



**achACT**  
actions  
consommateurs  
travailleurs

# Rapport d'activités 2014



<b>Edito</b>	<b>03</b>
<b>Ça bouge</b>	<b>04</b>
ÉPINGLÉ DANS LES PAYS DE PRODUCTION	
ÉPINGLÉ EN BELGIQUE	
<b>En action</b>	<b>06</b>
LES CAMPAGNES	
Incendies et effondrement d'usines au Bangladesh	
Devenez achACTEURS pour un salaire vital	
HORS CAMPAGNES	
Les actions urgentes hors campagnes	
Le plaidoyer politique	
Jouet	
Sport	
<b>Communication</b>	<b>13</b>
Site internet et réseaux sociaux	
Vers les achACTEURS	
Vers les organisations membres	
Vers les médias	
<b>Formations, Interventions, Conférences</b>	<b>16</b>
<b>En scène</b>	<b>17</b>
Les organisations membres	
Les instances	
L'équipe de coordination	
<b>En coulisse</b>	<b>22</b>
Les sources de financement	
<b>En réseau</b>	<b>23</b>
En Belgique	
Les réseaux internationaux	

# Édito

Par carole Crabbé, coordinatrice d'achACT

Que retenir de 2014 dans la vie d'achACT ?

D'emblée vient à l'esprit le travail suscité par l'effondrement du Rana Plaza le 24 Avril 2013 au Bangladesh pour prévenir les accidents industriels et indemniser les victimes. achACT n'aura de cesse d'encourager les entreprises à prendre part à l'Accord pour la sécurité des bâtiments d'usines au Bangladesh. 200 entreprises, en majorité européennes ont signé l'Accord qui les engage pour 5 ans à financer un système d'inspection crédible et à soutenir leurs fournisseurs pour la mise en conformité de leurs usines. L'innovation que représente cet Accord contraignant dans le champ de la responsabilité des marques et enseignes vis-à-vis de leurs filières d'approvisionnement servira à n'en pas douter d'exemple dans d'autres pays ou sur d'autres thématiques, telles que le salaire vital, dans les prochaines années. L'indemnisation des victimes du Rana Plaza est une autre paire de manches. Des entreprises clientes telles que Benetton par exemple rechignent à contribuer au fonds volontaire ne fut-ce que pour des montants dérisoires comparés à leurs bénéfices annuels. Il faudra attendre Juin 2015 pour qu'enfin l'ensemble du montant soit rassemblé et que les victimes puissent être indemnisées complètement.

2014 fut aussi une année consacrée à mener campagne en faveur d'un salaire vital pour les travailleurs de l'habillement. L'actualité a largement été alimentée par les mobilisations des travailleurs au Cambodge où nos partenaires innovent en intégrant systématiquement dans leur stratégie de revendication une démarche non seulement vis-à-vis de leur gouvernement et de leurs employeurs mais également des clients de l'industrie, les marques et enseignes s'approvisionnant au Cambodge. Un travail dans lequel achACT trouve une place de choix.

A pointer encore en 2014, le développement de demandes adressées non plus seulement aux entreprises mais aux décideurs politiques et la mise en route d'un travail de lobby adressé cette année aux candidats aux élections fédérales, régionales et provinciales.

Last but not least, 2014 a connu une augmentation très sensible de la participation des organisations membres aux actions proposées par achACT. Toute l'équipe de coordination s'en réjouit vivement !

**Carole Crabbé**  
**Coordinatrice d'achACT**

Photos de couverture :

- Mobilisation au Cambodge pour un salaire mensuel de 177 \$ © Licadho
- 24 Avril 2014, un an après l'effondrement du Rana Plaza, 200 personnes participent à l'action de commémoration, place de la Monnaie à Bruxelles © achACT

# Ça bouge ÉPINGLÉ DANS LES PAYS DE PRODUCTION

## Cambodge – Des luttes salariales de plus en plus intenses

Au Cambodge, lorsque le gouvernement décide de fixer le nouveau salaire minimum à 95 \$, des dizaines de milliers de travailleurs protestent une nouvelle fois dans la rue pour réclamer un minimum de 160 \$. Début 2014, le mouvement se poursuit et les autorités le réprime violemment. Bilan : 4 tués, 39 blessés par balle, 23 militants arrêtés et des centaines de travailleurs congédiés par leur employeur.

Si les manifestations sont suspendues, le mouvement ne faiblit pas. Mi 2014, suite à l'augmentation du coût de la vie, les organisations syndicales, dont nos partenaires C.CAWDU et CLEC, calculent qu'il faudrait minimum 177 \$ à une travailleuses pour vivre décemment. Le 17 septembre, elles relancent la protestation, soutenues dans le monde entier par des actions de soutien devant les ambassades et d'interpellation des grandes enseignes qui s'approvisionnent au Cambodge, dont H&M et Inditex (Zara).

Mi-novembre, suite aux discussions avec employeurs et organisation syndicales, le gouvernement du Cambodge fixe le nouveau salaire minimum à 128\$. Malgré une augmentation de 28%, cela reste bien en-dessous des 177 \$ nécessaire pour couvrir les besoins fondamentaux des travailleuses.



### Elles sont venues témoigner en Belgique

**Chanthan**, coud des pantalons pour Zara « Mon quotidien, c'est 12 heures de travail par jour, six voire sept jours par semaine. Malgré cela, je ne me résigne pas. Nos droits sont tellement violés que j'ai décidé de devenir responsable syndical. Même si les droits syndicaux sont constamment violés, on veut se battre

et avoir le droit de faire grève. »



**Demorn**, permanente syndicale C.CAWDU « Notre revendication actuelle de 177\$ est encore loin d'un salaire vital. Ce que nous réclamons aujourd'hui, ce sont de meilleurs salaires pour pouvoir vivre mieux. Les consommateurs européens ont le pouvoir de décider quels habits ils achètent. Le consommateur peut aussi faire pression sur les marques par rapport à ce qu'elles font. De cette manière, les marques pourront comprendre leurs erreurs et modifier leur façon de faire. »

## Ça bouge ÉPINGLÉ EN BELGIQUE



Le 24 Avril, 200 personnes se mobilisent à Bruxelles pour commémorer le premier anniversaire de l'effondrement du Rana Plaza



En décembre 2014, l'enseigne belge de mode Bel & Bo adhère à la Fair Wear Foundation.



Lors de la visite de témoins cambodgiens, les syndicats belges de l'habillement et de la distribution, (FGTB CG et SETca, CSC Météa et CNE) et Test-Achats rejoignent achACT et le syndicat C.CAWDU pour adresser une déclaration commune à H&M et à Zara en soutien aux revendications salariales des travailleurs de l'habillement au Cambodge

La Clean Clothes Campaign publie son premier rapport de recherche sur les conditions de travail dans l'industrie de l'habillement en Europe Orientale et en Turquie.

## En action

# LES CAMPAGNES

### Incendies et effondrements d'usines au Bangladesh

L'effondrement du Rana Plaza en avril 2013 a marqué le départ d'une campagne d'une intensité et d'une ampleur insoupçonnées qui s'est poursuivie en 2014 dans deux directions : prévenir tout nouveau drame de ce type au Bangladesh et indemniser complètement toutes les victimes de l'effondrement.

