

A man wearing a green long-sleeved shirt and a patterned headscarf is holding a blue pipe. The background is a dark, textured surface.

achACT

actions
consommateurs
travailleurs

Rapport d'Activités 2011



Avec le soutien de :



Editeur responsable :

Carole Crabbé
Place de l'Université, 16
1348 Louvain-la-Neuve

Brochure réalisée par l'équipe d'achACT



Rapport d'activités 2011



Sommaire

03

Edito : Les temps forts 2011

07

2011 en action

Les grandes campagnes/actions

Les actions urgentes

Les thématiques

Les perspectives 2012

20

Web & Communication

Un nouveau nom

Le site internet

Newsletter et Réseaux sociaux

27

En scène

Les organisations membres

L'équipe de coordination

Les instances

32

En coulisse

Les sources de financement

33

En réseau

En Belgique

Dans le monde

35

Annexe

Réalisations et engagement des
organisations membres

2011



Une mode qui tue !

Tout un symbole ! Pour quelques centimes de plus en poche, de grandes marques comme de plus petites enseignes de mode ont recours à une pratique qui tue ceux et celles qui projettent du sable à haute pression sur des jeans trop neufs !

Au-delà du symbole, ce sont des morts par dizaines en Turquie, par centaines voire par milliers au Bangladesh ou en Chine. Mais leur identification reste extrêmement difficile. En Turquie, les travailleurs majoritairement migrants rendus improductifs par la maladie, retournent dans leur village. Employés de manière informelle, aucun n'ose porter plainte contre son employeur. Au Bangladesh, la médecine du travail est sous-équipée, la détection de la silicose chez les travailleurs de l'habillement n'est pas une priorité. Ils sont pourtant nombreux à être atteints de tuberculose aux symptômes similaires. En Chine la recherche n'en est qu'à ses balbutiements.

L'éclat de l'action « Scène de crime » menée à Namur a rendu cette image scandaleuse d'une mode qui tue. Au-delà de l'évènement, la pression exercée sur les entreprises a commencé à porter ses fruits : 42 entreprises s'engagent à abolir le sablage de leurs filières d'approvisionnement. D'autres, en particulier des marques de luxe et des discounters restent à la traîne.

De l'action !

C'est en pointant cette nécessité d'agir que la Campagne Vêtements Propres est devenue le 20 Septembre 2011 achACT – Actions Consommateurs Travailleurs. Au programme, action individuelle et collective en lien avec et en soutien de la mobilisation des travailleuses et des travailleurs de l'industrie du vêtement, de l'électronique, du jouet et des équipements de sport. achACT et ses organisations membres montrent que des actions de solidarité exigeantes, ancrées dans un réseau international, et pourvues d'une vision stratégique claire et de longue haleine peuvent porter des fruits.

2011 a vu croître un mouvement fort, coordonné, à l'échelle asiatique pour un salaire vital. Un salaire qui devrait permettre à la travailleuse ou au travailleur de couvrir les besoins fondamentaux de sa famille et d'exister socialement, sans devoir recourir à des heures supplémentaires harassantes ni à l'endettement. Il s'agira d'un enjeu central de solidarité pour ces prochaines années.

Devenez achACTEURS !

C'est notamment sur cette question des salaires, au cœur de la justice économique, que s'ouvre le deuxième opus d'achACT consacré aux profils de marques et enseignes de mode. Un opus qui montre le chemin parcouru depuis la première édition il y a trois ans, notamment par des entreprises belges. Et qui met aussi le doigt sur les énormes zones d'ombre et d'insuffisance notoire des politiques de responsabilité sociale affichées par les entreprises.



Une vie de plate-forme qui évolue

2011 a marqué un tournant pour la plate-forme, au-delà du changement de nom. L'essoufflement somme toute naturel du mode de coopération en plate-forme cède progressivement la place à des relations bilatérales où la coordination et chaque organisation membre échangent leurs programmes d'action, envisagent des relais, des participations, des coproductions. Le lancement d'achACT relayé par 22 organisations sur 25 que compte la plate-forme est une marque du succès de cette démarche complétée par des rendez-vous d'« énergétisation » mutuelle, comme ce fut le cas de la mise au vert de Juin 2011. Elle aura permis de s'approprier les impacts de nos action, d'envisager le futur de notre réseau international et d'aborder une thématique prospective – l'impact des changements climatiques sur les conditions de travail et de vie dans l'industrie de l'habillement et le devenir d'une industrie en résilience. Voilà un mixte de plans concrets et de discussions prospectives qui devraient assurer encore longtemps le plaisir de travailler ensemble.

LES GRANDES CAMPAGNES/ACTIONS

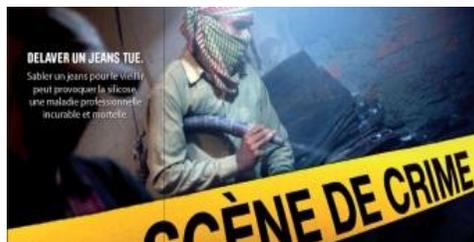
1. DÉLAVÉ UN JEANS TUE

Le 18 Février, achACT lance un appel à l'action pour abolir le sablage des jeans. Une technique qui peut s'avérer mortelle pour les travailleurs. Très bon marché, le sablage consiste à délayer ou user un jeans par propulsion de sable à haute pression. Les travailleurs qui réalisent cette opération peuvent contracter une forme aigüe de silicose en à peine quelques mois d'exposition. Cette maladie incurable et mortelle est connue chez nous comme la maladie des mineurs de fond. Au moment où l'appel est lancé, 54 travailleurs turcs sont déjà morts suite à cette maladie et des milliers pourraient être atteints.

Appel à l'action

En coopération avec son réseau européen, achACT interpelle les marques et enseignes de jeans en Belgique pour exiger qu'elles abolissent le recours à cette technique, qu'elles contrôlent que les fournisseurs n'y ont plus recours et qu'elles veillent à dépister, à soigner et à indemniser les travailleurs malades. 10 organisations membres et 4 autres associations relayent l'appel à l'action.

Pour marquer le lancement de la campagne, achACT mène une action médiatique à Namur en re-constituant Place de l'Ange, une scène de crime autour d'un sableur mort. Plusieurs organisations membres ou sympathisantes, des achACTEURS informent les passants. L'action médiatique est largement répercutée dans



la presse écrite et sur des médias radios et télévisés : RTBF TV, Radio et Web, Canal C, les Niouzz, Radio Contact, Belga, La Libre, La DH, Le JDE, Le Vif, En Marche.

5540
Visions
Vidéo

Livret
5426
téléch.

