

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2018



SOMMAIRE

DE BOYCOTT À BUYCOTT	3
UNE ANNÉE DE VICTOIRE	5
LES VALEURS DU CHANGEMENT	6
GOVERNANCE ET LABEL ESS ADN	10
L'ACTIVITÉ D'I-BUYCOTT EN 2018 À TRAVERS 3 PILIERS	12
LA SOIRÉE BUYCOTT, 2ÈME ÉDITION	17

1. DE BOYCOTT À BUYCOTT

INTRODUCTION

I-buycott est une **association d'intérêt général de loi 1901 à but non lucratif**. Créée en **novembre 2015**, elle est portée par une équipe de bénévoles enthousiastes dont l'ambition est de démocratiser la consommation responsable.

Animés par de fortes valeurs éthiques, aimant profondément notre planète et les êtres vivants qui la peuplent, nous sommes désireux de voir notre économie évoluer dans un sens éthique et durable où le consommateur possède **un vrai pouvoir décisionnel**. Pour cela, nous mettons à disposition des outils permettant aux citoyens et consommateurs de devenir des acteurs décisionnaires au sein de l'économie. Nous permettons également aux entreprises de s'exprimer et d'évoluer vers des pratiques plus éthiques dans un cadre bienveillant.



1. DE BOYCOTT À BUYCOTT

UN NOUVEAU NOM

L'année 2018 a commencé avec un changement de nom : auparavant « **i-boycott** », l'association s'appelle désormais officiellement « **i-buycott** ».

La plateforme i-boycott.org reste **le cœur de l'association**. Cependant, comme nos activités se sont diversifiées (formations, serious game, application BuyOrNot sur smartphone, programme Coethic, etc.), nous avons pensé que le terme plus générique et rassembleur d'**i-buycott** permettrait plus facilement de recouvrir toutes ces différentes facettes, dont fait partie la plateforme i-boycott.org.



2. UNE ANNÉE DE VICTOIRE

2018 est une année marquée par des victoires. Nos actions, portées par les consommateurs sur la plateforme i-boycott.org ont touché au but à trois reprises cette année :

22 JANVIER

I-boycott a travaillé avec les salariés de **Philips**, le géant mondial de l'éclairage, pour donner suite à l'annonce de fermeture des deux derniers sites de production en France. Leur combat visait à partir dignement, tant en termes financiers, en gardant le niveau d'indemnités de leurs collègues partis jusqu'en 2016, qu'en termes de mesures de reclassement, pour que tous puissent se reconstruire.

Non seulement ces salariés ont obtenu gain de cause, mais la campagne de boycott que nous avons menée à leurs côtés a été une aide précieuse dans l'aboutissement de leurs revendications, en témoigne cet ex-salarié de Philips :

« La campagne de boycott a marqué le début d'un combat et s'est avérée être l'une des plus puissantes armes parmi toutes celles que nous avons mises en place par la suite » (témoignage en ligne sur la campagne de boycott).

29 MARS

Une des campagnes les plus marquantes de l'année a été celle lancée par une citoyenne, Morgane C., **dénonçant les conditions d'élevage des poules par les fournisseurs d'œufs du groupe Panzani et sa marque Lustucru**. La campagne a été soutenue par l'association **L214**.

Après plus d'un an de campagne et d'échange entre l'entreprise et les consommateurs, les boycottants ont levé leur campagne à la suite d'un engagement fort du groupe Panzani en faveur d'un programme responsable sur le soutien de l'élevage en plein air des poules. Le groupe s'est en effet engagé à se fournir à 100% en œufs provenant d'élevages hors-cage à l'horizon 2025.

22 MAI

La campagne de boycott lancée à l'égard du zoo de Fréjus par l'association **Sans Voix Paca** a entraîné une **nette amélioration des conditions de vie des animaux du zoo**, ainsi qu'un engagement de totale transparence dans le travail de leurs soigneurs.

Nous sommes fiers de cette victoire.

