



RAPPORT D'ACTIVITÉS 2017

SOMMAIRE

ÉDITO	p.3
ÇA BOUGE	p.4
<ul style="list-style-type: none">• DANS LES PAYS DE PRODUCTION• EN BELGIQUE FRANCOPHONE	
1. EN ACTION VERS NOS OBJECTIFS	p.5
1.1. LA CAMPAGNE D'ANNÉE : TRANSPARENCE SUR LA FILIÈRE	p.5
1.2. NOS THÉMATIQUES STRATÉGIQUES	p.6
<ul style="list-style-type: none">• SANTÉ ET SÉCURITÉ• SALAIRE VITAL ET LIBERTÉ D'ASSOCIATION• RELATION D'EMPLOIS	
1.3. PLAIDER AUPRÈS DES DÉCIDEURS POLITIQUES	p.8
<ul style="list-style-type: none">• AUPRÈS DE LA COMMISSION ET DU PARLEMENT EUROPÉEN• AUPRÈS DU GOUVERNEMENT BELGE• AUPRÈS DU PARLEMENT FÉDÉRAL	
1.4. FAIRE BOUGER LES ENTREPRISES BELGES	p.9
2. EN ACTION AVEC NOS PUBLICS	p.10
2.1. AVEC UN POTENTIEL DE PUBLICS VARIÉS	p.10
2.2. AVEC UNE FORCE DE SYMPATHISANTS	p.10
2.3. AVEC UNE FORCE DE MILITANTS	p.11
2.4. AVEC UNE FORCE D'ORGANISATIONS MEMBRES	p.12
2.5. AVEC UNE FORCE D'ACHETEURS COLLECTIFS	p.13
2.6. VERS LES MÉDIAS	p.13
3. EN ACTION AVEC NOTRE RÉSEAU INTERNATIONAL	p.14
<ul style="list-style-type: none">• INTERNATIONAL• EUROPE• BELGIQUE	
4. LES CHEVILLES OUVRIÈRES	p.16
<ul style="list-style-type: none">• LES INSTANCES• L'ÉQUIPE DE COORDINATION• LES SOURCES DE FINANCEMENT	
ANNEXE : LES ENSEIGNEMENTS DE NOS PRESTATIONS DE SERVICE COLLECTIF EN TERMES D'ÉDUCATION PERMANENTE	p.18

Photo de couverture : Action de la Campagne Transparence devant la Commission européenne le 24 avril 2017

ÉDITO

La transparence, le mot est galvaudé à force d'être mis à toutes les sauces. Pourtant, il a bien fallu qu'achACT s'en empare et pour cause. achACT garde en mémoire l'image puissante du Rana Plaza effondré, des linceuls jonchant les terrains vagues, et, malgré l'urgence des secours, de militants fouillant les décombres à la recherche d'étiquettes de marques. Seul moyen d'identifier les entreprises donneuses d'ordre de l'une ou l'autre usine abritée par ce bâtiment. Ces morceaux de nylon ou de carton allaient déterminer notre capacité de demander des comptes aux entreprises européennes, en termes d'indemnisation des victimes et de prévention de tels accidents. Si le combat de l'indemnisation des victimes du Rana Plaza s'est conclu avec succès après trois ans de campagne, celui sur la prévention continue encore aujourd'hui avec, en 2017, la conclusion d'un nouvel Accord entre marques et syndicats pour la prévention des incendies et effondrements d'usine.

L'identification de la relation entre usine et donneur d'ordre est souvent une condition sine qua non à l'action d'achACT et de ses membres. Mais l'intérêt de la transparence ne s'arrête pas là. En identifiant le lien entre l'usine et celui qui porte le vêtement, la transparence permet d'actionner une solidarité directe entre consommateurs et travailleurs et entre travailleurs d'une même filière d'approvisionnement et de vente. A l'heure où le pouvoir sur les conditions de travail est dans les mains du donneur d'ordre, la transparence est aussi un levier puissant pour les travailleurs eux-mêmes qui peuvent ainsi connaître leur « employeur réel ». Enfin, pour qu'une entreprise se targue de faire tout ce qui est en son pouvoir pour respecter les droits humains dans ses filières d'approvisionnement, encore faut-il d'abord qu'elle sache effectivement qui produit ses vêtements et qu'elle en apporte la preuve.

Héritage du Rana Plaza, la transparence de la filière d'approvisionnement est aujourd'hui un enjeu central du combat d'achACT. Elle fut l'objet de sa campagne d'année en 2017. Fidèle à sa démarche, achACT a consulté des organisations de travailleurs des pays de production, interpellé 72 entreprises, soutenu des initiatives du Parlement européen et interpellé la Commission européenne. Cette dernière veut des consommateurs responsables ? Qu'attend-t-elle pour leur permettre de l'être effectivement : sans information comment les consommateurs peuvent-ils exercer un choix responsable ? Si 2017 a vu émerger le travail sur la transparence de filière mené par achACT, son réseau international et des organisations alliées, telles que Human Rights Watch et les fédérations syndicales internationales IndustriAll et Uni, il s'agit du début d'un combat de longue haleine qui devrait nous amener, dans les années prochaines, à développer de nouveaux outils pour que travailleurs et consommateurs puissent exercer leur droit à l'information et pour accroître nos capacités d'interpellation et de proposition vis-à-vis des entreprises et décideurs politiques.

Ce n'est qu'un début...

Carole Crabbé
Secrétaire générale

Vous trouverez dans les pages qui suivent, pour chacune de nos actions présentées : l'objectif que nous poursuivions, les moyens que nous avons mis en œuvre avec les organisations membres qui ont soutenu l'action et les médias qui ont relayé, et enfin, en encadré orange, ce que notre action a contribué à obtenir. .

ÇA BOUGE

- DANS LES PAYS DE PRODUCTION



Rapidement après l'effondrement du Rana Plaza au Bangladesh, les syndicats locaux et internationaux et les défenseurs des droits des travailleurs, parmi eux achACT, avaient fait pression sur les marques d'habillement pour qu'elles s'engagent à contribuer à la prévention en signant l'ACCORD 2013 sur la prévention incendie et la sécurité des bâtiments d'usine au Bangladesh. Cet Accord allait faire date. Si les entreprises s'engageaient sur base volontaire, elles se soumettaient cependant à un contrat juridiquement contraignant. Grâce à la pression médiatique et militante, 220 marques et distributeurs d'habillement ont alors signé cet Accord avec les organisations syndicales du Bangladesh.

Durant les cinq années de sa mise en œuvre, l'Accord a amélioré la sécurité de 2 millions de travailleurs de la confection dans 1.631 usines. Les inspections des usines ont identifié plus de 130.000 problèmes de sécurité dans ces usines. En 2017, au moment de considérer la suite de

ce premier Accord de 5 ans, 84% de ces problèmes étaient résolus. 142 usines avaient mis en œuvre l'entièreté de leur plan d'actions correctrices et 767 avaient corrigé 90% des problèmes identifiés.