13
Médias
ont relayé

Impact et Suivi

En Novembre 2011, neuf mois après le lancement de la campagne, 42 entreprises européennes (dont 23 présentes en Belgique) s'engagent à interdire le recours au sablage dans leurs filières d'approvisionnement. Beau succès européen.

Mais en 2012, le rapport sur la situation au Bangladesh montrera que, de l'engagement des marques à l'abolition effective, le chemin reste long. (Voir « *Les perspectives 2012* »)

1868
personnes interpellent
les marques

Marques et enseignes
s'engagent.
42

2. DEVENEZ achACTEURS

En Décembre, achACT publie le deuxième opus de son répertoire reprenant le profil de 36 entreprises de mode présentes sur le marché belge C'est l'occasion d'actualiser l'analyse du secteur et de mettre l'accent sur les progrès et les nécessaires changements de pratique et de politique de la part des enseignes et des marques, notamment belges.

11
Médias
francophones
se font l'écho de
la publication

Destinée à un public sensibilisé, la brochure illustre cependant chaque profil d'un graphique permettant l'évaluation rapide de la politique de l'entreprise. Cette publication est le fruit d'une collaboration étroite pour la collecte de données au sein du réseau européen de la Clean Clothes Campaign et en particulier avec la Schone Kleren Campagne qui coproduit et édite simultanément la version néerlandophone.

La brochure « Devenez achACTEURS » est lancée à l'occasion d'une action de presse, rue Neuve à Bruxelles en coopération avec la Schone Kleren Campagne et plusieurs organisations membres (CNCD, OXFAM-Solidarité, OXFAM-Magasins du monde).

Brigitte Maroy, éco-conseillère Commune de Walhain

"Les guides composteurs de notre commune sont équipés de T-shirts fabriqués dans de bonnes conditions de travail. Grâce au guide pratique mis en ligne par achACT, nous avons choisi un fournisseur engagé dans un système de vérification sérieux et transparent."



LES ACTIONS URGENTES

CAMBODGE : TRAVAILLEURS LICENCIÉS POUR UNE GRÈVE !

Du 13 au 16 septembre 2010, 200 000 travailleurs de 90 usines de confection du Cambodge, soit plus de la moitié du secteur, ont mené une grève pour revendiquer une augmentation salariale. Plusieurs centaines de ces travailleurs ont été abusivement licenciés parce qu'ils ont participé à cette grève. En Janvier 2011, 318 travailleurs attendaient toujours d'être réintégrés à leur poste de travail.

achACT et ses organisations membres soutiennent ces travailleurs et leurs revendications. **Ensemble, ils lancent un appel à l'action urgente et interpellent Gap, Zara et H&M** qui se fournissent auprès des différentes entreprises concernées. En Belgique francophone, 961 personnes participent à l'action, réalisée conjointement dans 10 autres pays européens. L'action porte ses fruits puisqu'elle a contribué à ce que 160 travailleurs retrouvent leur poste de travail.

961 participants

APPLE IGNORE LES TRAVAILLEURS EMPOISONNÉS CHEZ SON FOURNISSEUR WINTEK

En mars 2011, à la veille du lancement de l'iPad2 en Belgique, achACT et ses organisations membres appellent leur public à soutenir les travailleurs de Wintek et à interpellier Apple. Et pour cause : de mai 2008 à août 2009, à Suzhou en Chine, 137 travailleurs de l'usine Lian Jian de Wintek, fournisseur d'Apple, ont été intoxiqués au N-Hexane, un solvant hautement toxique utilisé pour nettoyer les écrans d'iPhones et iPads. Au moment où l'appel est lancé, 22 travailleurs souffrent toujours de graves problèmes neurologiques chroniques liés à leur empoisonnement. 884 personnes interpellent Apple. Apple, par contre, reste muet.

884 participants

ATTAQUE CONTRE UN DÉFENSEUR DES DROITS HUMAINS ! PEUGEOT, RENAULT/NISSAN ET HITACHI LAISSENT FAIRE LEUR FOURNISSEUR.

En Avril 2011, achACT lance un appel en soutien à Charles Hector, avocat défenseur des Droits Humains en Malaisie, poursuivi pour diffamation par un fournisseur de Renault, Nissan, Peugeot et Hitachi. Son crime ? : avoir dénoncé sur son blog les mauvaises conditions de travail et les menaces de déportation à l'encontre de 31 travailleurs migrants birmans occupés dans l'usine de ce fournisseur. L'appel d'achACT vient également en soutien aux travailleurs concernés.

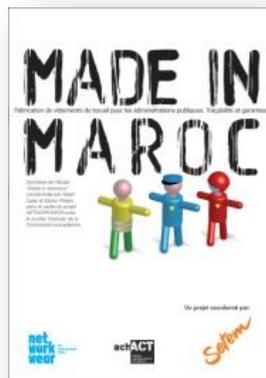
1651
personnes interpellent
Hitachi et Renault et

Anne Verbruggen, Responsable commerciale ACP

"En devenant membre de la Fair Wear Foundation, notre PME, déjà soucieuse de l'impact de son activité sur l'environnement, a voulu montrer que le développement durable c'est aussi une question de conditions de travail et de respect des droits des travailleurs dans notre filière d'approvisionnement."

ACHATS SOCIALEMENT RESPONSABLES DE VÊTEMENTS DE TRAVAIL

achACT publie le rapport et le documentaire **Made in Maroc** sur les conditions de travail et de vie de travailleuses produisant au Maroc des vêtements de travail destinés aux administrations publiques européennes. Fruit d'une collaboration avec nos homologues espagnol, allemands, autrichien et flamand, cet outil alimentera l'interpellation des candidats autour des élections communales en 2012.



Dans le cadre de **Ça passe par ma commune** et à l'initiative de la Ligue des Familles, ces interpellations prendront notamment la forme de petits trains citoyens. Printemps 2011, c'est le moment de tester le modèle d'interpellation. Les petits trains entament leur circuit à Mouscron et Walcourt embarquant pour l'occasion citoyens et élus locaux. achACT y monte au côté de citoyens et d'autres représentants d'associations pour porter aux représentants communaux la demande d'achats socialement responsables de vêtements de travail. A l'appui de sa demande, un cadeau aux élus et futurs candidats : gilet de sécurité fabriqué dans de bonnes conditions de travail (mais oui, c'est possible !) et un dépliant expliquant la démarche. Parallèlement à ce travail d'interpellation locale qui prendra toute son ampleur en 2012, achACT a également voulu faciliter le travail des acheteurs publics en tentant de développer des démarches simples et ambitieuses notamment dans le cadre du guide fédéral pour les achats durables et, au niveau européen, dans celui de l'évaluation des directives sur les marchés publics. C'est lent et lourd.