3. LES VALEURS DU CHANGEMENT

Notre ambition est de donner un pouvoir décisionnel au consommateur, pour faire évoluer l'économie vers une voie plus éthique et durable, tenant compte des enjeux sociétaux du XXIème siècle. Cette ambition ne peut être atteinte qu'en commençant par nous-mêmes, et en s'appliquant à respecter ces 8 valeurs clefs du changement qui constituent notre éthique :

OUVERT ET PARTICIPATIF

I-bycott est une plateforme citoyenne collaborative ouverte à tous, citoyens, citoyennes et associations. Nous offrons la possibilité à chacun d'alerter l'opinion publique sur différentes problématiques d'ordre social, économique, environnemental ou institutionnel. L'objectif est de diffuser ces problématiques au plus grand nombre afin d'apporter un changement vers une société plus juste, plus humaine et plus respectueuse des droits fondamentaux individuels et collectifs.

LA NON-VIOLENCE ET LA BIENVEILLANCE

Apporter le changement par une consommation citoyenne responsable est une solution pacifique et noble. Devenons une force bienveillante qui apporte un changement durable dans un cadre sécurisé et constructif. Nous prônons un boycott responsable, fondé et intelligent.





LE DIALOGUE ET LA DEMOCRATIE DIRECTE

I-boycott.org est une plateforme de dialogue constructif. L'échange est une de nos priorités pour apporter un changement dans un cadre positif. L'entreprise a un droit de réponse pour convaincre les boycottant·e·s de manière individuelle. Le pouvoir de décision est décentralisé. Dans un cadre démocratique, chaque citoyen vote de manière individuelle la levée du boycott en portant une attention particulière aux efforts entrepris par l'entreprise.

NEUTRALITE ET INDEPENDANCE

Nous agissons en toute indépendance politique, philosophique et religieuse. I-boycott est un outil au service des citoyens et associations. Nous portons une attention particulière à la bonne foi de la campagne et au respect de l'entreprise ciblée. Notre plateforme se veut un espace de dialogue entre les consom'acteurs et l'entreprise.

3. LES VALEURS DU CHANGEMENT

AUTONOMIE ET RESPONSABILISATION

Nos actions visent l'autonomie et la responsabilisation de tous les acteurs. Elles participent à une éducation au développement durable et à la consommation citoyenne.

DEVELOPPEMENT DURABLE

I-buycott privilégie un système socio-économique respectueux de l'Être Humain et de la Nature, pour les générations présentes et à venir. Notre association est hébergée à Hévéa dans un centre ETIC qui priorise un espace de travail alliant éthique et durabilité.





CONFIDENTIALITE

Nous nous engageons à n'utiliser par aucun moyen les données des inscrits et partenaires à titre commercial ou publicitaire.

TRANSPARENCE ET DON

Nous nous engageons à communiquer une information globale, claire et cohérente sur l'ensemble de nos activités. Nous sommes intégralement financés par les dons des particuliers et organismes.

4. GOUVERNANCE ET LABEL ESS ADN

GOUVERNANCE

Sur l'ensemble de l'année 2018, I-boycott s'est fortement développée.

Désormais composée de 13 antennes en France et à l'international, l'association compte maintenant 2 salariés, 12 services civiques et près de 150 bénévoles que nous souhaitons remercier du fond du cœur, car ce sont eux qui nous ont permis d'accomplir autant.



4. GOUVERNANCE ET LABEL ESS ADN

LABEL ESS ADN

En décembre 2018, I-buycott a été récompensée par le Label ESS ADN, mention « structure à fort impact social ».

Ce Label citoyen et indépendant est le premier à identifier les structures à fort impact social. Son ambition est de faire rempart au « social washing », en proposant un référentiel exigeant. Pour l'obtenir, il faut non seulement avoir les statuts de l'ESS mais également répondre à des critères rigoureux en matière d'écologie, d'écart de salaire, d'ancrage local ou encore de gouvernance démocratique.

I-buycott est l'une des premières associations à avoir rejoint cette communauté de structures qui militent pour une économie durable et inclusive.



5. L'ACTIVITÉ D'I-BUYCOTT EN 2018 À TRAVERS 3 PILIERS

PREMIER PILIER : LE BOYCOTT

La première activité d'i-boycott est de promouvoir le boycott comme refus de consommer les produits d'entreprises ayant des pratiques considérées comme non-éthiques.

Ce n'est que par ce choix à la frontière de l'individuel et du collectif, que nous pouvons prétendre interpeler les entreprises et faire changer leurs pratiques. Le boycott a en effet une double force : il permet à la fois directement de ne plus financer les activités qui paraissent destructrices de l'environnement et opposées au changement sociétal à venir, et à la fois de faire pression de manière indirecte sur l'image de marque des entreprises et leur stratégie RSE.