Les termes d'un nouvel Accord ont été identifiés durant l'année 2017. Cet Accord qui entrera en vigueur en Mai 2018 pour une durée de trois ans permet de poursuivre et de pérenniser les avancées, d'étendre le champ d'action du premier Accord et de gérer la transition vers un système géré par les autorités du Bangladesh. Fin 2017 et début 2018, achACT interpellera les entreprises belges pour qu'elles adhèrent à ce nouvel Accord.

- EN BELGIQUE FRANCOPHONE

En 2017, OXFAM-Magasins du monde et Solidarité mondiale, deux organisations membres d'achACT, ont mené leur propre campagne en lien avec les conditions de travail dans l'industrie de l'habillement. Avec le soutien d'achACT, elles ont développé des outils de sensibilisation et d'action à destination de leurs militants et de leurs sympathisants.

Dans sa campagne Vêtements Clean, Solidarité mondiale s'est attaché à convaincre des entreprises belges d'équipements de sport à adhérer à la Fair Wear Foundation et à encourager les organisations et clubs sportifs à se fournir en t-shirts et équipements de sport collectifs fabriqués par des entreprises membres de la Fair Wear Foundation. OXFAM-Magasins du monde a promu des alternatives de commerce équitable, vêtements de seconde main et slow fashion et a notamment lancé un crowd funding pour l'achat de T-shirts fabriqués par un partenaire indien. En 2018, ces organisations relayeront également les demandes d'achACT autour de la Coupe du monde de football et de la campagne pour des achats durables à l'occasion des élections communales.

1. EN ACTION VERS NOS OBJECTIFS

1.1. LA CAMPAGNE D'ANNÉE : TRANSPARENCE

En 2017, achACT a entamé un travail de sensibilisation, de pression sur les entreprises et de plaidoyer politique pour exiger la transparence sur la filière d'approvisionnement. Quel est mon employeur « réel » ? C'est une question que se posent les travailleurs.euses de l'habillement lorsqu'ils luttent pour leurs droits. Qui a fabriqué mon vêtement et dans quelles conditions ? C'est la question posée par de plus en plus de consommateurs-trices. Connaître sa filière d'approvisionnement, c'est la première étape à franchir par une entreprise pour pouvoir assumer sa responsabilité de respecter les droits de l'Homme. Nous voulions donc que les marques et enseignes publient de l'information sur leurs filières d'approvisionnement.

Pour ce faire, nous avons participé à un groupe de travail international, formé des délégués syndicaux, lancé une pétition internationale visant Primark, Armani, Urban Outfitters, Walmart et Forever 21 et, quelques mois plus tard, avons déposé à Primark 67.981 signatures. Nous avons aussi interpellé la Commission européenne via une action de rue et la publication de l'appel lancée par 79 organisations européennes venant en soutien au rapport d'initiative du Parlement européen et demandant à la Commission de réguler en matière d'obligation de transparence des filières. Nous avons ainsi jumelé un travail en alliance internationale, un travail de

sensibilisation, en passant par les organisations et les médias, et des propositions d'actions pour les organisations, pour les citoyens, pour les entreprises et pour les décideurs politiques.



En Belgique francophone, ACRF, CNCD, CNE, CSC, CSC METEA, écoconso, Fashion Revolution, FGTB, FGTB-CG, FGTB Wallonne, GRESEA, Marche mondiale des femmes, Le Monde selon les femmes, MOC, Oxfam-Magasins de monde, Oxfam-Solidarité, SETCa, Solidarité Mondiale, Solidarité Socialiste et Test-achats ont signé l'Appel.

CNCD, CNE, FGTB, GRESEA, Oxfam-Magasins du monde Solidarité Mondiale et Solidarité Socialiste ont diffusé les informations via les réseaux sociaux, leur site web ou leur newsletter. CNCD, FGTB, FGTB-CG,

SETCa, Fashion Revolution, Solidarité Mondiale et Test-achats ont participé à l'action de rue du 24 avril.

Au niveau médiatique, 'L'Avenir', 'La Libre', 'La Première' et 'Euractiv' ont publié un article.

Ce à quoi l'action d'achACT a contribué : Le 27 avril, le Parlement européen vote le rapport d'initiative sur le devoir de vigilance et la transparence dans la filière de la confection du textile. Sur les 72 marques interpellées, 22 entreprises s'engagent en faveur du pacte pour la transparence. Quelques jours après la remise des pétitions, Primark publie une carte mondiale de ses fournisseurs détaillant leur nom, le nombre de leurs travailleurs, et la proportion homme-femme.

1.2. NOS THÉMATIQUES STRATÉGIQUES

● Santé et sécurité

Rana Plaza, plus jamais ça ! Nous visions à prévenir les incendies et effondrements d'usines et à assurer une juste indemnisation des victimes de tels accidents, principalement au Bangladesh. Côté prévention, nous voulions en 2017 que les entreprises signataires du premier Accord sur la prévention des incendies et effondrements d'usines (au Bangladesh) ainsi que les fédérations syndicales internationales coopèrent avec les syndicats locaux et la Clean Clothes Campaign. But ? Assurer un suivi durable à l'Accord sur la sécurité des usines au Bangladesh.



Pour ce faire, nous avons participé au groupe de travail international de la Clean Clothes Campaign sur l'Accord, informé nos organisations membres et nos sympathisants. A l'occasion d'un incendie puis d'une explosion de chaudière dans deux usines, nous avons publié des informations sur la dangerosité des usines au Bangladesh. Nous avons ainsi pu démontrer l'impact positif de la mise en œuvre du premier Accord au Bangladesh et la nécessité de sa prolongation pour trois années supplémentaires, contribuant ainsi à la conclusion d'un deuxième Accord. Une fois celui-ci rédigé, nous avons formé des délégués syndicaux, interpellé les entreprises belges et demandé au gouvernement fédéral d'intervenir auprès des entreprises belges pour qu'elles adhèrent à ce deuxième Accord.

CNCD, CSC, GRESEA, OXFAM-Magasins du monde et Solidarité Mondiale ont diffusé les articles sur leur site internet ou via leur newsletter, Facebook ou Twitter. La CNE a collaboré avec achACT dans le cadre de la formation syndicale.

L'action d'achACT a contribué à la signature du deuxième Accord, notamment par des entreprises belges (voir à ce propos la section « 1.3. Faire bouger les entreprises ». Cette démarche concerne les conditions de sécurité au travail de plus d'1 million de travailleuses et de travailleurs de l'habillement au Bangladesh.