Le 24 avril 2013, le monde connaissait l'une des pires catastrophes industrielles jamais survenue. Le Rana Plaza, un bâtiment de huit étages qui hébergeait 5 usines de confection, s'effondrait à Savar, une ville industrielle du Bangladesh. 1138 travailleuses sont tuées et plus de 2.000 autres blessées.

La prise de conscience des conditions de travail est à la mesure du drame. En quelques jours plus d'1.150.000 personnes signent une pétition internationale sur internet appelant les marques et les enseignes de mode à s'investir dans la prévention des accidents et à indemniser les victimes. Pourtant, le délabrement des bâtiments d'usine au Bangladesh était connu par les différents acteurs du secteur : travailleurs, patrons d'usine, marques et enseignes clientes du Bangladesh, gouvernement. De 2006 à 2013, incendies et effondrements se sont succédé à une cadence moyenne d'un accident par semaine, mettant en lumière des manquements systématiques en matière de sécurité : issues de secours obstruées ou carrément verrouillées, constructions illégales de plusieurs étages sur des fondations bien trop fragiles, systèmes électriques vétustes, etc.

Les marques et enseignes qui s'approvisionnent au Bangladesh connaissent cette situation mais rares sont celles qui s'en préoccupaient, attirées par les coûts de production les plus bas du marché. Elles savaient pertinemment que les prix dérisoires qu'elles paient à leurs fournisseurs bangladeshis n'intègrent ni de contributions à un système d'inspection du travail crédible et efficace, ni à un système de sécurité sociale qui indemniserait correctement les victimes. Les conditions de vente qu'elles imposent à leurs fournisseurs ne favorisaient pas le respect des normes locales de construction des bâtiments industriels, ni celui des droits fondamentaux des travailleurs.

Il aura fallu la catastrophe du Rana Plaza, son bilan effroyable, la mobilisation citoyenne qu'elle a suscitée, la forte pression médiatique et le travail préalable réalisé par les organisations locales et la Clean Clothes Campaign pour développer un protocole d'accord, pour qu'enfin les enseignes internationales commencent à réagir. Fin 2014, pas moins de 200 enseignes ont signé **l'Accord sur la prévention incendie et la sécurité des bâtiments** issu du travail des syndicats locaux et de notre réseau avant le drame et endossé depuis par l'Organisation internationale du travail et les syndicats internationaux IndustriALL et UNI.



Si le dossier « prévention » a rapidement décollé, il faudra attendre juin 2015 pour que les enseignes financent complètement le **Fonds d'indemnisation des victimes du Rana Plaza**, présidé par l'OIT.

achACT, ses organisations membres et les médias belges francophones ont contribué à ce résultat en relayant l'information factuelle qui nous provenait du terrain,

en l'analysant, en continuant à mener des actions publiques, à lancer des appels urgents et en interpellant les entreprises qui s'approvisionnent au Bangladesh pour qu'elles signent l'Accord et participent à l'indemnisation.

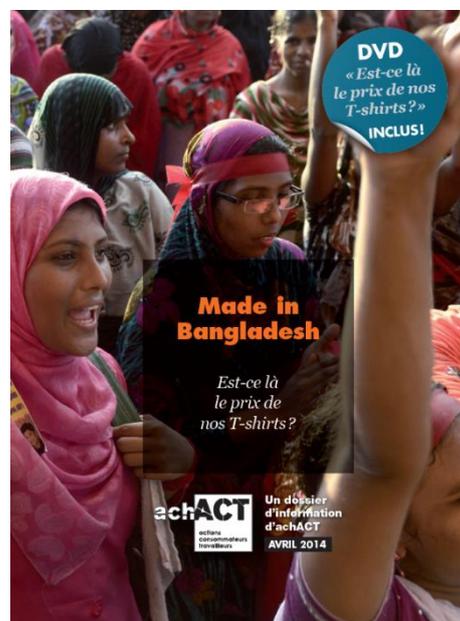
## Chronique de campagne

Les 24 février et 24 mars 2014, achACT poursuit son soutien aux victimes de l'effondrement du Rana Plaza (rapport 2013). Le Fonds d'indemnisation des victimes a été mis sur pied, mais il doit être financé par les enseignes à hauteur de 40 millions de dollars. achACT lance un **appel à l'action pour interpellier Benetton et Carrefour**, deux enseignes qui refusent de contribuer. 9 organisations membres diffusent l'information. 5 médias ont relayé. 1110 personnes ont participé à l'action en ligne.

Le 24 avril, achACT diffuse un **communiqué**, lance un nouvel **appel à l'action** et organise une **action de rue** médiatique à Bruxelles, rue Neuve. L'action consistait en un défilé de mode sur un tapis rouge jonché de cadavres symbolisant les travailleuses de l'habillement victimes de l'effondrement du Rana Plaza. achACT a également produit et diffusé une capsule **vidéo** sur l'action. 15 organisations et une centaine de personnes participent à l'action. 500 dépliantes sont distribués lors de l'action. 6 organisations et de nombreux médias relaient le communiqué et couvrent l'action.

Le même jour, achACT publie la **brochure** « **Made in Bangladesh. Est-ce là le prix de nos T-shirts** ». Cette brochure, de 36 pages, décrypte et analyse les conditions de travail dans l'industrie de l'habillement au Bangladesh, l'effondrement du Rana Plaza et les mobilisations des travailleurs. La brochure est accompagnée d'un DVD reprenant le web-reportage réalisé par Marc Molitor et Patrice Hardy (RTBF-La Première) en collaboration avec achACT. 4 organisations membres diffusent la brochure et le DVD. 6 organisations, deux écoles et 5 professeurs individuels utilisent la brochure et le DVD.

Le 3 juin, **un an après la signature de l'Accord** sur la prévention incendie et la sécurité des bâtiments au Bangladesh, achACT analyse l'impact de son action et la mise en œuvre de l'Accord. Le nombre de signataires de l'Accord ne cesse d'augmenter. Fin mai, 175 enseignes ont signé l'Accord et plus de 550 usines, sur les 1.600 couvertes par l'Accord, ont été inspectées. 3 organisations membres diffusent l'information.



Le 24 octobre, **18 mois après l'effondrement du Rana Plaza**, achACT informe de l'état d'avancement de l'Accord sur la prévention et de l'indemnisation des victimes. 1106 usines ont été inspectées. Les enseignes signataires vont maintenant devoir assumer, notamment financièrement, leurs engagements. Question indemnisation par contre, les survivants et les familles des victimes ne sont toujours pas certaines d'être indemnisées intégralement. achACT enrichi son analyse des témoignages d'Amin Amirul Haque, président du syndicat NGWF et de Mahinu Akter, une survivante du Rana Plaza. 3 organisations membres diffusent l'information. Le quotidien Le Soir relaie.