L'outil principal de l'association est la plateforme collaborative i-boycott.org, lancée en 2016. Cet outil offre aux citoyens la possibilité d'exprimer leurs revendications aux acteurs économiques via des campagnes de boycott. Oasis, Philips, JouéClub... Plusieurs grands groupes ont fait évoluer leurs pratiques grâce à la mobilisation des boycottants ! Cette année 2018, 181 708 inscrits ont été totalisés sur la plateforme, et 15 nouvelles campagnes de boycott ont vu le jour sur un total de 36 campagnes en cours et 6 victoires, pour 1207 alternatives de consommation proposées.

181 708
INSCRIT.E.S

1 207
ALTERNATIVES
PROPOSÉES

1 015
ADHÉRENT.E.S

36
CAMPAGNES

6
VICTOIRES

Decathlon
Souffrance animale

Ferrero
Huile de palme

Nutella
Huile de palme

Jambon de Parme
Souffrance animale

Nigloland
Souffrance animale

Hermès
Souffrance animale

Heineken
Droits de l'Homme
Justice

Carrefour Spectacles
Souffrance animale

Epson
Obsolescence programmée

Total
Huile de palme
Environnement

McDonald's
Déchets

Club Med
Environnement
Travail

Nestlé Waters
Droits de l'Homme
Environnement

Amazon
Fiscalité
Droit du travail

En 2018

15

nouvelles campagnes de boycott

3

victoires

**ZOO
DE
FREJUS**

PHILIPS

**PANZANI
LUSTUCRU**

LA COMMUNAUTÉ



181 708



125 000+



4 350



2 850



815



215



35

et... 150 bénévoles ❤️

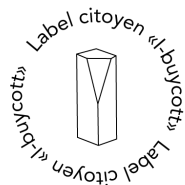
5. L'ACTIVITÉ D'I-BUYCOTT EN 2018 À TRAVERS 3 PILIERS

DEUXIEME PILIER : LE BUYCOTT

Si la pratique du boycott permet d'un côté de dénoncer de mauvaises pratiques, le changement ne peut survenir que s'il existe de l'autre côté de réelles alternatives aux produits boycottés.

La volonté de promouvoir ces alternatives anime l'association, et elle l'a traduit par la création du Label Buycott, une initiative unique en France pour promouvoir et récompenser les acteurs de l'économie sociale et solidaire. C'est un label 100% citoyen. Il est décerné aux structures alternatives ayant été les plus plébiscitées sur la plateforme collaborative i-boycott.org par les consommateurs.

Le Label Buycott décerné aux entreprises plébiscitées comme alternatives éthiques :



LA SOIRÉE BUYCOTT, 2ÈME ÉDITION



La seconde édition de la Soirée Buycott a eu lieu le jeudi 17 janvier 2019 au Palais Hirsch, Université Lumière Lyon 2 à Lyon.

13 entreprises ont reçu le Label Buycott, et plus de 300 personnes étaient présentes lors de la cérémonie.



ÉDITION 2018

À la différence de l'an passé, le grand public pouvait également venir rencontrer les labellisés 2018 en amont au sein du carré V.I.P (Vivants, Inspirants et Positifs) de 16h à 18h, pour échanger de manière plus personnelle avec les intervenants autour de leur activité. Il y avait également d'autres structures présentes sur le carré dont nos labellisés 2017 (La Nef, Artisans du Monde, Envie, Slow cosmétique), les associations La Gonette, The Greener Good, Anciela et Label ESS ADN.

L'association a également profité de l'événement pour lancer un programme de cogitation collective entreprise/consommateurs Coethic : le premier atelier a eu lieu ce jeudi 17/01 avec l'entreprise Alter Eco du groupe Bjorg et 10 consommateurs.



LES LABELLISÉS



NOS PARTENAIRES

GRAND LYON
la métropole

— université
— LUMIÈRE
— LYON 2

 **cress**
Chambre Régionale
de l'Économie Sociale
et Solidaire
Auvergne-Rhône-Alpes

 **agixis**
| ALL CONNECTED

5. L'ACTIVITÉ D'I-BUYCOTT EN 2018 À TRAVERS 3 PILIERS

TROISIEME PILIER : L'EVEIL

Ce n'est qu'en sensibilisant les consommateurs autour des pratiques du boycott et du buycott que ces dernières peuvent avoir un réel impact.