• Salaire vital et liberté d'association

Dans quasi toute l'industrie de l'habillement, les travailleurs.euses ne disposent pas d'un salaire qui leur permet de régénérer leur force de travail, encore moins de subvenir aux besoins fondamentaux de leur famille. En 2017, nous voulions soutenir des luttes de travailleurs.euses pour un salaire vital.

1) Début 2017, nous avons diffusé de l'information et mené une action contre **la répression des syndicalistes de l'habillement au Bangladesh** suite à un mouvement de manifestation pour une augmentation des salaires. Nous avons lancé un appel urgent vers H&M, Gap, Zara et VF pour qu'ils boycottent le sommet de l'industrie de l'habillement au Bangladesh en le justifiant publiquement par la répression en cours. L'appel d'achACT a été signé par 1209 personnes en Belgique francophone.

ACRF, CNCD 11.11.11., CNE, FGTB, FGTB CG, CSC, CSC METEA, écoconso, Jeunes CSC, OXFAM-MDM, Solidarité Mondiale et Solidarité Socialiste ont diffusé les informations et propositions d'action sur Facebook, Twitter, leur site internet ou via leur newsletter.

'La Libre' a publié un article : « Textile : des pointures de la mode boycottent une conférence au Bangladesh »

L'action d'achACT a contribué au final à ce que les principales marques ont boycotté le sommet. Les syndicalistes arrêtés ont été libérés. Une majorité des travailleurs licenciés ont été réintégrés.

2) Nous avons relayé un appel urgent initié par la Clean Clothes Campaign turque sous forme de messages dans les poches de vêtements, exigeant de **Zara le paiement des arriérés de salaire aux travailleurs de Bravo en Turquie**. 300.000 signatures ont été collectées sur 'change.org'.

Vivacité – « On n'est pas des pigeons » a couvert l'action (interview « Dites à Zara de nous payer »).

Les travailleurs.euses n'ont pas obtenu gain de cause.

3) Nous avons relayé un appel urgent initié par Labour Behind the Label, la Clean Clothes Campaign en Grande-Bretagne, exigeant que **Marks & Spencer** intervienne pour garantir le paiement des **arriérés de salaires et indemnités légales des travailleuses de son fournisseur cambodgien Chung Fai** qui a fermé inopinément son usine. 805 personnes ont signé la pétition en français sur le site 'labourstart.org'.

Le blog 'lamodeautrement.be' a diffusé notre appel.

Plus de 2 ans après les faits, le cas n'est toujours pas résolu.



4) Nous voulions que **Nike et Adidas** négocient un nouvel accord sur la **limitation du travail précaire et les salaires** avec les organisations syndicales indonésiennes. Nous avons participé au groupe de travail international sur un deuxième protocole indonésien. Nous nous sommes concertés avec des syndicats indonésiens en vue de préparer une action internationale à l'occasion de la Coupe du Monde 2018. Nous nous sommes concertés avec la FGTB-SETCa dans le cadre de leur projet de soutien à trois syndicats indonésiens, avec la CSC et Solidarité Mondiale dans le cadre de leur campagne 'Vêtements Clean'. Dans ce cadre, nous avons soutenu l'interpellation d'entreprises belges de vêtements de sport. Enfin, nous avons adressé une lettre ouverte aux Diables Rouges et à l'Union belge de football (URBSFA), diffusé un message vidéo adressé par des syndicalistes indonésien.ne.s à Raja Nainggolan (d'origine indonésienne par son père) lui demandant de soutenir les travailleurs.euses indonésien.ne.s qui fabriquent les maillots et chaussures de sport.

ACRF, CNCD, CNE, CSC, écoconso, FGTB, FGTB-CG, GRESEA, Oxfam-Magasins du monde, Oxfam-Solidarité, SETCa, Solidarité Mondiale, Solidarité Socialiste et Test-Achats ont co-signé et diffusé la lettre ouverte.

'Le Soir' et 'La Libre' ont publié la lettre ouverte.

Nous espérons obtenir des avancées en 2018 avec la campagne autour du Mondial.

• Relations d'emploi

Nous voulions améliorer la capacité des travailleurs migrants à défendre leurs droits.

Pour ce faire, nous avons participé au groupe de travail européen sur les migrants. En 2017, nous avons publié et diffusé un positionnement sur les conditions de travail des Syriens dans les ateliers de confection en Turquie. Nous y avons intégré des demandes vis-à-vis de l'Union européenne, des marques et du gouvernement turc.

Solidarité Mondiale et OXFAM-Magasins du monde ont diffusé la note de positionnement.

Le journal parlé de la RTBF-Vivacité du 7/11/2017 a réalisé un reportage avec une interview d'achACT.



Ces demandes ont été en partie intégrées au plaidoyer 'Justice migratoire' du CNCD-11.11.11.

1.3. PLAIDER AUPRÈS DES DÉCIDEURS POLITIQUES

• Auprès de la Commission et du Parlement européens

Voir à ce propos le point « 1.1 sur la Campagne Transparence ».

• Auprès du gouvernement belge

Après trois années de concertations auxquelles achACT a participé avec des organisations membres, le gouvernement publie discrètement son **Plan d'Action National** qui identifie les actions menées par la Belgique pour mettre en œuvre les lignes directrices des Nations-Unies sur les entreprises et les droits de l'Homme. En 2017, nous voulions publier le positionnement d'achACT sur ce Plan d'Action National et suivre sa mise en œuvre.

En octobre 2017, achACT publie et transmet son analyse du Plan d'action national à ses organisations membres, à l'administration en charge du développement et de la mise en œuvre du Plan, ainsi qu'aux députés fédéraux.

• Auprès du parlement fédéral

Nous avons participé à une rencontre du Groupe de Travail Commerce équitable du Parlement fédéral en vue d'une question parlementaire sur les enjeux de la transparence de filière suite à l'effondrement du Rana Plaza.

Le Ministre des Finances Van Overtvelt a répondu à la question parlementaire de la Députée Grovenius le 10 mai 2017 en précisant les données publiques et confidentielles émanant des déclarations en douane.

1.4. FAIRE BOUGER LES ENTREPRISES BELGES

● Accord Bangladesh

En 2017, nous voulions veiller à la durabilité des acquis et à la reconduction de l'Accord Bangladesh. Pour ce faire, achACT et la Schone Kleren Campagne ont contacté 18 entreprises belges pour les inviter à signer l'Accord Bangladesh 2018.

L'action d'achACT a été décisive dans ce qui suit :

7 entreprises belges ont signé l'accord : Bel&Bo, Belgoconfect, Cassis/Paprika, C&A, JBC, Jogilo, Van der Erve

3 ont répondu qu'elles ne s'approvisionnent pas/plus au Bangladesh : e5Mode, JnJOY, Kalani

3 n'ont pas signé l'Accord 2018 : LolaLiza, Malu, Stanley/Stella

5 n'ont pas répondu : Dto, Galeria Inno, Text Alliance, The Cotton group, Trafic.