Le 24 novembre, **deux ans après l'incendie de l'usine Tazreen** qui a tué 112 travailleurs, achACT annonce un accord avec C&A sur l'indemnisation des victimes et appellent les autres enseignes clientes à assumer leur responsabilité et à contribuer à l'indemnisation des victimes.

Courant 2014, achACT a également soutenu les victimes de l'incendie de l'usine **Aswad**, en collaboration avec le réseau international et les organisations locales. achACT a également soutenu les travailleurs de l'usine **BEO Fashion**, fournisseur de Prémaman – Orchestra, qui se sont fait licencier pour avoir exprimé leurs préoccupations au sujet de la sécurité dans l'usine et du paiement de la prime liée à la fête de l'Eid. Suite aux contacts entrepris par achACT, Prémaman – Orchestra a agi fermement vis-à-vis de son fournisseur.



© OXFAM Solidarité – Photo Tineke D’Haese

## Devenez achACTEURS pour un salaire vital

Dans le cadre de sa campagne « Devenez achACTEURS pour un salaire vital », achACT a continué à sensibiliser le public, à relayer les demandes salariales des travailleurs de l’habillement (au Cambodge notamment), à interpeller les marques et enseignes d’habillement et à faire des propositions aux décideurs politiques belges et européens pour faire respecter le droit humain à un salaire vital. Les membres du réseau de la Clean Clothes Campaign ont mené des actions dans 17 pays européens. achACT assume une part dans la coordination internationale de cette campagne.

achACT continue à soutenir dans ce cadre les organisations de travailleurs dans les pays de production luttant pour des augmentations significatives des salaires et coopère avec l’Alliance pour l’Asia Floor Wage, une alliance d’organisations principalement asiatiques dont achACT est membre du Comité de pilotage international et qui promeut une méthode de calcul d’un salaire vital, développe une stratégie de coopération régionale et initie des négociations directes entre organisations de travailleurs et marques et enseignes d’habillement.

### Cambodge : la mobilisation continue

Début janvier 2014, les travailleuses et travailleurs cambodgiens de l’industrie de l’habillement se mobilisent en masse pour une augmentation du salaire minimum sectoriel. Les manifestations sont fortement réprimées. Le 10 Janvier, achACT informe sur cette mobilisation et appelle les marques et enseignes qui se fournissent au Cambodge à se positionner en faveur d’augmentations salariales et à garantir aux employeurs et au gouvernement cambodgiens qu’elles continueront à s’approvisionner dans les usines du pays en cas d’augmentation. L’article est relayé par 5 organisations membres.



Le 10 Février, suite à l’arrestation de 23 activistes syndicaux au Cambodge lors des manifestations des 2 et 3 Janvier, achACT organise une **manifestation devant l’ambassade du Cambodge** à Bruxelles. 150 personnes participent à la manifestation, représentant 11 organisations membres. L’action connaît un important retentissement médiatique. Suite à la mobilisation, l’ambassadeur acceptera de recevoir une délégation d’organisations belges et de la CSI.

Le 2 Septembre, les Diables Rouges, tout auréolés de leurs bonnes performances lors de la Coupe du monde de football, se choisissent un nouvel équipementier : Adidas. Pour achACT, c’est l’occasion **d’interpeller cet important client de l’industrie du Cambodge** sur les salaires payés aux travailleuses de sa filière. Sept organisations membres relaient l’appel.

Le 17 Septembre, achACT poursuit son soutien aux mobilisations de travailleuses et travailleurs cambodgiens exigeant un salaire minimum de 177 \$ mensuels (137 €). achACT lance un **appel à l'action** pour interpeller C&A, Levi Strauss & Co. et H&M, trois clients principaux de l'industrie de l'habillement du Cambodge et informe sur les impacts des actions menées. achACT, la Schone Kleren Campagne et les syndicats belges organisent également un **rassemblement** devant l'ambassade du Cambodge à Bruxelles. 100 personnes prennent part à l'action. 10 organisations membres participent à l'action devant l'ambassade, 11 organisations diffusent l'information. Plusieurs médias relaient.

Du 6 au 25 octobre, achACT organise le **séjour en Europe de quatre témoins cambodgiens** : deux travailleuses de l'habillement et deux permanents du syndicat C.CAWDU. Au programme : rencontres avec des délégués syndicaux de H&M et Zara, trois conférences-débats publiques, une table-ronde avec des entreprises belges, ou encore le vernissage de l'Exposition Salaire Vital. Cinq organisations membres ainsi que deux autres organisations (Festival Millénum et CIEP) participent ou co-organisent des activités. Deux médias annoncent des événements.

Le 6 octobre, achACT co-organise avec la Clean Clothes Campaign, un **séminaire sur les salaires dans l'industrie de l'habillement cambodgienne au Parlement Européen**.



Vong Vuthy (CCAWDU) expose la réalité des travailleuses cambodgiennes et l'idée d'un Sustainability Compact entre l'Union Européenne et le Cambodge est discutée avec les 11 Parlementaires ou assistants présents.

Le 7 octobre, une délégation d'une trentaine de personnes menée par achACT remet aux représentants belges de H&M et Zara (Inditex) une **déclaration commune de solidarité de filière** cosignée par les représentants des consommateurs belges (Test-Achats), des travailleurs belges de H&M et Zara (CNE, SETCa et LBC), des travailleurs de l'industrie belge de l'habillement (FGTB-CG et CSC Météa) et des travailleurs cambodgiens (C.CAWDU) appuyant les revendications de ces derniers en matière salariale et sur le rôle des entreprises qui s'approvisionnent dans ce pays.

Cette déclaration de solidarité de filière est une première qui sera par la suite répétée lors de la visite des Cambodgiens dans d'autres pays d'Europe et notamment en Suède, siège d'H&M. La remise de cette déclaration a été préparée notamment lors d'une rencontre le 6 octobre avec les délégués syndicaux de H&M et Zara. Huit organisations membres participent à l'action qui est largement relayée par les médias à l'occasion de la Journée internationale du travail décent.

### La brochure « Devenez achACTEURS pour un salaire vital »

Le 30 Juin, achACT publie la **brochure « Devenez achACTEURS pour un salaire vital »** qui propose les profils de 55 marques et enseignes présentes sur le marché belge. Les profils analysent les engagements et les pratiques des entreprises pour garantir un salaire vital aux travailleuses et travailleurs de leurs filières



d'approvisionnement. La brochure est également disponible via **application pour smartphone** qui permet de consulter les profils au moment des achats. La brochure est relayée par 11 organisations membres et connaît un retentissement médiatique très important.

Le 30 Juin, achACT inaugure le **module d'animation « Win for Life »**, une roue de la fortune mettant en parallèle les marques et les conditions salariales dans leurs filières d'approvisionnement, lors d'une **action de sensibilisation rue Neuve**. Le module sera également utilisé par l'ACRF à **LaSemo** et aux **Fêtes de Wallonie**.



## Made in Europe

Le 16 Juin, achACT diffuse le **rapport « Made in Europe »** qui démontre que les conditions salariales des travailleuses de l'habillement dans plusieurs pays d'Europe Orientale y compris au sein de l'Union européenne sont comparables voire parfois pires que celles vécues en Asie. Le rapport est exploité par 9 organisations membres et fait l'objet d'échos médiatiques.