SUMANGALI

achACT réalise et diffuse le résumé français du rapport de recherche réalisé par SOMO et Indian Committee for The Netherlands qui dénonce la pratique du Sumangali, répandue dans le Sud de l'Inde. Elle consiste à recruter de jeunes filles en leur faisant miroiter au bout de trois ans de travail sous-payé, une prime équivalente à la dote de leur mariage.



Ce système est notamment rencontré dans les filières de production de marques et enseignes européennes telles que Bestseller, C&A, Diesel, Inditex (e.a. Zara), Marks & Spencer, Primark, Tommy Hilfiger.

UN PAS EN AVANT HISTORIQUE POUR LES DROITS DES TRAVAILLEURS

Depuis les Jeux Olympiques de 2004, Play Fair (JO Propres en Belgique francophone) fait pression sur les grandes marques de vêtements de sport pour qu'elles adoptent des mesures concrètes afin d'améliorer les conditions de travail dans leurs filières d'approvisionnement.



Impact de la campagne, le 7 juin 2011, à Jakarta, syndicats indonésiens, industrie et marques de sport ont signé un accord visant à renforcer les droits syndicaux des travailleurs dans le secteur des vêtements de sport. Parmi les marques signataires : Adidas, Puma et Nike. En Indonésie, malgré la reconnaissance légale de la liberté syndicale, les tentatives des travailleurs pour s'organiser et exercer leurs activités syndicales font souvent l'objet de mesures de répression et d'intimidation. Le pacte signé vise à mettre fin à ces pratiques.

Charles-Hector, défendre les droits des migrants en Malaisie... Diffamation!

Défenseur des droits des travailleurs migrants en Malaisie, Charles-Hector est attaqué en justice pour diffamation par un fournisseur d'Hitachi, Renault, Nissan et Peugeot. Il avait dénoncé sur son blog les mauvaises conditions de travail et les menaces de déportation à l'encontre de 31 travailleurs migrants birman occupés dans cette usine.

PROFILS D'ENTREPRISES

- **DEVENEZ ACHACTEURS – PROFILS DE 36 ENTREPRISES DE MODE**
(Voir ci-dessus)
- **SAMSUNG, APPLE ET NOKIA : PROFILS D'ENTREPRISE ET ÉTUDES DE CAS**

A la veille des fêtes de fin d'année 2011, achACT publie les profils d'entreprises des trois principales marques de téléphones portables : Apple, Samsung et Nokia. Ces profils présentent la politique de responsabilité sociale des trois géants de la téléphonie mobile. Pour chacun d'eux, une étude de cas est également présentée. Ces études ont été réalisées dans des usines qui fabriquent des gsm pour chacune des trois marques. Elles démontrent les mauvaises conditions de travail et le manque de respect des droits des travailleurs qui fabriquent nos téléphones portables.

Un bon outil pour informer les consommateurs sur la responsabilité (sociale) très limitée de Samsung, Apple et Nokia qui représentent, à elles trois, la moitié des ventes de gsm et smartphones dans le monde. La Libre et L'Avenir ont tous deux relayé cette publication.

DOSSIER THÉMATIQUE

- **CLIMAT ET CONDITIONS DE TRAVAIL**

L'impact des changements climatiques sur les conditions de travail dans l'industrie de l'habillement *Quelles conséquences les changements climatiques risquent-ils d'induire sur l'industrie de l'habillement et ses travailleurs ?* Les changements climatiques et l'augmentation du prix des produits pétroliers influencent le futur de l'industrie de l'habillement et les conditions de travail.

A l'occasion de la mise au vert de sa plate-forme en juin 2011, achACT réalise un dossier sur les impacts des changements climatiques sur les conditions de vie et de travail des travailleuses et travailleurs de l'industrie de l'habillement, sur les modifications des pratiques des entreprises et sur les scénarios envisagés pour une industrie de l'habillement résiliente. Ce travail s'inscrit en réponse à une demande d'organisations membres menant des actions sur les changements climatiques.

■ DES CERTIFICATIONS SOCIALES QUI ONT DU PLOMB DANS L'AILE

En Novembre 2011, achACT publie « *Bob l'Eponge, Barbie, Flash fabriqués au mépris des droits* » un rapport de l'ONG chinoise China rapport révèle des violations des dans deux usines chinoises certifiées International de l'Industrie du Jouet de son « programme CARE » pour éthique des jouets ». Ces deux principal le géant américain du jouet, engagé dans le programme CARE.



un article intitulé *McQueen, des héros humains* » basé sur Labor Watch. Ce droits des travailleurs par le Conseil (ICTI) dans le cadre une « fabrication usines ont pour client MATTEL, lui aussi

achACT dénonce ses violations des droits des travailleurs et pointe l'inefficacité de la certification ICTI CARE. Quatre organisations membres ont relayé.

VIDÉOS

Depuis l'année 2010, achACT réalise régulièrement des capsules et clips vidéo. Elle adapte également des documentaires. Ce matériel audiovisuel de sensibilisation et d'information est diffusé vers les organisations membres et vers un large public via le web, les réseaux sociaux et la newsletter.

L'objectif du projet est :

- Soutenir les actions de citoyens en solidarité avec les luttes des travailleurs de l'industrie légère dans les pays du Sud en améliorant la visibilité de nos partenaires au sein de nos actions et dans notre communication.
- Renforcer la communication directe avec le public

■ CAPSULE VIDÉO « DÉLAVÉ UN JEANS TUE »

Dans le cadre de la campagne « Délavé un jeans tue » (voir ci-dessus), cette vidéo de 5 minutes informe le public sur la réalité du sablage. Par le biais de témoignages d'anciens travailleurs et du comité turc de solidarité, elle présente les enjeux globaux, les dangers pour les travailleurs et les responsabilités des acteurs du secteur. La mode des jeans délavés a un coût humain. achACT veut ainsi interpeller et mobiliser le public pour qu'il passe à l'action.



5540 visions

Bangladesh : Répression accrue sur les syndicats

En 2010, les travailleurs de l'habillement lancent un important mouvement pour revendiquer des salaires décents. En réaction, des fournisseurs portent plainte contre des dirigeants d'organisations de défense des droits des travailleurs. Suite aux actions de soutien, ces leaders ont été libérés. Mais certains doivent répondre de certaines accusations.

▪ CLIP VIDÉO ACHACT

En 20 secondes, achACT impose sa nouvelle marque de fabrique dans un clip dynamique qui invite à l'action et crée le lien entre travailleuse et consommateur, l'action individuelle et collective, les quatre lignes de travail. Le clip est posté sur achACT.be, Facebook et Twitter et relayé par Le Monde selon les Femmes, Solidarité Mondiale, CNCD-11.11.11, Jeunes CSC et Solidarité Socialiste. Il est visionné 315 fois.