● Table ronde

Nous avons coorganisé avec la CSC une table ronde réunissant des entreprises belges actives dans la fabrication de vêtements de sport afin de leur présenter la Fair Wear Foundation.

● Demande de prix en ligne

Enfin, nous voulions consolider l'outil de demande de prix aux fournisseurs de vêtements promotionnels. AchACT a mis à jour le site achACT.be/tshirts et, à la demande de Solidarité Mondiale, l'a étendu aux demandes de prix de vêtements de sport d'équipe.



2. EN ACTION AVEC NOS PUBLICS

2.1. AVEC UN POTENTIEL DE PUBLICS VARIÉS

Notre force de mobilisation ne peut se renforcer sans l'arrivée de nouveaux sympathisants.

102 publications sur Facebook
12 communiqués de presse
27 interventions extérieures

Avec Amnesty et écoconso, nous voulions proposer un outil de vigilance sur le web. Cet outil, **Ectags** a été lancé dans le cadre de la campagne Transparence. Le nombre de téléchargements n'a pas été jugé suffisant pour poursuivre la démarche au-delà de septembre 2017.

2.2. AVEC UNE FORCE DE SYMPATHISANT.E.S

Les sympathisant.e.s adhèrent à nos valeurs et à notre approche, nous voulons les renforcer dans leurs convictions, les nourrir dans leur réflexion, les rendre actifs pour pouvoir avoir de l'impact et atteindre nos missions.

	ABONNÉS 1/1/2017	ABONNÉS 31/12/2017	
MAILING LIST	16 866	17 219	+ 353
FACEBOOK	2 810	3 010	+ 200
TWITTER	445	474	+ 29
TOTAL	20 121	20 703	+ 582

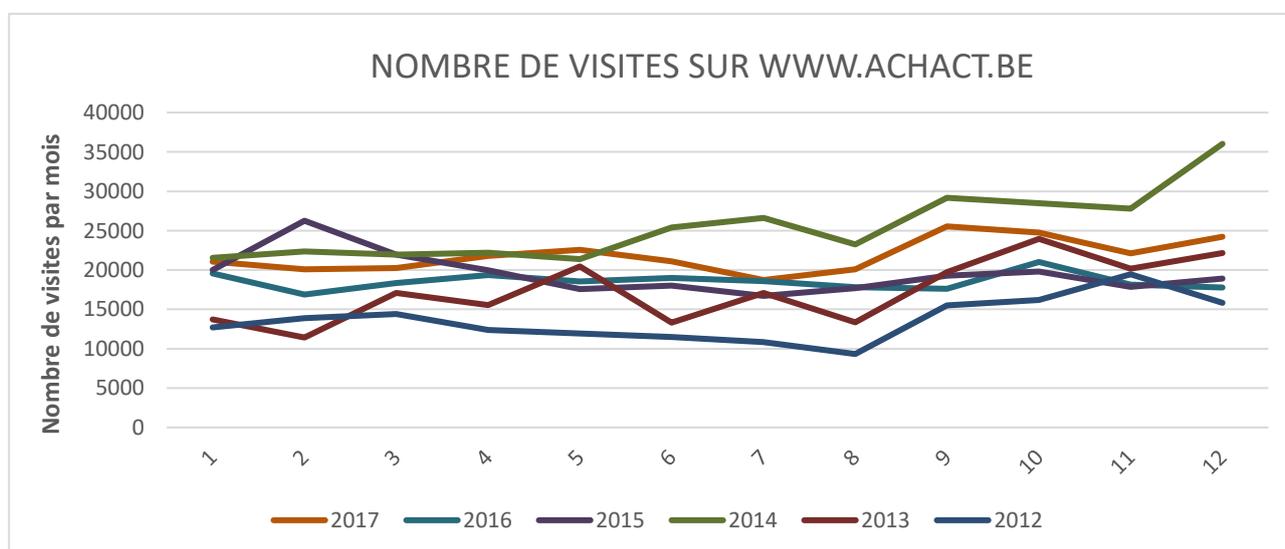
En 2017, achACT a diffusé **14 newsletters** vers ses sympathisant.e.s. Nous leur avons proposé de participer à trois appels urgents :

- 1) répression au Bangladesh, 1209 signatures de participants ;
- 2) Chung Fai – Cambodge : 805 signatures de participants francophones ;
- 3) Bravo en Turquie, 30.000 signatures de participants au niveau international.

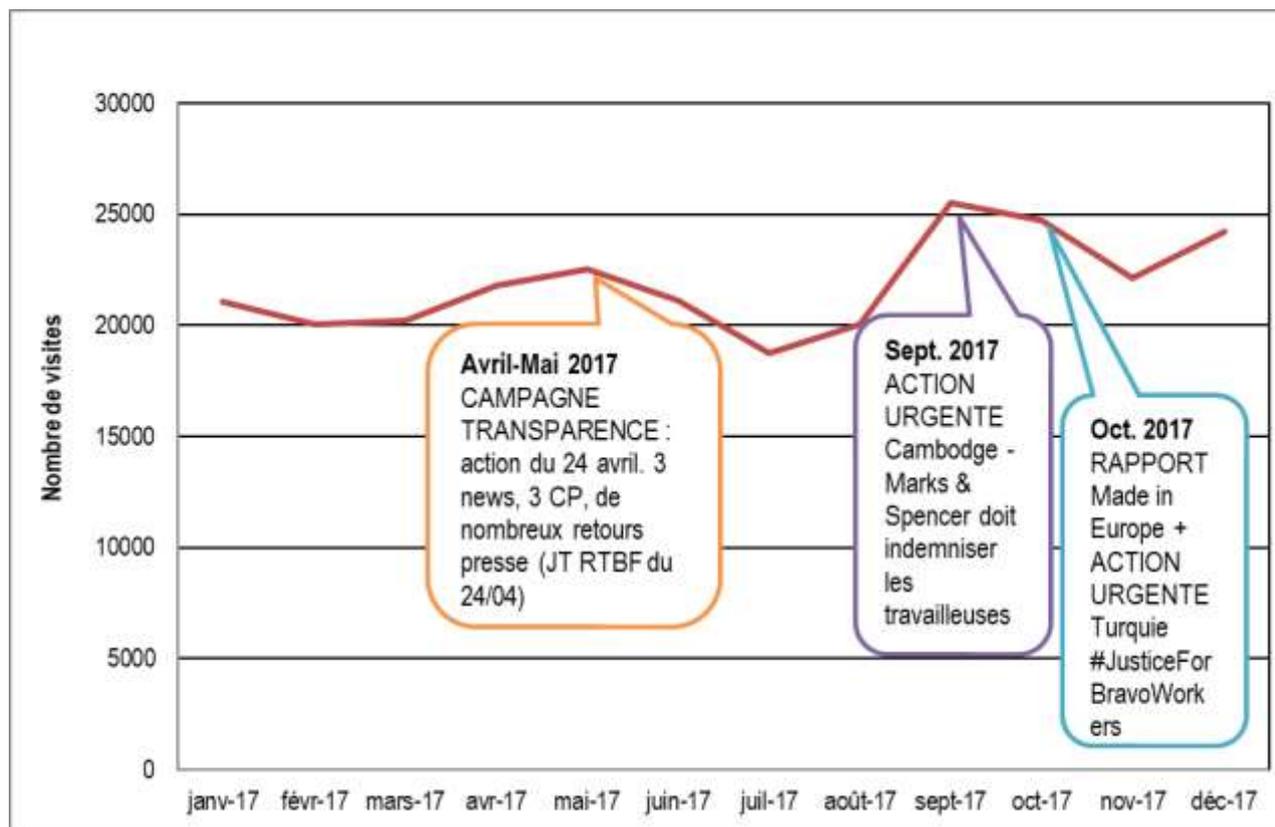
Nous les avons informés et leur avons proposé de participer à la campagne Transparence.