C'est pourquoi nous nous sommes investis particulièrement autour de la formation et de la sensibilisation à travers plusieurs projets cette année : Les consom'actions, les Ap'héros, les formations civiques et citoyennes, notre serious game EthicOrNot, et enfin l'application BuyOrNot.

LES CONSOM' ACTIONS

« Nos antennes investissent les places publiques »

Chaque mois nos antennes, en chœur avec les acteurs du web de l'Alliance, se sont mobilisées sur le terrain et les réseaux sociaux pour sensibiliser les citoyens à la consommation responsable.

Stands animés, micros-trottoirs ou ateliers, les antennes locales ont investi l'espace public pour une société plus éthique.

Les acteurs du web, pour leur part, se sont réunis autour de l'Alliance Social Heroes, un contre-pouvoir médiatique sur les réseaux sociaux. Youtubeurs, webmédias ou humoristes ont relayé ensemble les campagnes du mois pour leur donner une visibilité sur la toile.

L'idée est d'inviter les entreprises à être à l'écoute des consommateurs afin de faire évoluer leurs pratiques vers plus d'éthique.

Cette année, nous avons réalisé 12 consom'actions, et sensibilisé plus de 1000 personnes sur ces problématiques.

LES AP'HÉROS

La rencontre des héros du quotidien

L'objectif était de réunir les citoyens qui se posent des questions sur leur impact en tant que consommateurs, lassés par les scandales à répétition et qui se sentent concernés, sans pour autant savoir comment agir.

Pour nous, un héros du quotidien sommeille en chacun de nous.

Nous avons invité les consommateurs à découvrir un moyen de contribuer au changement à leur échelle : leur consommation. Autour de différents ateliers et discussions, nous avons échangé, imaginé et débattu sur la façon de pratiquer le boycott responsable et le boycott.

2018 nous aura permis d'organiser 8 rencontres comme celles-ci et d'agrandir ainsi notre communauté de héros et héroïnes.

LES FORMATIONS CIVIQUES ET CITOYENNES

I-boycott souhaite changer le monde.

Par la consommation responsable, il est possible de faire évoluer les pratiques des grands acteurs économiques et les amener à construire, avec les citoyens, un monde plus juste et plus éthique.

Le service civique, c'est une opportunité offerte aux jeunes de moins de 26 ans de s'engager auprès de structures œuvrant pour l'intérêt général.

Pour I-boycott, il est essentiel de partager nos valeurs avec les plus jeunes et de leur donner la chance de pouvoir exprimer leur créativité dans un cadre ouvert et formateur.

Faire son service civique, c'est prendre part aux changements qui s'imposent dans notre société.

I-boycott, en plein développement, s'est engagée à accompagner les volontaires dans une réflexion sur leur place dans la société et les moyens d'action qui leur sont proposés.

Ce sont 22 Formations Civiques et Citoyennes que nous avons animé cette année, soit 165 jeunes formés.

buyOrNot

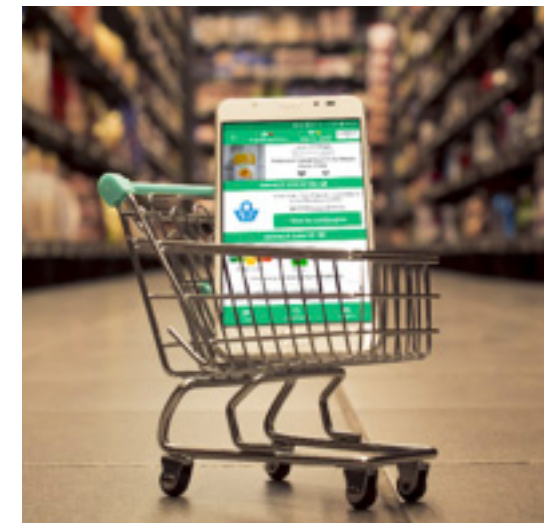
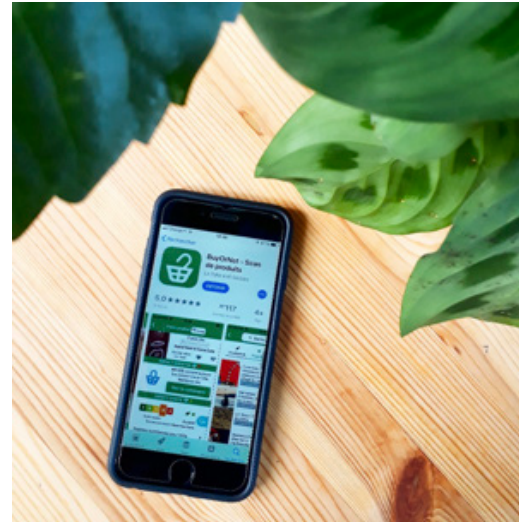
L'appli qui décrypte les étiquettes pour faire les bons choix.