315 visions

▪ CAPSULE VIDÉO T-SHIRTS PROMOTIONNELS

Au bout des 5 minutes de cette capsule vidéo, vous serez convaincus de la possibilité, mieux, de la nécessité de vous procurer vos prochains t-shirts de gym, sweat de kot ou casquette syndicale auprès d'entreprises membres de la Fair Wear Foundation. Tout simplement parce que faire respecter ses droits, ça change la vie des travailleuses et des travailleurs ! Des collectivités s'engagent, comme par exemple, les guides composteurs de Walhain, Canal C, des kots à projet. Pourquoi pas la vôtre ?



401 visions

VÊTEMENTS DE TRAVAIL : UNE CAMPAGNE FORTE VIS-À-VIS DES CANDIDATS AUX ÉLECTIONS COMMUNALES

Élections communales obligent, 2012 sera marqué par une campagne importante vis-à-vis des candidats aux élections communales. achACT appellera les citoyens à interpellier les candidats des différentes communes sur les achats socialement responsables de vêtements de travail.

Pour ce faire, des outils de campagne seront développés et diffusés. Comme en 2011, achACT participera, au sein de la coalition « ça passe par ma commune » aux petits trains citoyens. 26 communes seront visitées entre mai et septembre 2012. A cette occasion, achACT interpellera directement les candidats présents et tentera d'obtenir des engagements.

SABLAGE : DES ENGAGEMENTS ET ENSUITE ?

En 2011, achACT et le réseau international de la Clean Clothes Campaign ont mené une campagne publique d'interpellation vis-à-vis des marques et enseignes. Un large écho médiatique a été donné partout en Europe et des milliers de consommateurs se sont mobilisés pour interpellier les marques. Face au scandale, de nombreuses marques ont réagi. Elles se sont engagées publiquement à bannir le sablage de leurs filières d'approvisionnement.

En 2012, il est temps d'analyser l'impact réel de ces différents engagements. Quels effets ont-ils sur le terrain ? Le sablage est-il toujours pratiqué ? De la déclaration publique à la mise en œuvre, les marques ont-elles franchi le pas ? Deux recherches de terrain, l'une au Bangladesh l'autre en Chine, feront le point sur la situation.

INFORMATION ET SUIVI D'ENTREPRISES : UN OUTIL POUR LES DÉLÉGUÉS SYNDICAUX

Le projet était dans les cartons depuis quelque temps déjà, en 2012, il se concrétise avec la publication d'un guide à l'attention des délégués syndicaux. Réalisé en collaboration étroite avec les syndicats de la distribution et la Schone Kleren Campagne, cet outil comprend des fiches destinées à faciliter et à soutenir le travail des délégués syndicaux qui veulent suivre systématiquement l'évolution de leur entreprise en matière de conditions de travail dans les filières d'approvisionnement.

VALÉRIANE : UN PROJET PILOTE QUI S'INSCRIT DANS LE TEMPS

En 2012, Nature&Progrès souhaite continuer et approfondir le projet pilote mené avec achACT. L'objectif est réaffirmé : au-delà de critères environnementaux, amener les exposants des salons Valériane à respecter des critères sociaux.

Le processus de collaboration entre achACT et Nature&Progrès porte sur 2011-2014. En 2011, plusieurs activités avaient eu lieu. Cela sera également le cas en 2012.

TIME TO BIT INTO A FAIR APPLE

La pression sur Apple est de plus en plus forte. Partout des voix s'élèvent pour dénoncer les conditions de travail scandaleuses dans les usines qui fabriquent les iPhones et les iPads. Apple reste muet malgré les interpellations des consommateurs et des organisations de défense des droits des travailleurs. Face à ce silence, achACT entend bien, en 2012, sommer le géant de l'informatique à agir et à répondre aux demandes. Une action urgente est prévue.

CAP SUR LES J.O. DE LONDRES !

L'année 2012 est une année Olympique. Et, c'est à Londres que cela se passera ! Durant l'année 2011, le réseau PlayFair, dirigé pour l'occasion par la coordination nationale anglaise, a préparé une campagne liée à ces Jeux Olympiques !

Le réseau profitera de l'occasion pour encourager d'autres marques de vêtements et articles de sport à adhérer au protocole signé en Indonésie (*voir page 13*).

Turquie : La mobilisation pour les sableurs continue

Après avoir obtenu en 2009 du gouvernement turc l'abolition du sablage, le comité turc de solidarité continuent de se mobiliser et se battre pour défendre la cause des travailleurs sableurs. Leur objectif : identifier les travailleurs atteints de la silicose, de faire connaître leur réalité et soutenir leurs revendications.



WEB & COMMUNICATION

achACT, LE NOUVEAU NOM DE LA CAMPAGNE VÊTEMENTS PROPRES

1. CHANGEMENT DE DÉNOMINATION

Pour ses 15 ans, la Campagne Vêtements Propres s'offre un nouveau nom : achACT – Actions Consommateurs Travailleurs.

Bien plus qu'un simple lifting, il s'agit d'affirmer la nécessité d'agir et de créer des liens entre travailleurs et consommateurs, citoyens du monde, pour faire respecter les droits, améliorer les conditions de travail, renforcer ceux et celles qui s'organisent pour défendre leurs droits fondamentaux dans les filières d'approvisionnement des marques et des enseignes de distribution. achACT s'enracine dans cette volonté, rebondit sur les acquis engrangés et prend un nouveau souffle.

La nouvelle appellation s'est accompagnée de la définition d'un nouveau logo pour l'association.

22/25

Organisations membres ont relayé le changement d'appellation.



Cambodge : Réintégrer les travailleurs licenciés

Suite aux grèves de septembre 2010 impliquant près de la moitié des travailleuses et travailleurs de l'industrie de l'habillement, des syndicats cambodgiens et en particulier C.CAWDU continuent à se battre pour la réintégration de leurs 318 collègues licenciés. Fin 2011, 160 d'entre eux ont retrouvé leur poste de travail. Le combat continue.

2. RÉVISION DE LA COMMUNICATION

Une identité affirmée

La nouvelle identité de l'association devait être renforcée par un message clair, constant, structuré et cohérent. achACT a identifié une ligne communicationnelle qui lui est propre, tant au niveau de la forme que du fond. Une nouvelle ligne graphique est venue compléter la redéfinition profonde de la communication d'achACT.