## L'Appel de Sophie

En Avril et Mai, achACT diffuse le **spot vidéo « Appel de Sophie »** via la Fédération des Télévisions locales. En 20 secondes, le spot met en relief la situation des travailleuses de l'habillement par le biais d'une travailleuse en Belgique. A imaginer Sophie près de chez nous, le sort de celles et ceux qui fabriquent nos vêtements nous choque-t-il davantage ? Toutes les Télévisions locales de FWB diffusent ce spot pour une audience cumulée de 500.000 téléspectateurs.

Le 24 Octobre, achACT inaugure **l'exposition Salaire Vital** lors d'une soirée organisée à la Tricoterie (Saint Gilles). L'exposition, constituée de neuf panneaux prend la forme d'un carnet de voyage, celui de Sophie qui part à la rencontre de Sun, travailleuse cambodgienne de l'industrie de l'habillement. L'exposition présente plusieurs niveaux de lecture, du descriptif à l'analytique et propose des actions à menées individuellement ou de manière collective. L'exposition est intégrée dans la valise LED de la campagne Protection sociale coordonnée par le CNCD-11.11.11. En 2015, un **cahier pédagogique** viendra compléter l'exposition.



## Le webgame

Le 25 Février, achACT adapte en français et diffuse le **webgame « Embobiné »** où le joueur vit la situation d'une travailleuse de l'habillement dont le salaire ne permet pas de subvenir aux besoins essentiels. Le jeu permet de comprendre les conditions de vie et de travail des travailleuses entraînées dans une spirale infernale de stress, heures supplémentaires, endettement et soins de santé insuffisants. Le webgame est relayé par 5 organisations membres.

# En action

## HORS CAMPAGNES

### Les actions urgentes hors campagnes

achACT a mené et suivi 6 actions urgentes en 2014. 4 concernaient des questions de sécurité au travail (Rana Plaza, Tazreen, Aswad et BEO Fashion). Ces Actions ont été intégrées dans la campagne « Incendies et effondrement d'usines ». L'action urgente qui concerne la répression des mobilisations de travailleurs cambodgiens qui revendique une augmentation du salaire minimum est intégrée dans la campagne « Devenez achACTEURS pour un salaire vital ». Les deux autres sont décrites ci-dessous :

#### Crescent Bahuman – Pakistan

Depuis 2007, le syndicat pakistanais Ittefaq Mazdoor Union (IMU) fait face à des actions atisyndicales, comme le licenciement abusif d'un millier de travailleurs syndiqués, une plainte en justice construite de toute pièce ou la création d'un « syndicat » pro direction.

En 2014, achACT a continué à soutenir IMU et a poursuivi ses contacts avec Levis Strauss, un des clients de l'usine, pour qu'il face pression sur son fournisseur afin que ce dernier réintègre et paie les arriérés de salaire de 29 travailleurs licenciés abusivement, reconnaisse le syndicat IMU et abandonne toutes plaintes déposées contre les travailleurs et le syndicat.

#### Pioneer – Bangladesh

Le 21 mai, Monir, un permanent syndical du NGWF, est roué de coup (jambe fracturée) et menacé de mort. Quelques jours plus tôt, 32 travailleurs qui venaient de rejoindre le syndicat étaient licenciés.

achACT et le réseau de la Clean Clothes Campaign ont soutenu Monir, les 32 travailleurs licenciés et le NGWF en contactant directement C&A et H&M, les deux clients importants de l'usine. Grâce à la pression exercée, un accord est conclu entre la direction de l'usine Pioneer et le NGWF au sujet de la prise en charge des frais médicaux de Monir, la réouverture du bureau syndical local et le paiement des indemnités de rupture de contrat aux travailleurs licenciés.

### Le Plaidoyer politique

Les décisions politiques peuvent directement influencer les conditions de travail de celles et ceux qui fabriquent nos vêtements. Des leviers d'action politique existent tant dans les Régions, au Fédéral qu'au sein de l'Union Européenne pour imposer le respect des droits des travailleurs aux entreprises et aux Etats.

Partant des constats que l'industrie de la mode, comme celle de l'électronique, du jouet, ou d'autres biens manufacturés de consommation courante est aujourd'hui fondée sur le mépris de ceux et celles qui travaillent dans les usines de pays à bas salaires et que les pratiques des marques et enseignes de distribution sont souvent à l'origine de violations graves des droits des travailleurs dans leurs filières d'approvisionnement, achACT a développé, porté et diffusé quatre propositions politiques qui visent à renforcer le respect des droits des travailleurs dans les filières d'approvisionnement :

- Imposer le respect des Droits de l'Homme aux entreprises ;
- Intégrer des critères sociaux dans les marchés publics, liés aux circonstances de fabrication des produits concernés ;
- Imposer une traçabilité des produits et une transparence des entreprises ;
- Adapter les politiques commerciales.

La **journée d'énergétisation** organisée par achACT le 3 février 2014 a servi à développer et discuter de ces propositions politiques avec les 6 organisations membres présentes (CNCD 11.11.11., Oxfam-Mdm, CNE, Test-achats, Solidarité Mondiale et ACRF).

En préparation aux élections régionales, fédérales et européennes du 25 mai 2014, achACT a, en collaboration avec OXFAM-Magasins du monde, organisé 3 **formations** de citoyens (13/02 Ottignies, 14/02 Bruxelles, 15/02 Namur) sur ces quatre propositions afin de les mettre en capacité d'en discuter avec les candidats aux élections auxquelles ont participé un total de 36 personnes. achACT a également accompagné et soutenu ces 36 citoyens lors des **interpellations** organisés par le CNCD 11.11.11. (18/03 Ottignies, 20/03 Namur et 26/03 Bruxelles) qui leur ont permis d'exposer ces propositions et d'en discuter avec les candidats de leur circonscription.



Parallèlement à cette démarche citoyenne, achACT a également directement contacté les partis politiques afin de leur demander leur position sur les quatre propositions développées. achACT a ensuite **analysé et informé sur les positions des partis politiques** et des candidats. 2 organisations membres ont diffusé l'article vers leur public.

## **Jouet**

Suite à l'appel à l'action « **Libérez Barbie ouvrière** » lancé fin 2013, Mattel accepte de rencontrer China Labour Watch en Janvier 2014. Le 30 janvier, achACT informe de ce premier pas. Malheureusement, Mattel ne prend aucun engagement concret pour améliorer les conditions de travail mises en lumière dans les précédents rapports.

Début décembre, achACT relance un **appel à l'action** en raison de la persistance des violations des droits de l'Homme dans trois usines chinoises qui approvisionnent Mattel. 640 personnes participent à l'action diffusée par achACT et relayée par quatre organisations membres.

## **Sport**

En collaboration avec Marc Molitor, achACT a participé à la rédaction d'un dossier dans le magazine Sport & Vie du mois de Juillet.