Nous leur avons proposé des rapports sur les conditions de travail au Myanmar et sur les travailleurs syriens dans les ateliers de confection en Turquie.

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 outils développés par achACT. Facebook et Twitter sont aussi le lieu de diffusion des impacts et résultats des campagnes et actions. En 2017, achACT a posté 93 messages sur Facebook. Ces messages ont atteint 180 373 abonnés Facebook, ont fait l'objet de 1 076 likes, ont été partagés 828 fois et attiré 29 commentaires. En 2017, achACT a lancé 67 tweets qui ont fait l'objet de 152 likes et 279 partages.



En 2017, la fréquentation du site internet a enfin repris de la vigueur après deux années moroses. En avril-mai, elle dépasse même le record enregistré pour ces mois en 2014, année du premier anniversaire de l'effondrement du Rana Plaza. En 2017, achACT.be a comptabilisé 262 278 visites, soit 39 710 de plus qu'en 2016. En 2017, la moyenne est de **21 857 visites mensuelles**.



En 2017, achACT a réalisé un **sondage auprès des sympathisants**. Ce sondage montre notamment que la majorité des sympathisant.e.s sont des femmes. Beaucoup d'entre eux/elles (86%) sont également membres d'une autre organisation. Nos sympathisant.e.s démontrent bien connaître achACT et attendent principalement d'achACT de l'information sur les alternatives de consommation (78%), des analyses critiques sur les systèmes de contrôle (77%), des demandes adressées aux politiques et une analyse critique de leurs positions (67%), de l'information sur les entreprises (66%) et des propositions d'action visant les entreprises (58%).

2.3. AVEC UNE FORCE DE MILITANT.E.S

Pour réussir les actions de rue, les militant.e.s d'achACT sont présents pour exprimer nos positions, nos réactions, nos valeurs. Nous continuons à les impliquer, les informer, les mobiliser.

En 2017, nous avons proposé de mener des actions autour d'appels urgents, autour de la Transparence, autour de Primark et de l'Accord Bangladesh. Nous avons organisé une **rencontre de militant.e.s** pour mieux cerner leurs motivations, leurs besoins et ce qui les amènent à recruter autour d'eux. Confiance, sentiment d'être partie prenante, créativité et plaisir sont les maîtres mots de l'adhésion de militants. Ils trouvent en achACT une action qui fait sens, qui est attractive et bien médiatisée. Diffuser des vidéos scénarisées tournées lors des actions permettrait de recruter davantage.

2.4. AVEC UNE FORCE D'ORGANISATIONS MEMBRES

Elles sont l'ADN d'achACT. Le pluralisme et la diversité des organisations membres permettent de multiplier les portes d'entrée pour agir dans un même objectif. C'est là que la concertation et la coordination prennent tout leur sens.

En 2017, nous avons adressé **26 mails à la plate-forme** de nos organisations membres.

Nous avons rencontré 18 organisations membres en **réunions bilatérales** pour identifier les collaborations et lignes d'action communes. Le 7 décembre, nous avons organisé une **journée d'énergétisation** consacrée aux démarches de plaidoyer politique et à la préparation des actions autour de la Coupe du monde de football, à laquelle des représentants de 6 organisations membres ont participé. Ceci a donné lieu aux collaborations suivantes :

2017	OPC													PSC				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Coproduction Participation Active Relais	Réunion bilatérale	Syriens en Turquie	Rapport Myanmar	Bangladesh - appel Urgent	Rapport "Tirez le fil"	Appel à la CE	Interpellation des marques sur la	Etictags	Fair wear with achACT	Accord II	Made in Europe	Salaire Vital Black Friday	Lettre ouverte aux diables rouges	Plan d'Action National	Formations syndicales	Journée d'énergétisation	Formations d'acteurs	Accompagnement campagne sport
ACRF																		
CNCD-11.11.11																		
CNE																		
CSC																		
CSC Metea																		
Ecoconso																		
Empreintes asbl																		
FGTB																		
FGTB CG																		
Gresea																		
Jeunes CSC																		
Jeunes FGTB																		
La Ligue des Familles																		
Le Monde SF																		
MOC																		
Nature et progrès																		
Oxfam MDM																		
Oxfam Solidarité																		
Peuples solidaires																		
SETCa																		
Solidarité Mondiale																		
Solidarité Socialiste																		
Test-Achats																		
Autres organisations																		
Médias																		

En 2017, nous avons réalisé une **enquête auprès de nos organisations membres**. Pour la grande majorité de nos membres, achACT est une organisation qu'elles ont créée pour se doter d'un instrument commun et durable sur une thématique précise. Les organisations reconnaissent et valorisent l'expertise d'achACT et son travail de suivi sur des thématiques pointues. Offre d'outils diversifiés, prêts à l'emploi et flexibles, belle visibilité médiatique, actions chocs et originales accompagnées d'outils de suivi, complémentarité d'achACT avec les buts ou les actions prônées par les organisations membres sont autant d'atouts mis en avant par les organisations membres. Les terrains d'amélioration possible sont la communication en amont et l'implication des organisations dans la communication extérieure.

2.5. AVEC UNE FORCE D'ACHETEURS COLLECTIFS

Parce qu'ensemble, on est plus forts !

En 2017, nous voulions perpétuer l'action **FairWear LLN** qui vise à encourager les étudiants du campus de l'UCL à Louvain-la-Neuve à commander leurs vêtements de kot chez des fournisseurs qui se sont engagés à respecter les droits des travailleurs, et à l'étendre à d'autres campus.