Message engageant

La nouvelle dénomination s'est accompagnée d'un concept fort et engageant : « Devenez achACTEURS ! ». Une invitation à agir en tant que consommateurs, travailleurs, individus, collectifs, pouvoirs publics, entreprises... Ce concept est devenu le fil rouge de toutes les communications et publications d'achACT.

De nouveaux outils

A l'occasion du changement de nom, achACT développe une série d'outils destinés à promouvoir et communiquer notre identité. Ils sont diffusés aux organisations membres. Ces outils devraient permettre à achACT d'accroître sa visibilité et de diffuser son message. Une plaquette et un clip de présentation (20 secondes) ont ainsi été réalisés et diffusés par des organisations membres.



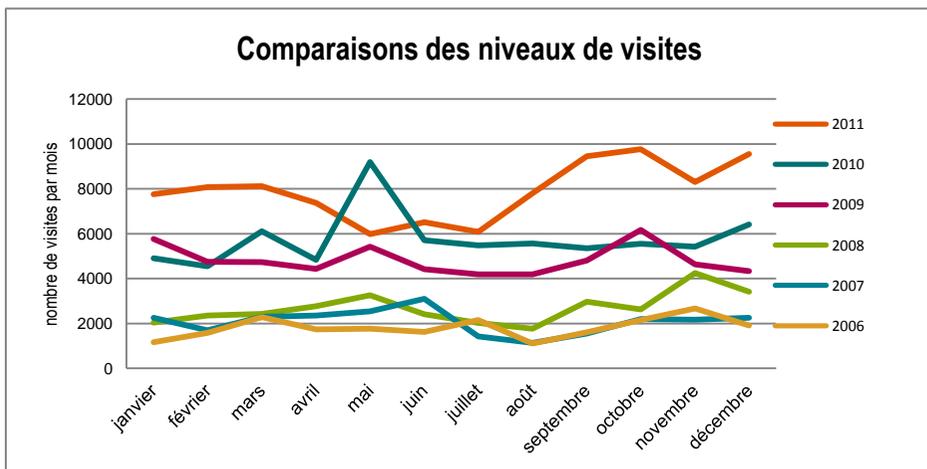
1. UN SITE FLAMBANT NEUF EN SEPTEMBRE

Développer et professionnaliser la communication d'achACT passaient immanquablement par la création et la mise en ligne d'un nouveau site internet. Notre association se devait de renforcer sa présence sur le web au travers d'un site performant, moderne, interactif et attractif. C'est ainsi que le 20 septembre 2011, un nouveau site internet a été lancé sur la toile.

Cet outil est résolument tourné vers l'action. Par son ergonomie et son architecture, il répond de meilleure manière aux besoins de nos publics cibles (organisations membres, consommateurs, travailleurs, collectivités, administrations publiques, entreprises, citoyens, militants). Une entrée par produits et par marques a été développée pour faciliter la recherche d'informations.

2. FRÉQUENTATION DU SITE

Depuis sa création en 2006, le site principal d'achACT connaît une croissance continue du nombre de visites. La mise en ligne d'un nouveau site internet en septembre 2011 a encore boosté davantage la fréquentation du site (+25 700 par rapport à 2010). Tant les moyennes journalières et mensuelles que la fréquentation totale annuelle connaissent une tendance claire à la hausse en 2011.

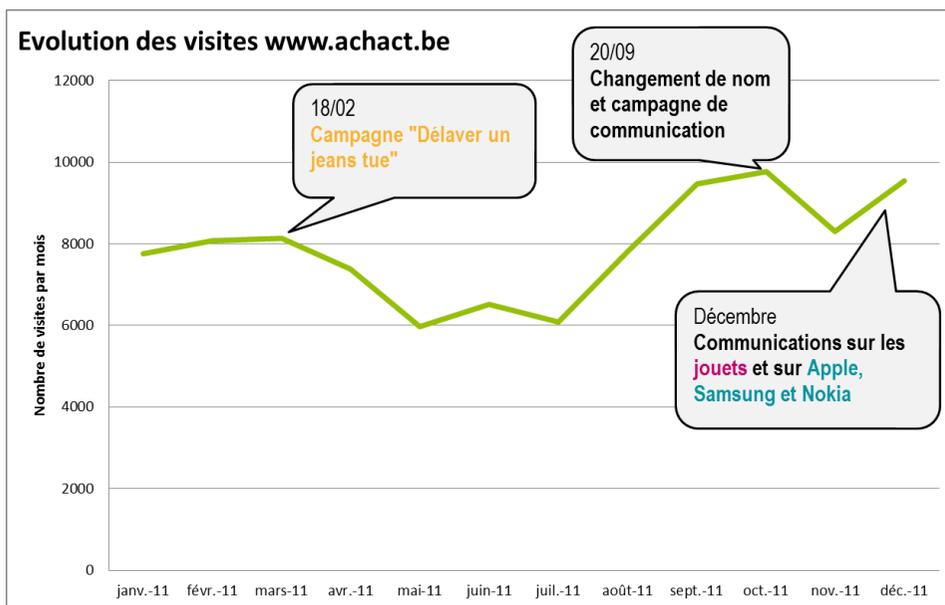


Le 20 septembre, jour du lancement du nouveau site internet, correspond à un pic historique de fréquentation avec 1516 visites. Le précédent record datait du 19 février 2011 (822) et le lancement de la campagne sablage.

Les mois de septembre et d'octobre sont par conséquent des mois, eux aussi, 'record' avec 9461 et 9764 visites. La première place du podium était occupée avant par le mois de mai 2010 avec 9190 et le lancement de la campagne Meilleur Marché avec Oxfam Magasins du Monde.

On constate que, même après l'effet « nouveau site internet », le taux mensuel de visites demeure plus élevé qu'avant le 20 septembre.

La hausse semble donc s'installer dans le temps.



CSC et Jeunes FGTB : Des T-shirts pour les élections sociales

Pour les élections sociales, CSC et Jeunes FGTB ont équipé leurs candidats de T-shirts respectueux des droits de celles et ceux qui les ont fabriqué. Soit respectivement 45 000 et 1500 T-shirts achetés auprès d'entreprises membres de la Fair Wear Foundation. Un bon début pour les futurs délégués.



VÊTEMENT

ÉLECTRONIQUE

SPORT

JOUET

ACTUALITÉS AGIR CAMPAGNES ENJEUX PRODUITS RESSOURCES PRESSE achACT

Euro 2012 et JO : Adidas dans l'oeil du cyclone

EN SAVOIR PLUS
AGIR



devenez
achACTEURS



Adidas refuse d'indemniser les travailleurs indonésiens. Appuyez-vous sur achACT pour faire pression sur Adidas.

Actualités

07-06-2012

De plus en plus rouge, la coccolinelle? Environnement et social au coude à coude à Valeriane?