En Septembre, à l'occasion de sa désignation comme équipementier des Diabes Rouges, achACT a lancé une action visant Adidas, exigeant qu'il garantisse un salaire vital aux travailleurs fabriquant ses vêtements et chaussures de sport.

## **Suivi entreprise**

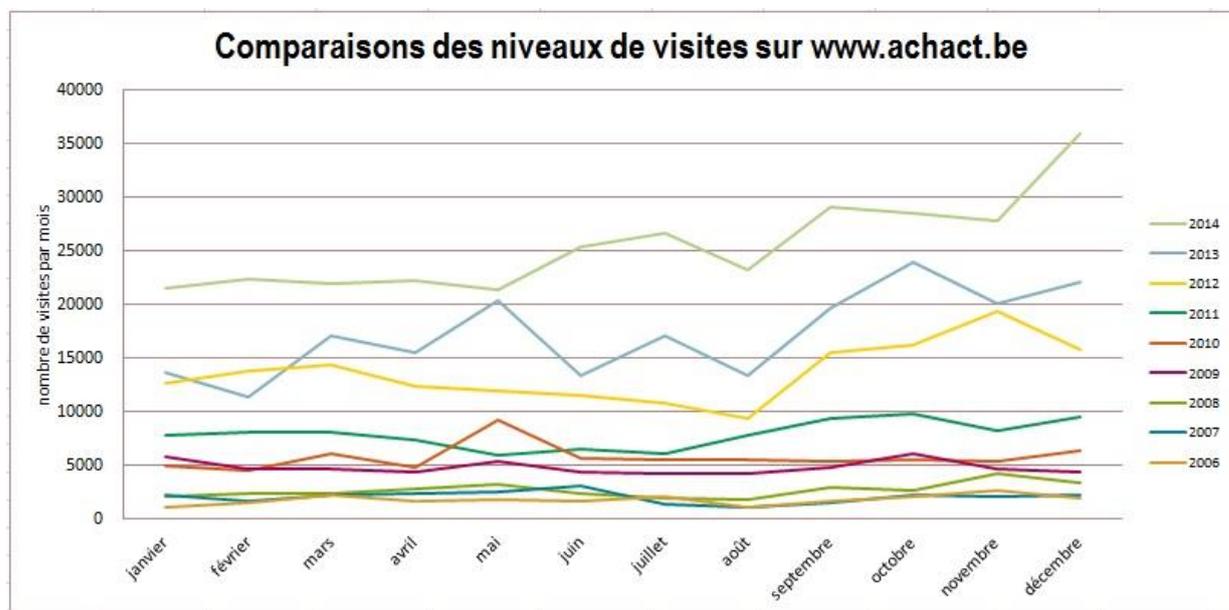
Le 24 Octobre, achACT organise une **table ronde des entreprises belges** consacrée au salaire vital en présence des représentants cambodgiens. Bel & Bo, JBC, C&A, Stanley & Stella, E5 Mode, ACP ainsi que les fédérations sectorielles Coméos et Créamoda y prennent part aux côtés de 6 organisations membres. Dans la foulée, **Bel & Bo annonce son adhésion à la Fair Wear Foundation**. achACT répercute positivement cette nouvelle. Le communiqué est relayé par un média.

En décembre, achACT répond aux très nombreuses **sollicitations médiatiques liées à l'ouverture d'un magasin Primark**, rue Neuve à Bruxelles en rédigeant un article web.

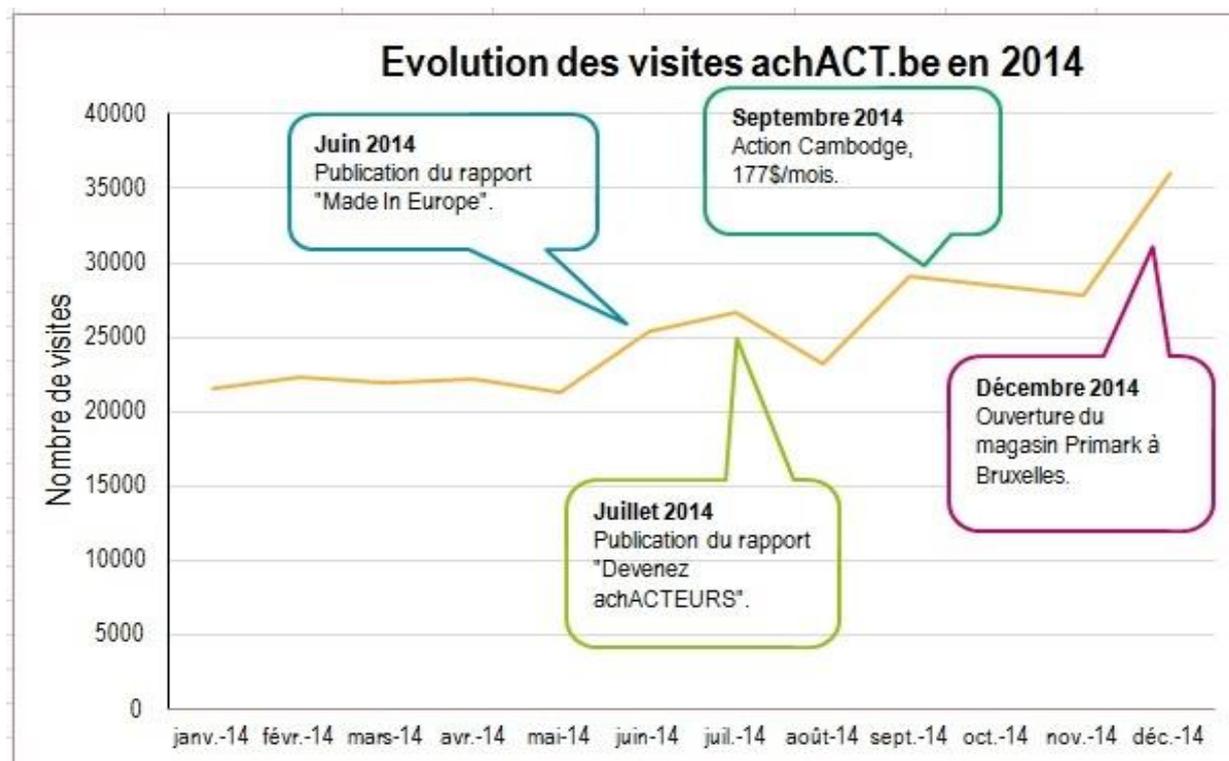
# Communication

## Site internet

Depuis 2006, le nombre de visite du site web d'achACT affiche une croissance continue. Le lancement du nouveau site en septembre 2011 a renforcé cette tendance. Le suivi de l'effondrement du Rana Plaza et la campagne Salaire Vital ont renforcé l'attractivité du site web d'achACT en 2013 et 2014.



L'augmentation des visites sur achACT.be est structurelle. Chaque mois de 2014 a dépassé son équivalent de 2013. La hausse des visites n'est donc pas uniquement soutenue par des actions ponctuelles, mais semble également refléter une plus grande reconnaissance d'achACT sur la toile.



