

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019



SOMMAIRE

UNE ANNÉE DE VICTOIRES	3
LES VALEURS DU CHANGEMENT	4
L'ACTIVITÉ D'I-BUYCOTT EN 2019 À TRAVERS 3 PILIERS	13
LA SOIRÉE BUYCOTT, 3ÈME ÉDITION	15

1. UNE ANNÉE DE VICTOIRES

Nos actions ont été récompensées à deux reprises cette année.

Les campagnes suivantes ont pris fin en 2019 :

28 MAI

Le 28 mai, la campagne contre l'exploitation des ours et des animaux sauvages au sein du parc **Nigloland**, (Dolancourt, Aube) a été couronnée de succès. Le «Oui» l'emporte à 94% ! En effet, **Nigloland a annoncé avoir mis fin à la représentation de spectacles animaliers au sein de son établissement.** Plus aucun animal ne sera mis en scène dans les animations du parc.

L'association **AVES France**, porteuse de la campagne, s'est exprimée ainsi :

« La direction du parc Nigloland nous a ignoré pendant des années, mais notre mobilisation a fini par payer. Au nom de l'association AVES France, je tiens à vous remercier pour votre soutien. Cette victoire est un premier pas ».

Nous sommes particulièrement fiers

de cette réussite, obtenue grâce à une mobilisation conjointe entre la campagne de boycott, une pétition signée par plus de 75 000 personnes ainsi que les actions mises en place par AVES France - que nous remercions très chaleureusement.

19 JUIN

La campagne contre les forages pétroliers offshore réalisés par l'entreprise **Total** au large de la Guyane s'est terminée le 19 juin. En effet, en février 2019, **Total avait annoncé renoncer à ses opérations de forage exploratoires dans la zone.** Nous avons donc obtenu satisfaction sur cette campagne. I-buycott a tenu à remercier sincèrement l'association de protection marine et de défense des océans **ZEA**, qui est à l'origine de la campagne et a su la porter jusqu'au bout.

Forts de cette victoire, nous avons invité les boycottants à rejoindre massivement la seconde campagne contre Total, pour faire cesser l'utilisation d'huile de palme dans le biocarburant.

Le combat continue !

2. 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.

2. 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.

3. L'ACTIVITÉ D'I-BUYCOTT EN 2019 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, Nigoland, Total... Plusieurs grands groupes ont fait évoluer leurs pratiques grâce à la mobilisation des boycottants !

Cette année 2019, 211486 inscrit.e.s ont été totalisés sur la plateforme, et 7 nouvelles campagnes de boycott ont vu le jour - sans compter les dizaines de campagnes qui n'ont pas passé l'incubation - sur un total de 45 campagnes en cours et 8 victoires au total, pour 963 alternatives de consommation proposées.

211 486
INSCRIT.E.S

963
**ALTERNATIVES
PROPOSÉES**

45
CAMPAGNES

21
INFLUENCEURS

8
VICTOIRES



En 2019

7

nouvelles campagnes de boycott

2

victoires



#OnAttaqueAmazonEnJustice

#On Attaque Amazon En Justice

Je participe avec 5€
vpourverdict.com



Fin 2019, I-boycott a décidé de monter d'un cran dans sa campagne de boycott contre Amazon et d'entreprendre une action collective en justice contre la multinationale.

En effet, restée sans réponse depuis plus d'un an, la campagne de boycott à l'encontre d'Amazon créée le 31 mai 2018 sur la plateforme réunit désormais plus 7420 personnes en attente d'un retour de l'entreprise.

Les revendications de la campagne concernent entre autres le recours à l'évasion et l'optimisation fiscale, ainsi qu'un manque de transparence financière, un non-respect des consignes de sécurité et des pratiques managériales douteuses, rapportées dans de nombreux témoignages.

En s'appuyant sur l'article 1240 du code civil ainsi que sur les principes de l'OCDE à l'encontre des multinationales, I-boycott, soutenu par le cabinet d'avocats V pour Verdict, a ainsi entamé une démarche judiciaire pour mettre fin à l'impunité fiscale de l'entreprise.

Cette action est totalement inédite, sans précédent en France : l'objectif est de faire reconnaître au juge la création d'un nouveau type de préjudice, le préjudice de solidarité,

qui n'existe pas encore dans le droit français.

