiment ou greenwashing est sans doute l'un des domaines dans lequel le recours à une reconnaissance externe (haute qualité environnementale, conformité aux idées vertes, respect de la cause écologique, processus de production biologique) s'avère actuellement le plus poussé voire le plus sophistiqué. Mais cette stratégie se retrouve dans bien des domaines d'activité, afin de « vanter » les qualités nutritives, l'impact sur la santé, la valeur d'activités professionnelles, la qualité d'un conseil d'investissement, voire même la comparaison entre concurrents. La présence d'un endossement par un signataire « externe », que cette reconnaissance corresponde à un label, une certification ou une norme, vient alors renforcer les messages émis.

Mais, dans certains cas, la reconnaissance qui se veut externe et en fait interne à l'organisation qui communique, ce qui peut poser question en termes de validité et de sincérité. Par ailleurs, il semble même que la différence entre label, norme ou certification ait peu d'importance dans bien des cas, le but étant d'afficher « une valeur ajoutée ». Pourtant, les définitions de ces concepts appliqués sont distinctes*.

*(Inspiré par : <https://certification-ameublement.fcba.fr/actualite/quelles-differences-entre-reglementation-norme-label-et-certification>) La norme est un document de référence approuvé par un institut de normalisation reconnu tel qu'Afnor.

- La norme n'est pas un règlement, elle n'est pas obligatoire. Le fait de l'appliquer témoigne d'un engagement de qualité reconnu. C'est la raison pour laquelle une certification s'appuie sur une liste de normes, soit de moyens (protocole d'essai = manière de tester), soit de résultats (niveau d'exigence).
- La certification est une procédure qui permet de certifier la qualité et la conformité des produits et des services, par un organisme accrédité, reconnu et indépendant. La certification est un acte volontaire. La démarche n'est donc pas obligatoire mais, parce

qu'elle s'accompagne d'un logo, elle offre le plus souvent une meilleure visibilité aux bonnes pratiques, et établit un lien de confiance envers le fournisseur. On distingue notamment des certifications de produits, des certifications de système de gestion, des certifications de services, etc.

- Un label regroupe un ensemble d'exigences auxquelles les produits labellisés doivent répondre. La caution technique est moindre puisqu'un label peut provenir d'un organisme public ou privé. Il convient d'ailleurs de faire attention au sérieux et à la fiabilité de cet organisme et ce à quoi s'engagent vraiment les adhérents. Un label est donc beaucoup moins encadré qu'une certification.

Conséquemment, et du fait de l'usage de plus en plus intense des labels, certifications et normes en communication, plusieurs questions émergent quant à ces phénomènes.

- Signature externe ou signature interne, comment s'y retrouver ?
- Quelle est la valeur extrinsèque et intrinsèque de ces différents types de signatures externes ?
- Légitimité des labels officiels et des labels autoproclamés !
- Quels liens existe-t-il entre notoriété, validation par une reconnaissance externe et gain de réputation ?
- Pourquoi valorise-t-on une reconnaissance externe ?
- Construction de signes de validité et enjeux culturels, perspective historique et culturelle ?
- Comment distinguer une reconnaissance objective, fondée sur des éléments factuels et démontrables d'une reconnaissance subjective, basée sur une valorisation d'idées communes ?
- Comment connaître la valeur d'un organisme de certification ?
- Qui sont les experts derrière ces marques de reconnaissance ?
- Quel processus pour construire un label, une norme etc. ?

Le séminaire annuel de l'ACCS, qui se déroulera le 16 novembre 2022 à Paris, en croisant les points de vue de scientifiques et de praticiens entend examiner ces divers questionnements et discuter de l'importance (ou non) de considérer la reconnaissance externe (voire interne) comme un artefact utile (ou non) à la valorisation des discours des organisationnels ou individuels.

Instructions pour une proposition de communication

L'ACCS lance cet appel à communication afin de recueillir des propositions de présentation (15 mn) ou d'atelier (30 mn) qui permettront de mettre en perspective les différentes questions soulevées plus haut.

Les chercheurs et praticiens intéressés à participer au séminaire annuel sont invités à envoyer à l'ACCS une proposition résumée de 1 500 caractères maximum (espaces compris), un titre (180 caractères maximum, espaces compris) et trois mots clés en format Word.

La mention Présentation (scientifique) ou Atelier (pratique) doit être indiquée et le thème auquel se rattache la soumission.

Les contributions sont attendues au plus tard pour 15 juin 2022. Elles sont à faire parvenir aux adresses suivantes : lehmann.valerie@uqam.ca ; francois.allard-huver@univ-lorraine.fr ; thierry.libaert@uclouvain.be et motulsky.bernard@uqam.ca.

Un retour sera fourni aux contributeurs dans les 4 semaines suivant la soumission.

Une publication sous forme d'actes du séminaire est envisagée pour les communications présentées en novembre 2022.

Comité scientifique du séminaire de l'ACCS 2022

- François Allard-Huver, Maître de Conférences, Université de Lorraine
- Patrice de la Broise, Professeur des universités, Université de Lille, Président de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC)
- Marie-Ève Carignan, Professeure, Université de Sherbrooke
- Valérie Lehmann, Professeure, Uqam, présidente du Comité scientifique de l'ACCS
- Thierry Libaert, Président de l'ACCS
- Bernard Motulsky, Professeur, Uqam
- Stéphanie Yates, Professeure, Uqam