## 2014, une nouvelle année record

La fréquentation du site internet a encore augmenté par rapport à 2013. En 2014, achACT.be a comptabilisé 306.225 visites, soit 98.254 de plus qu'en 2013. Cette tendance se confirme aussi par des moyennes mensuelles et journalières en forte hausse. En 2014, la moyenne est de **25.518 visites mensuelles** contre 17.331 en 2013, soit une augmentation de 47%.

**Un nouveau record de visite** a été atteint en décembre 2014, avec **36.023 visites** suite à l'article web et les relais média relatifs à l'ouverture du magasin Primark à Bruxelles.

On peut parler d'une année exceptionnelle. achACT s'était fixé comme objectif pour 2014 de se conforter au dessus des 15.000 visites par mois et de dépasser les 20.000 pendant 6 mois. Mission plus qu'accomplie puisque les 20.000 visites ont été dépassée tous les mois.

Evolution du nombre de visite									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
janvier	1.160	2.260	2.046	5.771	4.905	7.759	12.712	13.703	21.554
février	1.588	1.698	2.352	4.751	4.545	8.076	13.900	11.421	22.339
mars	2.290	2.302	2.429	4.735	6.118	8.125	14.393	17.091	21.938
avril	1.736	2.356	2.771	4.437	4.838	7.378	12.380	15.556	22.206
mai	1.771	2.548	3.267	5.423	9.190	5.980	11.950	20.452	21.381
juin	1.623	3.102	2.410	4.428	5.712	6.516	11.493	13.332	25.409
juillet	2.157	1.424	2.033	4.187	5.478	6.078	10.821	17.066	26.625
août	1.112	1.142	1.763	4.194	5.568	7.807	9.331	13.347	23.268
septembre	1.618	1.556	2.968	4.813	5.354	9.461	15.491	19.710	29.178
octobre	2.158	2.205	2.630	6.175	5.547	9.764	16.190	23.955	28.499
novembre	2.670	2.174	4.250	4.643	5.422	8.310	19.459	20.188	27.805
décembre	1.915	2.254	3.417	4.329	6.420	9.549	15.820	22.150	36.023
<b>TOTAL</b>	<b>21.798</b>	<b>25.021</b>	<b>32.336</b>	<b>57.886</b>	<b>69.097</b>	<b>94.803</b>	<b>163.940</b>	<b>207.971</b>	<b>306.225</b>
Moyenne mensuelle	1.817	2.085	2.695	4.824	5.758	7.900	13.662	17.331	25.519
évolution		14,8%	29,2%	79,0%	19,4%	37,2%	72,9%	26,9%	47,2%

## Vers les achACTEURS

### Newsletter

16 Newsletters achACTEURS ont été diffusées en 2014 (identique à 2013). Le

nombre d'abonnés à la Newsletter d'achACT est passé de 14.485 abonnés en 2013 à 13.704 en 2014 suite à un nettoyage de la base de données supprimant 2.365 adresses. Soit **1.584 nouveaux abonnés en 2014** (contre 2.486 nouveaux abonnés en 2013).

Evolution du nombre d'abonnés		
	1-janv	31-déc
NEWSLETTER	14.485	13.704

### Réseaux sociaux

achACT utilise régulièrement Facebook et de manière plus sporadique Twitter. Les publications concernent

très majoritairement le relais des actions urgentes, des actualités, campagnes, vidéos et autres

Evolution du nombre d'abonnés		
	1-janv	31-déc
FACEBOOK	1.357	2.057
TWITTER	139	209

outils développés par achACT. Facebook et Twitter sont aussi le lieu de diffusion des impacts et résultats des campagnes et actions.

Fin 2014, achACT compte 2.057 abonnés sur Facebook, soit 700 de plus que fin 2013. Sur Twitter, le nombre de followers est passé de 139 à 209. Le nombre des abonnés Facebook et Twitter montrent donc une progression constante, bien que le nombre d'abonnés reste faible comparativement à la newsletter.

achACT se fixe comme objectif en 2015 de mettre en place une stratégie sur les réseaux sociaux afin d'y intensifier son activité, d'augmenter significativement son nombre de followers sur Facebook et Twitter et de se positionner comme expert auprès des leaders d'opinions présents sur Twitter.

## **Vers les organisations membres**

achACT développe des modes de concertation et de communication avec ses organisations membres en vue notamment de proposer ses services de manière proactive et d'instaurer une dynamique renforcée de collaboration. En 2014, ce travail de concertation et de communication avec les organisations membres s'est déployé sous plusieurs formes.

### **Mailing-list [Plateforme]**

La mailing-list plateforme est composée de 80 contacts (au 19 Juin 2015). Il s'agit des personnes de contacts au sein des organisations membres. En 2014, la coordination a envoyé 31 mails à la liste plateforme, principalement pour anticiper les communiqués de presse, proposer des activités, diffuser des outils, annoncer des événements et publications et communiquer sur des impacts.

### **Rencontres bilatérales**

Ces rencontres ont pour but de permettre d'échanger sur les besoins et perspectives de l'organisation membre et des propositions de la coordination, de programmer des collaborations (relais, actions, coproductions) et de définir des méthodes de travail et les canaux de communication qui permettront de répondre au mieux aux besoins des organisations membres.

En 2014, la coordination a rencontré 7 organisations membres en réunion bilatérale : CNE, Jeunes CSC, OXFAM-Magasins du monde (2X), CNCD 11.11.11., Test-Achats, ACRF et Solidarité Mondiale. achACT a également rencontré l'ASBL Terre (non membre) en réunion bilatérale.

### **Groupes de travail thématiques**

En 2014, achACT a développé des outils sur base des recommandations du groupe de travail Salaire vital qui s'est réuni à quatre reprises en 2013 et une dernière fois, le 9 Janvier 2014.

Par ailleurs achACT a réuni un groupe de travail en préparation de la participation d'organisations membres d'achACT au Forum international de la Clean Clothes Campaign qui s'est déroulé à Hong Kong en Novembre 2014. Deux représentants d'organisations membres (CNCD-11.11.11 et FGTB-CG) ont participé à la délégation d'achACT au côté de trois permanents d'achACT et d'un collaborateur bénévole. La délégation d'achACT y a organisé deux ateliers thématiques (protection sociale et demandes politiques) et a activement participé aux débats portant sur la nouvelle structure de notre réseau international et sur le Plan stratégique global 2015-2020.

### **Journée annuelle d'énergétisation**

En 2014, la Journée d'énergétisation a eu lieu le 3 Février, à Bruxelles. Elle a été consacrée au plaidoyer politique (demandes et stratégie d'action lors de la campagne électorale 2014). Cette journée a réuni des représentants du CNCD-11.11.11, de Solidarité Mondiale, de Test-Achats, d'OXFAM-Magasins du monde et de la CNE. Cette Journée d'énergétisation a permis de déployer l'ensemble du travail de formation du public d'organisations membres et de plaidoyer en 2014.

## Vers les médias

En 2014, achACT a publié 10 Communiqués de presse dont 9 ont fait l'objet d'une couverture dans certains médias. achACT a également envoyé 7 invitations à la presse pour couvrir ses actions. Toutes les actions ont été couvertes par des médias. achACT a recensé plus de 70 relais dans les médias belges francophones en 2014.