Nature & Progrès et achACT développent un travail commun. Objectif : en 2014, tous les exposants de textile habillement devront se révéler à des critères stricts en matière de conditions de travail. Une première étape d'information des exposants a été réalisée lors des salons Valeriane 2011. Cette année, l'enjeu est d'avancer avec les exposants sur la transparence de leurs filières d'approvisionnement.

En savoir plus

recevez la
newsletter

VOTRE E-MAIL

GO

09-06-2012

Participez au ciné-débat "Made in Maroc" à Tournai



achACT et le CIVCO-11.15.11 vous invite à une rencontre citoyenne autour de la question des achats publics socialement responsables de vêtements de travail. Au travers du film « Made in Maroc », l'accord sera mis à la fabrication de vêtements de travail pour les administrations publiques et sur les conditions de travail au sein des usines de production.

En savoir plus



26-06-2012

Délaver un jeans tue... au Bangladesh aussi!



H&M, Levi Strauss, Lee, Diesel et Zara ainsi que les enseignes belges précédemment interpellées sont une nouvelle fois mise en demeure d'agir. Une nouvelle recherche révèle qu'au Bangladesh des usines produisant pour le marché européen continuent d'utiliser la technique du sablage, exposant ainsi les travailleurs à des maladies pulmonaires mortelles. De nombreuses marques ont d'ailleurs publiquement interdit le sablage. Ceci, un pas important. Toutefois, cet engagement n'est pas suivi d'effets à défaut de mise en oeuvre et de contrôle.

En savoir plus Télécharger

recherche
par marque



25-03-2012

Information et suivi d'entreprise : Un outil pour les délégués syndicaux!



Les délégués syndicaux sont directement concernés par la manière dont leur entreprise assume sa responsabilité dans ses filières d'approvisionnement en matière de respect des droits des travailleurs. Comment savoir quelle est la politique d'une entreprise en la matière? En collaboration avec les syndicats de la distribution, achACT met à la disposition des délégués syndicaux un outil d'interpellation et de suivi.

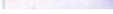
En savoir plus Télécharger

par produit



23-03-2012

Bangladesh: Calvin Klein et Tommy Hilfifer s'engagent pour plus de sécurité



Évolution du nombre de visites

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Janvier	1 160	2 260	2 046	5 771	4 905	7 759
Février	1 588	1 698	2 352	4 751	4 545	8 076
Mars	2 290	2 302	2 429	4 735	6 118	8 125
Avril	1 736	2 356	2 771	4 437	4 838	7 378
Mai	1 771	2 548	3 267	5 423	9 190	5 980
Juin	1 623	3 102	2 410	4 428	5 712	6 516
Juillet	2 157	1 424	2 033	4 187	5 478	6 078
Août	1 112	1 142	1 763	4 194	5 568	7 807
Septembre	1 618	1 556	2 968	4 813	5 324	9 461
Octobre	2 158	2 205	2 630	6 175	5 547	9 764
Novembre	2 670	2 174	4 250	4 643	5 422	8 310
Décembre	1 915	2 254	3 417	4 329	6 420	9 549
Total	21 798	25 021	32 336	57 886	69 097	94 803
Évolution		+14,8%	+29,2%	+79,0%	+19,4%	+37,2%
Moyenne mensuelle	1 817	2 085	2 695	4 824	5 758	7900
Moyenne journalière	65	71	92	164	196	257

1. MAILING-LISTS ET NEWSLETTER

Début 2011, achACT gère plusieurs mailing-lists :

- **Info** : celles et ceux qui désirent rester informés de toute l'actualité
- **Actions Urgentes** : celles et ceux qui ont participé à au moins un appel urgent et désirent rester informés du suivi des nouveaux appels
- **Meilleur Marché** : ceux et celles qui ont agi dans le cadre de cette campagne et qui désirent rester informés de ses suites et de la thématique du salaire décent et de l'Asia Floor Wage
- **Make IT Fair** : ceux et celles qui souhaitent rester informés de toute l'actualité de la campagne Make IT Fair

Nombre de contacts		
Mailing-list	1 Janv.	31 Déc.
Info	1855	
Appels Urgents	5501	
Meilleur Marché	4627	
Make IT Fair	14	
Général		12120
Total	7003	12120

En septembre 2011, suite à la révision complète de sa stratégie de communication, achACT décide, dans un souci de cohérence et pour donner plus d'impacts à ses communications en concentrant les envois, d'arrêter les mailings irréguliers et de les remplacer par des newsletters périodiques arborant une forme commune. C'est la raison pour laquelle une fusion des différentes mailing-lists est réalisée. Une seule liste de contacts existe désormais. Il s'agit de ceux et celles qui recevront désormais les newsletters.

2. RÉSEAUX SOCIAUX

achACT est active depuis décembre 2010 sur Facebook et Twitter. Elle publie régulièrement sur ces deux réseaux sociaux. Ces publications concernent les relais des actions urgentes, le post de news, le relai des campagnes (outils et thématiques), l'invitation à des actions, des vidéos et photos. Facebook et Twitter sont aussi des lieux de diffusion des impacts et résultats des campagnes. Le nombre d'abonnés a augmenté de manière constante tout au long de l'année avec une hausse plus rapide à l'occasion de la campagne « Délaver un jeans tue ». La capsule vidéo « Délaver un jeans tue » a d'ailleurs été relayée de manière très forte via le partage de vidéo sur Facebook.

Amis/Abonnés		
	4 Janv	31 Déc
Facebook	338	758
Twitter	23	49
Total	361	807

LES ORGANISATIONS MEMBRES

La plate-forme achACT compte 25 organisations membres. Présentation.



AFW - 1er Tribunal des Peuples pour le droit des travailleurs à un salaire vital

CAW (Committee for Asian Women) at Alarm, une coalition d'ONG et syndicats au Sri Lanka, organisent le 1er Tribunal Permanent des Peuples sur le droit des travailleurs de l'habillement à un salaire vital. C'est la première fois que des travailleuses témoignent de leurs conditions de travail et de vie devant une audience nationale.

L'ÉQUIPE DE COORDINATION



Carole Crabbé

Secrétaire générale
Coordinatrice
Ligne Vêtements
Ligne Sport

Catherine Parmentier

Chargée de communication
Ligne Jouet

Jean-Marc Caudron

Animateur
Appels urgents
Ligne Electronique
Ligne Sport

Nature & Progrès, organisation membre : PROJET PILOTE

Du neuf dans les salons Valériane! En 2014, tous les exposants textiles et habillement devront se conformer à des critères environnementaux mais également sociaux. En 2011, N&P sollicite achACT pour accompagner le développement d'un cahier de charges liés aux conditions de travail dans les filières d'approvisionnement.

1. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

En date de l'Assemblée générale, le Conseil d'administration de l'asbl est composé des organisations et personnes physiques suivantes qui entament toutes la troisième année de leur mandat de trois ans :

- ACRF
- CSC
- FGTB
- GRESEA
- Oxfam Magasins du Monde, trésorier
- Solidarité Mondiale
- Denis Lambert, président, à titre personnel

A noter que le CNCD-11.11.11 est invité permanent du Conseil d'administration.

Les réunions du C.A.

Le Conseil d'administration s'est réuni le 2 mars 2011 avec notamment à son ordre du jour une discussion stratégique sur le changement de dénomination de l'asbl.

Le Conseil d'administration s'est réuni le 8 avril 2011 avec notamment à son ordre du jour la présentation de la nouvelle dénomination en vue de l'AG et une discussion sur la stratégie de transition.

Le Conseil d'administration s'est réuni le 10 mai 2011 avec notamment à son ordre du jour le changement de dénomination et la décision sur la stratégie de transition (discussion et décision).

Le Conseil d'administration s'est réuni le 1^{er} juin 2011 avec notamment à son ordre du jour la stratégie à adopter face au refus du statut ONG par la DGD et la consultation sur les scénarios de développement organisationnel du réseau international de la Clean Clothes Campaign.

Le Conseil d'administration s'est réuni le 26 octobre 2011 avec notamment à son ordre du jour l'évaluation du lancement de la nouvelle dénomination, le nouveau plan quinquennal Education permanente, la demande de revalorisation de notre agrément et le renouvellement APE.

2. L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

L'Assemblée générale d'achACT compte 24 membres :

- Action Chrétienne Rurale des Femmes (ACRF)
- Centre National de Coopération au Développement (CNCD)
- Centre National des Employés (CNE)
- Confédération des Syndicats Chrétiens (CSC)
- CSC Météa
- CRIOC
- Empreintes
- Fédération Générale des Travailleurs de Belgique (FGTB)
- FGTB Textile-Vêtement-Diamant
- Groupe de Recherche et d'Etude pour une Stratégie Economique Alternative (GRESEA)
- Jeunes CSC
- La Ligue des Familles
- Le Monde selon les Femmes
- Mouvement Ouvrier Chrétien (MOC)
- Nature&Progrès
- Oxfam-Magasins du Monde
- Oxfam-Solidarité
- Peuples Solidaires
- ecoconso
- ProJeunes
- Solidarité Mondiale-WereldSolidariteit
- SETCa-BBTK
- Solidarité Socialiste
- Test-Achats

A l'occasion de cette Assemblée générale, achACT a accueilli un nouveau membre :
Nature&Progrès

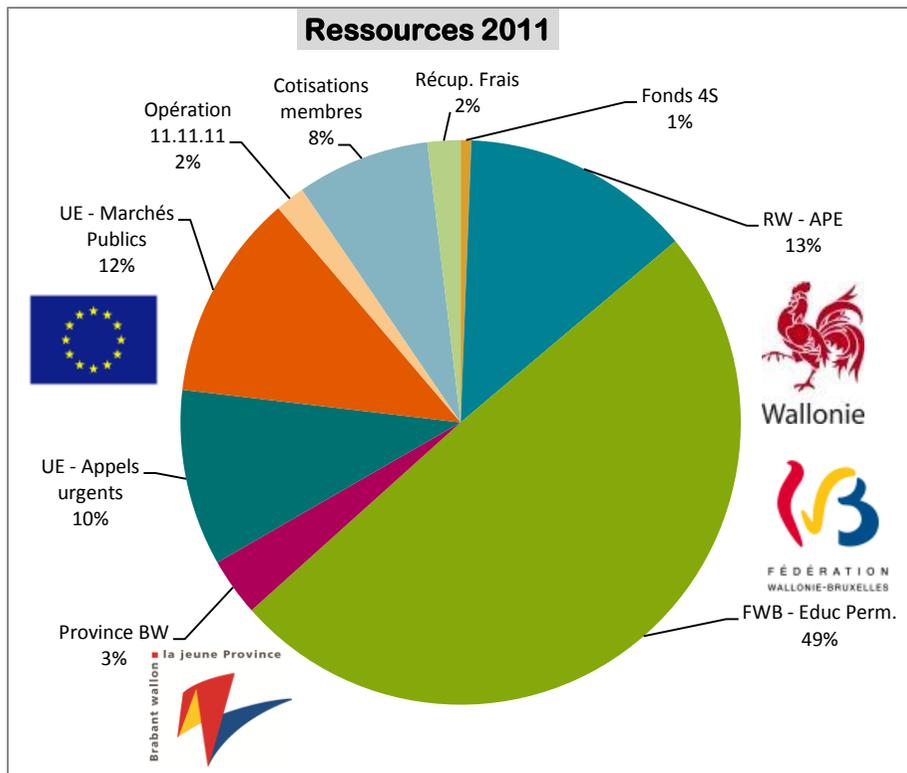
Les Jeunes FGTB sont membres de la plate-forme mais ne sont pas membres de l'AG.

L'AG s'est réunie le 27 avril 2011 à Louvain-la-Neuve. Il s'agissait d'une AG statutaire afin de pouvoir procéder au changement de nom de l'association.

Bienvenue à la FGTB Wallonne!

Membre fondateur d'achACT, la FGTB Fédérale cède la place à la FGTB Wallonne.

LES SOURCES DE FINANCEMENT



1. LA COALITION TRAVAIL DÉCENT

achACT poursuit son engagement dans la coalition Travail Décent et soutenant activement la proposition politique qui vise à rendre obligatoire pour les grandes entreprises de rendre publique certaines informations sur leur filière d'approvisionnement.

2. LA COALITION « ÇA PASSE PAR MA COMMUNE »

Coalition rassemblant des mouvements d'éducation permanente et des organisations environnementales, de solidarité et d'économie sociale. *Ça passe par ma commune* avait entamé sa démarche à la veille des élections communales 2006, organisant l'interpellation des candidats par des groupes citoyens et établissant un état des lieux annuel de la mise en œuvre des engagements pris. *Ça passe par ma commune* s'apprête à remettre le couvert en 2012. A son bord, achACT, Amnesty International, CNCD-11.11.11, écoconso, enercoop.be, Inter-Environnement Wallonie, GRACQ, La Ligue des Familles, Nature&Progrès, Oxfam-Magasins du monde, Réseau Financement alternatif et Ressources.