Pour ce faire, nous avons relancé la campagne avec un nouveau clip vidéo achACT via les réseaux



sociaux. 5 kots à projet ont pris part à la diffusion, relancée en septembre. Nouveaux flyers, affichettes et tournées de kot ont accompagné l'action. La plate-forme de demande de prix en ligne et la liste des imprimeurs ont été actualisées.

Au final, 47 demandes de prix ont été réalisées en 2017 à partir du site achact.be/tshirts pour un total de 1747 pièces de vêtements. Une évaluation de la démarche a été réalisée avec les kots à projet. Faute de volonté de prise en main de la démarche par des collectifs étudiants et faute de possibilité de leadership extérieur à achACT, nous avons décidé de ne pas poursuivre une démarche active de campagne commune avec des collectifs étudiants mais de maintenir une ligne de communication sur les réseaux sociaux.

Par ailleurs, nous avons rediffusé le « **Mode d'emploi de l'achat public écologique et socialement responsable** » à l'occasion du **sondage des communes** réalisé en août 2017. Et nous avons répondu aux demandes de conseils de communes et de CPAS dans le cadre de la rédaction de cahiers de charge.

2.6. VERS LES MÉDIAS

A travers les **12 communiqués de presse** en 2017, nous proposons aux médias de relayer les publications, les campagnes, les appels urgents, de développer des partenariats médiatiques (rapport Myanmar). Il n'y a pas eu de partenariat médiatique spécifique si ce n'est la publication d'une lettre ouverte aux Diables Rouges par 'Le Soir' et 'La Libre'. Mais 10 communiqués de presse ont fait mouche.

Sur les 13 actions, 10 ont connu un écho médiatique. La RTBF, La libre, Le Soir et L'Avenir ont régulièrement relayé l'information émanant d'achACT. La moitié de nos actions ont été relayées sur des ondes radio. Deux actions ont particulièrement attiré les médias : en pleine période des soldes, la remise des 70.000 pétitions à Primark par des Jeunes d'Oxfam nous a même valu l'ouverture du journal de 13h sur la RTBF et quelques lignes dans 5 journaux flamands ! Le lancement de l'application Etictags a donné lieu, en plus des habituels, à de nombreux encarts sur des sites d'hebdo ou mensuels, mais aussi à 2 interviews radio. Enfin, l'action visant la Commission européenne a été reprise par Euractiv, un média de fonctionnaires européens.

3. EN ACTION AVEC LE RÉSEAU INTERNATIONAL DE LA CLEAN CLOTHES CAMPAIGN (CCC)

3.1. INTERNATIONAL

- **Renforcer la mise en œuvre de la stratégie sur les salaires**

achACT a participé au Groupe de travail international de la Clean Clothes sur le 'salaire vital' et a suivi le développement de revendications sur les salaires dans le réseau CCC d'Europe orientale ainsi qu'en participant au séminaire organisé par l'Institut européen d'étude syndicale en collaboration avec la CCC.

- **Renforcer la structuration du réseau de la Clean Clothes Campaign**

La Secrétaire générale d'achACT est membre du *Transitional Steering Board* de la Clean Clothes Campaign. Ce conseil accompagne la mise en œuvre de la nouvelle structure du réseau et prépare les élections du *Strategy Board* prévues pour 2020.

- **Elargir la CCC au secteur de l'électronique**

achACT a, institutionnellement, mis fin à son investissement en cette matière, constatant qu'il est plus efficace de travailler sur base d'expériences de terrain que de notes d'intention et de positionnement de principe au sein du *Transitional Steering Board* de la CCC.

3.2. EUROPE

- **Construire un organe de coordination européen de la CCC**

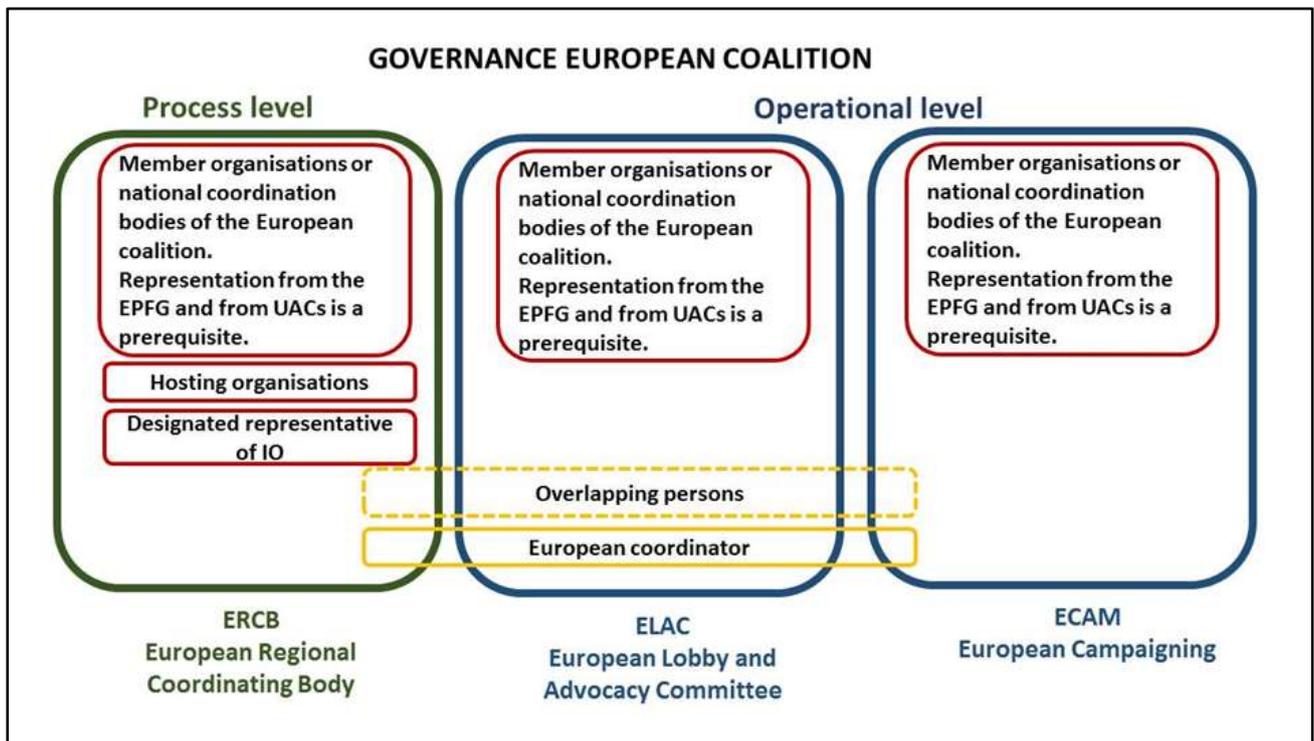
achACT et WSM (WereldSolidariteit/Solidarité Mondiale) hébergent la coordination européenne de la Clean Clothes Campaign. Une des travailleuses d'achACT a comme mission depuis le 1^{er} janvier 2017 de coordonner la coalition européenne.