Comme en 2013, achACT constate en 2014 que les médias nous reconnaissent comme expert et nous contactent de leur propre initiative lorsque des sujets touchent à nos thématiques, comme ce fut le cas lors de l'ouverture du magasin Primark rue Neuve.

À noter également les deux co-productions médiatiques que constituent l'article dans Sport et Vie et le web-reportage « Made in Bangladesh » réalisé par Patrice Hardy et Marc Molitor, qui a remporté le « Prix développement durable pour la presse - catégorie web » décerné par le CFDD.

## Formations, interventions, conférences

### À l'initiative de tiers (organisations membres ou non)

Date	Type et thématique	Organisation initiatrice	Impact
03/02	Formation / salaire vital	CSC – Bertrix	20 personnes mobilisées pour un salaire vital
13/02	Formation/interpellations politiques	Oxfam-Mdm	20 bénévoles mobilisés pour interpellier les candidats
13/02	Intervention / salaire vital	Solidarité mondiale	100 personnes sensibilisées
14/02	Formation/interpellations politiques	Oxfam-Mdm	20 bénévoles mobilisés pour interpellier les candidats
15/02	Formation/interpellations politiques	Oxfam-Mdm	20 bénévoles mobilisés pour interpellier les candidats
20/02	Film-Débat / salaire vital	Oxfam-Bertrix	15 personnes sensibilisées sur les enjeux d'un salaire vital
11/03	Audition / salaire vital	Comité Economique et Social Européen	50 personnes sensibilisées
11/03	Conférence / marchés publics	Gouvernement fédéral	60 personnes sensibilisées
05&12/05	Formation / salaire vital	CNE Commerce	30 syndicalistes mobilisés pour un salaire vital
09/05	Intervention / salaire vital	Parlement européen	100 jeunes sensibilisés aux enjeux d'un salaire vital
10/06	Partenariats pour le développement durable / présentation de la FWF	Institut Fédéral Développement Durable	50 personnes informées
26/06	Formation / salaire vital	CSC Namur	20 permanents CSC mobilisés pour un salaire vital
02/07	Formation / générale	ITECO	25 personnes sensibilisées
10/07	Formation / générale	CTB	25 personnes sensibilisées
28/08	Formation / générale	ITECO	25 personnes sensibilisées
21/09	Formation / générale	CTB	25 personnes sensibilisées
08/11	Intervention / marchés publics	Oxfam-Mdm Braine-l'Alleud	25 personnes sensibilisées
01/12	Conférence-débat / RSE	UCL / Saint Louis	80 étudiants sensibilisés
06/12	Formation / générale	CTB	25 personnes sensibilisées
11/12	Formation / générale	Ephec	70 étudiants sensibilisés

# En scène

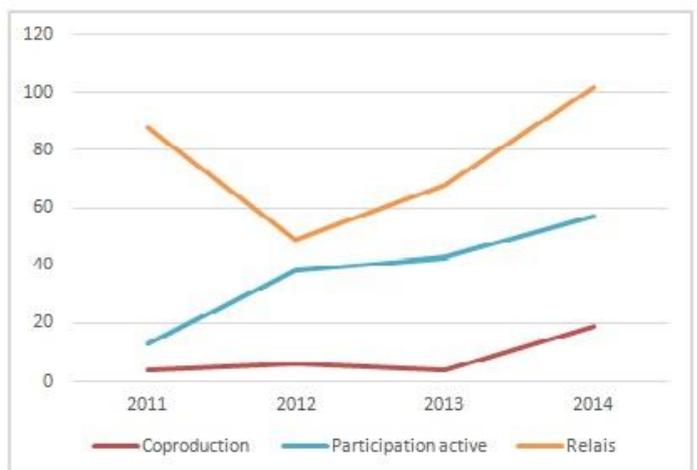
## Les organisations membres

En 2014, suite à la démission du CRIOC, la plateforme achACT compte 23 organisations membres



## Évolution de la participation des organisations membres

19 organisations ont coproduit, participé activement ou relayé au moins une action cette année. 5 organisations ont participé à la journée d'énergétisation du 3 février 2014. 8 organisations ont rencontré la coordination d'achACT en réunion bilatérale. En 2014, la participation des organisations membres augmente fortement. On dénombre 102 relais (68 en 2013), 57 participations actives (43 en 2013) et 19 coproductions (4 en 2013).



2014	Salaire Vital															
Coproduction Participation active Relais	Réunion bilatérale	Cambodge, -web 9/01	Mission Sri Lanka 19/01	Free the 23   10/02	Webgame 26/02	Les 23 libérés 3/06	Made in Europe 16/06	Action Rapport black 30/06	Rapport black 30/06	Action 177\$ 17/09	Rencontres syndicales 6/10	Action H&M et Zara 7/10	Conférence Millénium 7/10	Conférence Journal 8/10	Conférence Oxfam 22/10	Expo Salaire vital 24/10
CNE																
CSC																
CSC Météa																
FGTB																
FGTB CG																
SETCa																
Jeunes CSC																
Jeunes FGTE																
Empreintes																
Nat. & Pro.																
écoconso																
Test-Achats																
LDF																
MOC																
Gresea																
ACRF																
CNCD																
Monde SF																
Oxfam MDM																
Oxfam Sol.																
Peuples Sol.																
Sol. Mond.																
Sol. Soc																
Autres																
Médias																



## Les instances

### Le Conseil d'administration

En date de l'assemblée générale 2014, le Conseil d'administration est composé des organisations et personnes physiques suivantes qui entament toutes leur dernière année de leur mandat de trois ans :

- Philippe Paermentier (CSC)
- Denis Lambert (à titre de personne physique)
- Sophie Grenade (FGTB)
- GRESEA (Erik Rydberg)
- OXFAM-Magasins du monde (Denis Clérin)
- Solidarité Mondiale (Jennifer Vanden Driessche)

*Le CNCD-11.11.11 participe aux séances du CA en tant qu'invité permanent.*

En 2014, Le Conseil d'administration a concentré ses travaux stratégiques sur l'évaluation de l'année 2013, l'évaluation de l'action du 24 Avril 2014, l'évaluation de la participation d'achACT et d'organisations membres au Forum international CCC de Hong Kong, la préparation du Forum international d'achACT en 2015 et sur une réflexion prospective sur le futur d'achACT (centrée sur l'évolution de la ligne de travail « Electronique » et de celle sur le plaidoyer politique).