**ÇA PASSE
PAR MA COMMUNE**

3. SCHONE KLEREN CAMPAGNE

Plate-forme flamande de la Clean Clothes Campaign, la Schone Kleren Campagne regroupe, tout comme achACT, des syndicats, des ONG et des organisations de consommateurs. Ponts et collaborations se développent intensivement entre les deux plates-formes belges, notamment en termes de collectes de données, d'interpellation et de suivi des entreprises belges.

1. LES RÉSEAUX INTERNATIONAUX

▪ CLEAN CLOTHES CAMPAIGN

16 plates-formes dans 15 pays européens (Belgique oblige !) renforcées par un Secrétariat international assertif et alliées à une centaine d'organisations dans les pays de production, principalement en Asie : le réseau de la Clean Clothes Campaign continue de s'étendre, fidèle à sa dynamique de participation, de mise en relation de travailleurs et consommateurs et d'exigence forte alliée à une capacité de proposition concrète. Les débats en cours sur sa future structure tiennent compte de la montée en puissance de mouvements de travailleurs en Asie dont l'Asia Floor Wage, qui devraient influencer le centre de gravité de la campagne.



▪ ASIA FLOOR WAGE ALLIANCE

Idée initiée en 2005, l'Asia Floor Wage visant un salaire plancher pour tous les travailleurs de l'habillement en Asie a, depuis, fait un sacré bout de chemin. Renforçant des mobilisations de travailleurs au Sri Lanka, en Inde, en Indonésie, au Cambodge, elle contribue à amplifier l'exigence d'un salaire minimum vital et promeut des stratégies régionales et de dialogue social avec les clients internationaux de l'industrie. achACT est partie prenante de l'alliance en tant que membre de son groupe de pilotage international.



▪ GOODELECTRONICS

achACT est un membre actif du réseau international Goodelectronics qui est composé de 150 organisations et individus qui travaillent à l'amélioration des conditions sociales et environnementales de fabrication des produits électroniques.



En 2011, achACT a entre autre contribué à certaines actions urgentes du réseau et a publié une synthèse de différentes études menées dans les usines de fabrication et d'assemblage de téléphones portables. achACT a également participé à un « groupe de pilotage » de Goodelectronics pour y soutenir le développement d'un système d'action urgente coordonné.

■ PLAY FAIR

L'alliance Play Fair est constituée d'ONG de développement et d'organisations syndicales internationales qui mènent campagne pour améliorer les conditions de travail dans les secteurs industriels concernés par l'organisation d'événements sportifs internationaux.



En 2011, achACT a suivi la préparation des JO de Londres et la concrétisation du protocole signé entre syndicats, industrie et marques en Indonésie et qui renforce les droits syndicaux.

Syndicats Indonésiens de l'industrie du sport

Le 7 juin 2011, les principaux syndicats du secteur, les fabricants et les marques signent un accord historique en Indonésie pour renforcer l'exercice des droits syndicaux dans l'industrie du sport. L'accord marque le début d'un nouvel espace de dialogue social.

ANNEXE

LES RÉALISATIONS ET L'ENGAGEMENT DES ORGANISATIONS MEMBRES

-  Coproduction
-  Participation Active
-  Relais

		2011								
		Réunion de plateforme	Réunion bilatérale	Ateliers Parents LDF	Make IT Fair (réalisation 2010)	Cambodge : Action Urgente 13 janvier	Foxconn : Appel à l'action 20 janvier	Meilleur Marché : Bilan 10 février	Délaver un jeans tue : Appel à l'action 18 février	Délaver un jeans tue : capsule vidéo 18 février
Syndicats	CNE									
	CSC									
	CSC Météa									
	FGTB									
	FGTB TVD									
	SETCa									
	Jeunes CSC									
	Jeunes FGTB									
	ProJeuneS									
	Empreintes									
Conso	Nature&Progrès									
	ecoconso									
	CRIOC									
	Test-Achats									
	Ligue des Familles									
	MOC									
	Gresea									
	ACRF									
	CNCD									
	Monde selon Femmes									
EP	Oxfam MDM									
	Oxfam Solidarité									
	Peuples Solidaires									
	Solidarité Mondiale									
	Solidarité Socialiste									
	Autres organisations									
	Médias									
	ONG									

2011		Chine : Action urgente Wintek	Malaisie : Action Charles-Hector 27 avril	Valériane : projet pilote, articles, conf. 1 mai	CPPMC : Petits Trains Walcourt et Mouscron 21 mai	Sumangali : article 23 mai	Protocole historique Indonésie 8 juin	Dossier changements climatiques 21 juin	Rencontre entreprise : Cassis et C&A 31 août – 11 octobre	Dossier de presse : 15 ans en 15 impacts 20 septembre
Syndicats	CNE									
	CSC									
	CSC Météa									
	FGTB									
	FGTB TVD									
	SETCa									
	Jeunes CSC									
	Jeunes FGTB									
	ProJeuneS									
	Empreintes									
Conso	Nature&Progrès									
	ecoconso									
	CRIOC									
	Test-Achats									
EP	Ligue des Familles									
	MOC									
	Gresea									
	ACRF									
ONG	CNCD									
	Monde selon Femmes									
	Oxfam MDM									
	Oxfam Solidarité									
	Peuples Solidaires									
	Solidarité Mondiale									
	Solidarité Socialiste									
	Autres organisations	CEPAG- ECCJ	AB							CJC- VF
Médias										

2011		achACT : plaquette et clip vidéo 20 septembre	CPPMC : Etat des lieux 2011 14 octobre	Délayer un jeans tue : update 14 novembre	Jouet : article & CP 2 décembre	Made in Marco : Rapport & synthèse 14 décembre	Samsung, Nokia et Apple : profils 15 décembre	Vidéo : Des vêtements promotionnels 15 décembre	Devenez achACTEURS 31 décembre
	CNE								
	CSC								
	CSC Météa								
Syndicats	FGTB								
	FGTB TVD								
	SETCa								
	Jeunes CSC								
	Jeunes FGTB								
	ProJeuneS								
Emir.	Empreintes								
	Nature&Progrès								
Conso	ecoconso								
	CRIOC								
	Test-Achats								
EP	Ligue des Familles								
	MOC								
	Gresea								
	ACRF								
ONG	CNCD								
	Monde selon Femmes								
	Oxfam MDM								
	Oxfam Solidarité								
	Peuples Solidaires								
	Solidarité Mondiale								
	Solidarité Socialiste								
	Autres organisations		CPPMC						VF
	Médias								

achACT asbl • www.achact.be



achACT asbl • www.achact.be



achACT - Actions Consommateurs Travailleurs

**Place de l'Université, 16
1348 Louvain-la-Neuve
+32(0)110 45 75 27
achacteurs@achact.be
www.achact.be**