Le groupe de travail *European Regional Coordinating Body* (ERCB) a été mis en place en 2017, mandaté par la coalition européenne de la CCC. Il est chargé de préparer les termes de références de l'ERCB et de préparer les décisions de la coalition européenne sur le financement, la structure, etc. Ce groupe de travail est composé de la coordinatrice, des représentants des organisations hôtes et de trois représentants d'Europe centrale et orientale.

En 2017, les organisations d'Europe centrale et orientale ont décidé de se joindre à la coalition européenne et de créer un sous-groupe réunissant les pays européens producteurs d'habillement, l'EPFG (European Production Focused Group). Cela change la nature de la coalition européenne (qui dès lors n'est plus seulement une coalition de pays « consommateurs ») et renforce les ponts avec les demandes de travailleurs européens notamment en termes salariaux.

achACT a activement préparé et participé à deux réunions de la coalition européenne (à Madrid et Zagreb), une réunion du Groupe de travail ERCB (à Bruxelles) et à plusieurs conférences téléphoniques.

La coalition européenne a créé le Comité européen de Lobby & Advocacy (ELAC). La coalition européenne a également lancé les prémices du Comité européen de campaigning (ECAM).



- **Consolider les capacités de pression de la Clean Clothes Campaign**

Un financement a été obtenu auprès de la « Fondation pour le progrès de l'Homme » pour développer un outil d'action européen. achACT joue un rôle moteur dans le Comité européen Lobby & advocacy (ELAC). achACT participera, dès mai 2018, au Comité européen Campaigning (ECAM).

3.3. BELGIQUE

- **Nous concerter avec la Schone Kleren Campagne (SKC)**

Nous nous sommes concertés avec notre homologue belge néerlandophone, la coordination de la Schone Kleren Campagne, sur la plupart des demandes politiques belges et sur la plupart des démarches vis-à-vis des entreprises belges.

4. LES CHEVILLES OUVRIÈRES

4.1. LES INSTANCES D'ACHACT

• L'Assemblée générale

Au 6 juin 2017, l'Assemblée générale était constituée des 23 organisations membres suivantes :

- ACRF – Mouvement de femmes en milieu rural
- CNCD – 11.11.11
- CNE
- CSC
- CSC Metea
- Ecoconso
- Empreintes
- FGTB Wallonne
- FGTB Centrale Générale
- GRESEA
- Jeunes CSC
- Jeunes FGTB
- La Ligue des Familles
- Le Monde selon les femmes
- Mouvement ouvrier chrétien
- Nature & Progrès
- Oxfam-Magasins du monde
- Oxfam-Solidarité
- Peuples Solidaires
- SETCa
- Solidarité mondiale
- Solidarité socialiste
- Test-Achats

• Le Conseil d'administration

En 2017, le Conseil d'administration élu par l'Assemblée générale en 2015 pour un mandat de 3 ans est constitué comme suit :

- CNE – Delphine Latawicz
- CSC – Johanna Mulumba
- Denis Lambert
- FGTB – Sophie Grenade
- FGTB-CG – Filip Misplon
- GRESEA – Bruno Bauraind
- Oxfam-Magasins du monde – Patrick Veillard
- Solidarité Mondiale – Jennifer Van Driessche

Le CNCD-11.11.11 ainsi que les membres de l'équipe de permanents d'achACT participent aux séances du CA en tant qu'invités permanents.

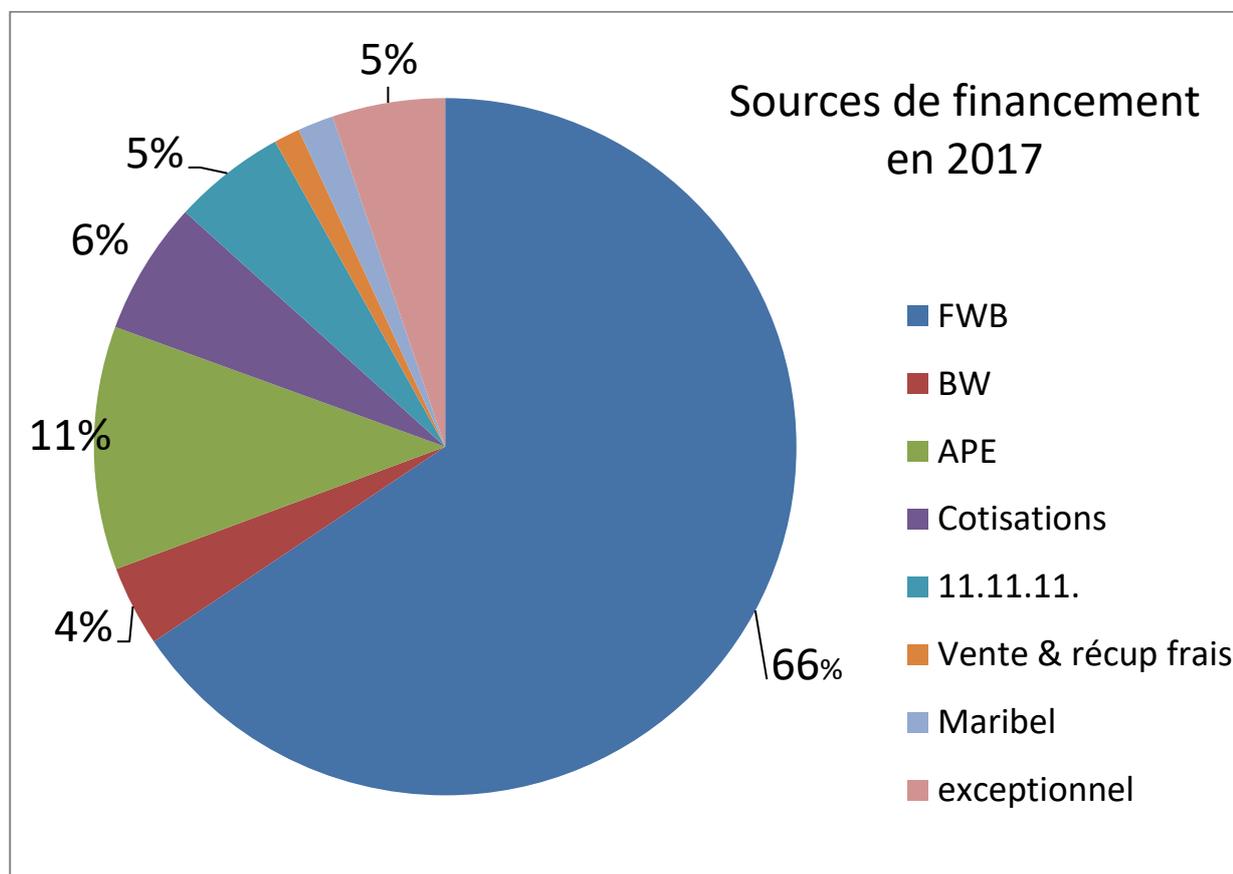
4.2. L'ÉQUIPE DE COORDINATION

Les membres de l'équipe de permanents en 2017 :