Si ce préjudice est créé, il s'agira de venir sanctionner une faute morale de la part d'Amazon, qui crée un sentiment d'injustice et d'inégalité des citoyens devant l'impôt.

L'objectif de cette action collective était de réunir a minima 300 personnes, mais c'est finalement 2091 personnes qui se jointes à la procédure en moins d'1 mois.



L'engouement pour cette action démontre, il nous semble, une préoccupation grandissante de la part de nos concitoyens pour ces questions d'évasion et d'optimisation fiscale.

Enfin, si cette action est victorieuse, les participants recevront chacun 200€ de dommages et intérêts de la part d'Amazon, en compensation de ce que l'évasion fiscale coûte chaque année par contribuable français.

Cette action a été une belle façon pour I-boycott de conclure 2019 et de se lancer dans une année 2020 pleine de promesses !

LA COMMUNAUTÉ



211 486



130 000



4 570



6 370



1 300



638



35

et... 150 bénévoles ❤️

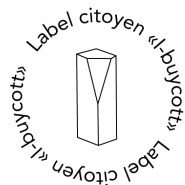
3. L'ACTIVITÉ D'I-BUYCOTT EN 2019 À TRAVERS 3 PILIERS

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 :



Le Programme Coethic :



Le programme Coethic, lancé en janvier 2019, est pensé et construit autour de rencontres entre des responsables d'entreprise et des consom'acteurs, afin de réfléchir à des pistes de solutions inclusives adaptées aux problématiques rencontrées par les entreprises et qui touchent à l'intérêt général.

Les entreprises participant à Coethic s'engagent à traduire leur volonté militante et engagée de faire preuve de transparence et d'efforts pour recueillir cet aperçu des valeurs des citoyens sans intermédiaires et se l'approprier dans leur démarche d'évolution interne. Les consom'acteurs, pour leur part, participent afin de comprendre les réelles contraintes et opportunités des entreprises sur le terrain, et voir leur convictions militantes prises en compte par des parties prenantes avec qui il est difficile habituellement d'échanger directement.

Ainsi, le programme Coethic permet aux entreprises d'élaborer les valeurs et les actions fondamentales demain. En outre, Coethic favorise le dialogue et l'apprentissage mutuel entre des acteurs souvent peu en contact au quotidien, mais pouvant agir de façon complémentaire. Enfin, tout en encourageant la pluralité des opinions chez ses participants au sein d'un processus inclusif, Coethic propose des pistes de solutions viables, engagées, en dehors des sentiers battus. Le programme comprend également un partenariat d'un an à la suite des ateliers qui se traduit par des rapports d'activités et des rencontres ultérieures, dans le but de maintenir un suivi des résultats et une connexion durable entre entreprises et citoyens.

Cinq entreprises et plus de soixante citoyens ont fait confiance à I-Buycott et au programme Coethic depuis son lancement, dans des rencontres à l'ordre d'un esprit d'ambition et de collaboration.



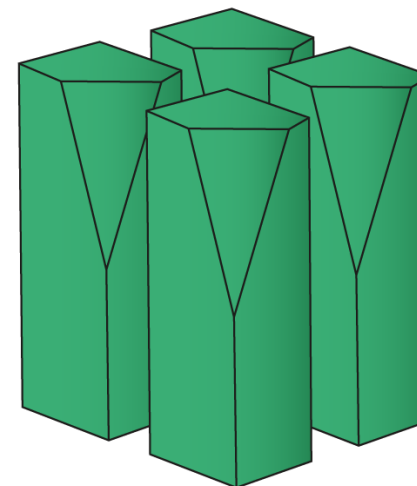
La Soirée Buycott, 3ème édition

Pour la troisième année consécutive, l'association i-buycott a invité le public à assister à sa Soirée de remise du label Buycott, qui a eu lieu le mercredi 19 février 2020 au Palais Hirsch, Université Lumière Lyon 2.

La troisième édition de la Soirée Buycott a été un succès: 220 personnes étaient présentes ce soir là, ainsi que 9 associations qui ont pu venir parler de leurs actions au public, 6 partenaires qui ont rendu cet événement possible, et enfin 9 entreprises dont 7 qui ont été labellisées au cours de la soirée. Deux entreprises sont également venues partager leur retour d'expérience suite à leur participation au programme d'accompagnement Coethic, mis en place par l'association lors de la précédente édition.