### L'Assemblée générale

L'Assemblée générale compte 22 membres :

- |                          |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| ▪ ACRF                   | ▪ La Ligue des Familles     |
| ▪ CNCD – 11.11.11        | ▪ Le Monde selon les femmes |
| ▪ CNE                    | ▪ MOC                       |
| ▪ CSC                    | ▪ Nature & Progrès          |
| ▪ CSC Météa              | ▪ Oxfam-Magasins du monde   |
| ▪ Ecoconso               | ▪ Oxfam-Solidarité          |
| ▪ Empreintes             | ▪ Peuples Solidaires        |
| ▪ FGTB                   | ▪ SETCA                     |
| ▪ FGTB Centrale Générale | ▪ Solidarité mondiale       |
| ▪ GRESEA                 | ▪ Solidarité socialiste     |
| ▪ Jeunes CSC             | ▪ Test-Achats               |

L'AG s'est réunie le 20 mai 2014 à Louvain-la-Neuve. Elle a acté les démissions de ProJeuneS et de la FGTB TVD, qui est désormais intégrée dans la FGTB-Centrale Générale. L'Assemblée générale a admis la FGTB-Centrale Générale en tant que membre. Le CRIOC nous a fait part de sa démission.

En 2014, l'Assemblée générale d'achACT a concentré ses débats sur l'évaluation des relations entre achACT et ses organisations membres et sur la mobilisation des organisations membres pour le Forum international organisé par achACT en 2015.

## L'équipe de coordination en 2014



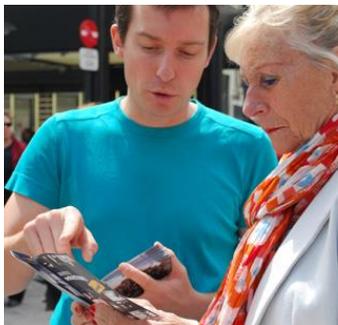
### **Carole Crabbé (1ETP)**

- Secrétaire générale
- Coordinatrice
- Ligne vêtements
- Ligne sport



### **Catherine Parmentier (0,7 ETP)**

- Chargée de communication
- Attachée de presse
- Ligne jouet



### **Jean-Marc Caudron (0,8 ETP)**

- Responsable des actions urgentes
- Plaidoyer politique
- Ligne électronique
- Ligne sport

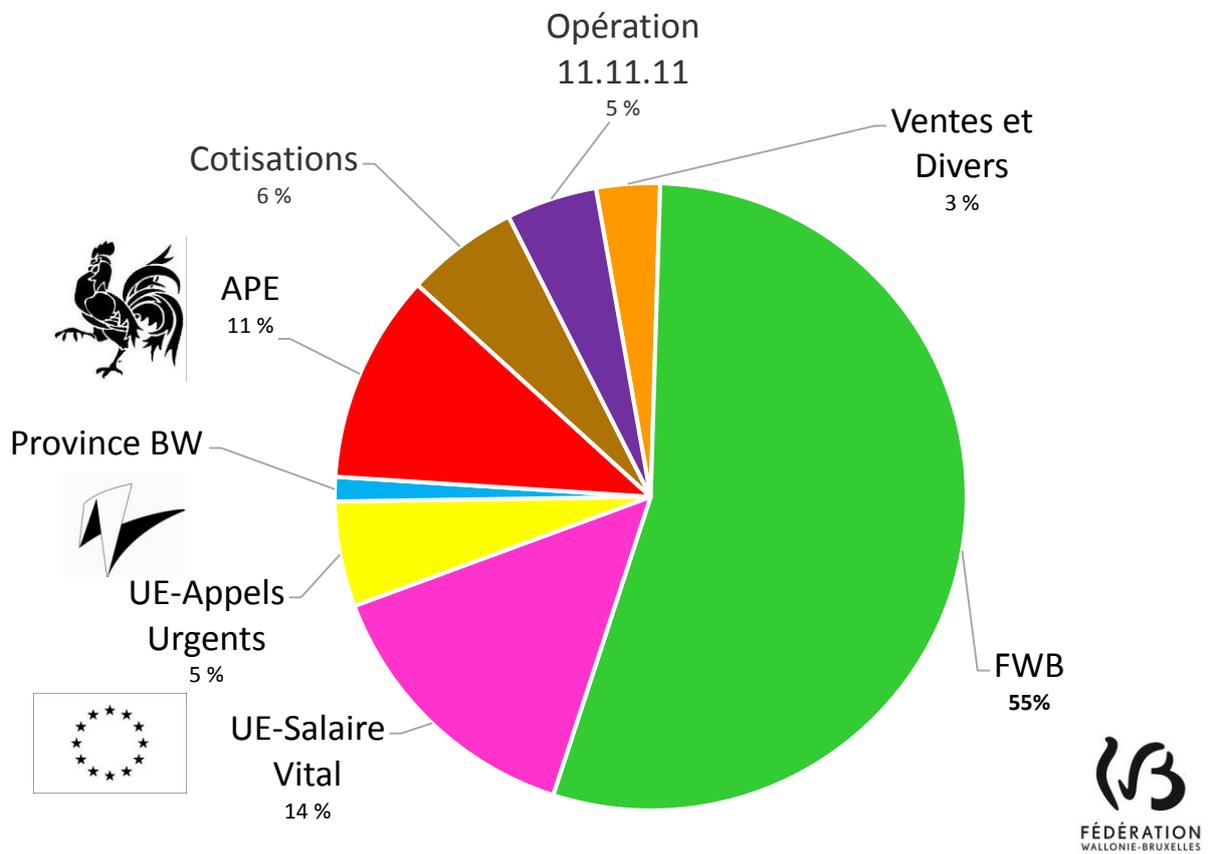


### **Noémie Picavet (0,5 ETP)**

- Mobilisatrice des organisations membres
- Organisatrice d'événements

# En coulisse

## Les sources de financement en 2014



# En réseau

## En Belgique

### La Coalition Travail Décent

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



### 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 collecte de données, d'interpellation et de suivi des entreprises belges et d'actions publiques, en particulier sur Bruxelles. En 2012, Frieda De Koninck, coordinatrice de la Schone Kleren Campagne depuis son lancement en 1996, a pris son envol vers d'autres horizons et a cédé la place à Ben Vanpeperstraete. La coordination de la plate-forme flamande ne fait pas l'objet d'une association spécifique. Elle est hébergée par Wereldsolidariteit.



## Les réseaux internationaux

### Clean Clothes Campaign (CCC)

La CCC devient, par sa nouvelle structure, un réseau global, présent en Europe avec 16 plates-formes nationales mais aussi dans les pays de production, principalement en Asie. La CCC est renforcée par un Bureau international (IO) et s'allie à des organisations internationales comme la CSI, IndustriALL et UNI, l'Asia Floor Wage ou le Workers Right Consortium. 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.



### 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 membre du réseau international Goodelectronics, composé de 150 organisations et individus qui travaillent à l'amélioration des conditions sociales et environnementales de fabrication des produits électroniques. En 2012, achACT a principalement suivi l'évolution des engagements d'Apple.



### PlayFair

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. Les membres de l'Alliance sont entre autres la Confédération syndicale internationale (CSI), IndustriALL Global Union, le Syndicat international des ouvriers du bâtiment (BWI), Maquila Solidarity Network, Oxfam Australie et la Clean Clothes Campaign.





**achACT – Actions Consommateurs Travailleurs**

Place de l'université, 16  
1348 Louvain-la-Neuve  
+32 (0) 10 45 75 27  
[achacteurs@achact.be](mailto:achacteurs@achact.be)  
[www.achact.be](http://www.achact.be)