Sortie le 22 septembre 2018, BuyOrNot est une application indépendante créée à l'aide de la base de données gratuite Open Food Facts et des campagnes de la plate-forme i-boycott.org. Nous souhaitons simplement informer les consommateurs de manière transparente et la plus exhaustive possible, loin de tous les lobbies alimentaires et autres pressions.

BuyOrNot permet aux consommateurs de choisir les bons produits pour leur santé et pour la planète.

Certaines entreprises ont des pratiques managériales douteuses, maintes fois dénoncées et décriées, ou ont recours à des chaînes de production à l'autre bout de la planète, qui parfois ne respectent pas les droits humains les plus stricts, qu'il s'agisse de droit du travail, de droit des femmes ou des enfants. Elles déversent des polluants chimiques dans des cours d'eau ou dans la nature, élèvent des animaux dans des conditions déplorables, etc.

Avec BuyOrNot, les consommateurs ont accès en toute transparence et indépendance à la composition du produit et surtout à sa face cachée : celle qui ne sera pas mise en avant sur le packaging, c'est-à-dire le processus et les conditions de fabrication.



LE SERIOUS GAME EthicOrNot

« Prenez le rôle d'un simple consommateur, un élu ou même un chef d'entreprise afin de vivre leur expérience ! Comprendre le mécanisme de notre société de consommation et les contraintes de chaque acteur. Garderez-vous une ligne de conduite responsable et éthique ou serez-vous prêt à tout pour être en tête de course ? »

Notre Serious Game a été l'un des plus gros projets de l'année 2018, un jeu de société conçu en collaboration avec plusieurs experts, bénévoles et une bonne dizaine de séances de prototypage pour arriver au résultat souhaité. L'objectif de ce jeu destiné aux écoles de l'enseignement supérieur est de faire comprendre à ses participants les enjeux d'une consommation socialement responsable, mais aussi l'implication, les contraintes et les décisions relatives à chaque acteur de la société.

505 étudiants ont participé à notre Serious Game EthicOrNot sur l'ensemble de l'année 2018.



SERIOUS GAME

soutenu par

GRAND LYON
la métropole

MÉCÉNAT
Mutualia
TERRITOIRES SOLIDAIRES

Avec

Unil
UNIL | Université de Lausanne

Univ **Cité**

ESCPAU
BUSINESS SCHOOL
FOR TOMORROWERS®

ÉCOLE SUPÉRIEURE
POST BAC → BAC + 5
SUP ÉCOLIDAIRE
ÉCOLOGIE · SOLIDARITÉ · CITOYENNETÉ

Ecole Santé
Social Sud-Est
ESSE

ISEAM
MANAGEMENT SCHOOL

***Animafac**
Le réseau des associations étudiantes

**OSONS
ICI • ET
MAINTENANT**

early
makers | em
lyon
business
school

étudiants sensibilisés
505

3A
AFRIQUE
AMÉRIQUES - ASIE

ÉCOLE
SUPÉRIEURE
DE COMMERCE
ET DÉVELOPPEMENT

95 000
TÉLÉCHARGEMENTS

505
ÉTUDIANT.E.S
SENSIBILISÉ.E.S

136
ÉVÉNEMENTS

13
ANTENNES
(EN FRANCE ET À
L'INTERNATIONAL)

12
CONSOM' ACTIONS

...2018

fut riche de grands moments,
et le meilleur reste à venir en

2019...