3ème Cérémonie du Label Buycott



Les consomm'acteurs labellisent les entreprises qui s'engagent pour un monde responsable

**Palais
Hirsch**

18 Quai
Claude Bernard,
Univ. Lumière
- Lyon 2

**19.02
2020**

Entrée gratuite
Places limitées

**17h30
21h**

avec Karim Duval,
humoriste
et Gyslain N.,
slammeur

Contrairement aux années précédentes, l'édition 2019 a été marquée par la création d'un nouveau type de label, le label « Coup de cœur de l'association », totalement distinct du label Buycott et qui vient au contraire compléter et étendre son action.

En effet, là où le label Buycott récompense les entreprises les plus plébiscitées par les consommateurs en tant qu'alternatives sur les campagnes du boycott de la plateforme i-boycott.org, le label « Coup de cœur de l'association » permet de mettre en lumière des initiatives écologiques et sociales pertinentes, mais sans que celles-ci ne soient directement liées à une campagne de boycott en cours ou à une entreprise néfaste à concurrencer.



Les alternatives récompensées du label «Coup de cœur» sont élues par les membres et bénévoles de l'association dans un premier temps. Dans un second temps, il est envisagé pour le futur d'inclure également l'ensemble de la communauté dans ce choix.

Ce nouveau label marque un tournant pour la Soirée Buycott : le but n'étant plus seulement de promouvoir des alternatives « contre » un modèle existant, même si cela reste le cas, mais aussi de faire de cette soirée un lieu de propositions, d'émulations, où chaque projet apportant une plus-value sociale et/ou écologique peut y trouver une tribune pour se faire connaître.

7 entreprises ont été récompensées ce soir-là, dont 5 du label Buycott, et 2 du label « Coup de cœur ».

LES LABELLISÉS



FAIRPHONE

« COUP DE ♥ »



WEDRESSFAIR

ENTREPRISES COETHIC



NOS PARTENAIRES



3. L'ACTIVITÉ D'I-BUYCOTT EN 2019 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.

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.

2019 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

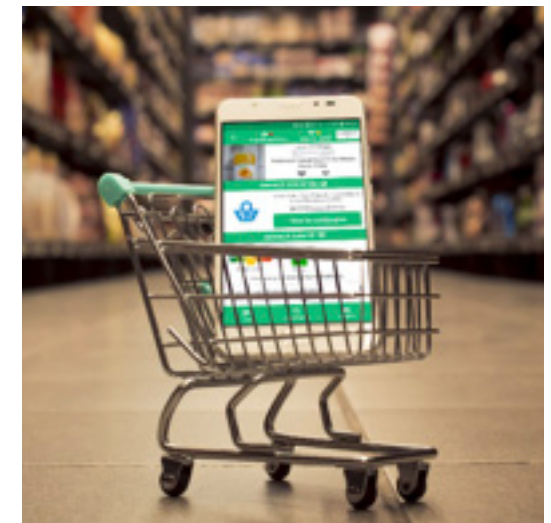
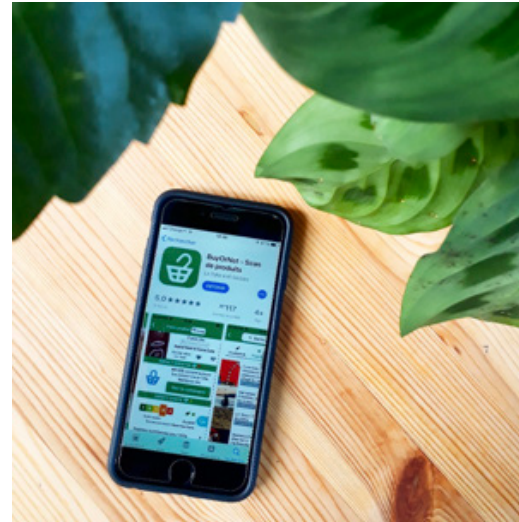
L'appli qui décrypte les étiquettes pour faire les bons choix.

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.

607 étudiants ont participé à notre Serious Game EthicOrNot sur l'ensemble de l'année 2019.



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

190 000

**TÉLÉCHARGEMENTS
SUR ANDROID**

24 000

**TÉLÉCHARGEMENTS
SUR IOS**

607

**ÉTUDIANT.E.S
SENSIBILISÉ.E.S**

129

ÉVÉNEMENTS

13

**ANTENNES
(EN FRANCE ET À
L'INTERNATIONAL)**

...2019

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

2020...