- Jean-Marc Caudron, sociologue, employé à 80% ETP, coordonne les actions urgentes et est chargé du plaidoyer politique.
- Carole Crabbé, ingénieur agronome, employée à 80% ETP, coordonne le travail de l'équipe, développe les lignes de travail sur les marchés publics et le salaire vital et est secrétaire générale.
- Frieda De Koninck, linguiste, employée à 100% ETP, a été engagée le 1er janvier 2017 comme coordinatrice européenne. Frieda renforce le travail d'achACT en structurant note réseau européen et en développant des outils communs.
- Hélène Mambourg, détentrice d'un master en communication, a été engagée le 4 avril 2017 à 80% ETP en tant que responsable de la communication.

- Aurélie Mommens, politologue, chargée de mobilisation, engagée en 2016 à 70% ETP, a vu son temps de travail augmenté à 80% à partir du 1er janvier 2017.

4.3. LES SOURCES DE FINANCEMENT



ANNEXE : LES ENSEIGNEMENTS DES PRESTATIONS DE SERVICE COLLECTIF D'ACHACT EN TERMES D'ÉDUCATION PERMANENTE

1. FORMATION « CHINE À DOMICILE : LA PRÉCARISATION DU TRAVAIL DANS L'INDUSTRIE DE L'HABILLEMENT »

Sur demande d'une organisation tierce, achACT forme un public spécifique aux enjeux de la mondialisation sur base soit de la projection de capsules vidéo suivie d'un débat, soit d'une présentation adaptée au public.

Le rôle d'achACT était de préparer chaque formation en collaboration avec les organisateurs, de proposer une méthode de formation, si possible participative, et adaptée au public et de produire les supports de formations (capsules vidéo, présentation). Le rôle des organisations était de préparer la formation en collaboration avec achACT, de prendre en charge l'organisation pratique et les coûts de la formation et de mobiliser leur public.

Enseignements généraux de la prestation

5 organisations ont fait appel aux services d'achACT pour l'organisation de 10 formations auxquelles ont participé 700 personnes.

Les publics spécifiques des associations organisatrices ont reçu une information approfondie sur les enjeux du respect des droits humains dans le secteur de l'habillement, reçu des clefs d'analyse de la responsabilité des acteurs, débattu de leur responsabilité et de celle des autres acteurs de la filière, réfléchi collectivement sur leurs moyens d'action et sur les alternatives existantes.

Lors de ses formations, achACT transmet, aux participants et associations organisatrices, des clefs pour transformer un discours « anti », souvent générateur de fatalisme ou de rejet de la société en un discours argumenté et positif en faveur de propositions positives, génératrices de responsabilité et de solidarité, et soutenues par des propositions d'actions concrètes.

Nous avons presté les séances de formations suivantes :

- **26/03, 03/04, 13/07 & 19/09 – Infocycle Coopération Technique Belge (CTB)**

achACT intervient à quatre reprises dans l'Infocycle de la CTB. Sur base de la discussion menée suite à la projection de capsules vidéo qui traitent respectivement du suivi de l'effondrement du Rana Plaza, de la précarisation du travail et du salaire vital dans l'industrie de l'habillement, achACT présente les enjeux du respect des droits humains dans la filière de production de vêtements, étaye son analyse d'interdépendance des différentes régions du monde et des différents acteurs dans une industrie globalisée, propose des clefs d'analyse sur la responsabilité des acteurs, présente des perspectives d'action.

Les évaluations menées par les organisateurs à la fin des formations témoignent d'un accueil très positif des participants à la formation et saluent la méthode participative basée sur des discussions après la projection de courtes vidéos.

Les interventions d'achACT s'inscrivent dans un programme de formation largement reconnu pour sa qualité et sa capacité d'ouverture aux réalités humaines, politiques, économiques et sociales de la mondialisation. Le fait d'ancrer cette formation sur des réalités concrètes vécues par des femmes travailleuses de l'industrie de l'habillement et sur la responsabilité des acteurs bien identifiés le long de la filière d'approvisionnement est un plus pour les participants - qui se sentent impliqués tout simplement parce qu'il s'agit de leurs vêtements - et les organisateurs.

- **12/04 –Semaine Sociale du MOC**

achACT intervient le 12 avril sous forme d'une conférence lors de la Semaine sociale du MOC intitulée « Chine à domicile : la précarisation du travail dans l'industrie de l'habillement ».

Lors d'un exposé d'une demi-heure s'appuyant sur des infographies et des témoignages, achACT contribue au diagnostic sur le Sens et l'Avenir du Travail, tenant compte d'une dimension internationale, propose des possibilités d'action et des alternatives pour lutter contre la précarisation du travail dans l'industrie de l'habillement.

Le MOC met à disposition d'un public hétérogène composé de militants, d'employés et de cadres syndicaux, mutualistes et associatifs l'expertise et la pédagogie d'achACT sur une dimension internationale de la précarisation du travail, alimentant ainsi leur réflexion sur le sens et l'avenir du travail et les actions collectives à mener pour lutter contre la précarisation du travail.

- **18/09, 04/12 & 12/10 – CNCD BW (LLN)**

A la demande du CNCD, achACT intervient et anime trois soirées-débats intitulées « Après le TTIP et le CETA, vers un Traité pour réguler les multinationales ? » pour développer des propositions de solution et d'actions pour améliorer le respect des Droits humains par les entreprises, et en particulier dans le secteur de l'habillement.

La faible participation permet, après une courte présentation, de mener un débat très interactif avec les militants du CNCD sur la réalité des conditions de travail et de vie des travailleuses de l'habillement, les clefs d'analyse pour mieux appréhender les impacts sociaux de la consommation de vêtements, la responsabilité spécifique des entreprises donneuses d'ordre vis-à-vis des travailleurs de leur filière d'approvisionnement, des propositions d'actions individuelles et collectives et les alternatives existantes, les leviers politiques possibles pour encadrer la responsabilité sociale des entreprises.

Les CNCD-BW, -Namur et -Liège mettent à disposition de ses militants l'analyse, l'expertise, les outils et les propositions d'achACT. Les militants sont renforcés dans leur capacité de transformer un discours « anti », souvent générateur de fatalisme ou de rejet de la société en un discours argumenté et positif en faveur de propositions positives, génératrices de responsabilité et de solidarité, et soutenues par des propositions d'actions concrètes.

- **04/10 – Rentrée des Jeunes Magasins du monde Oxfam**

achACT rencontre 70 professeurs de l'enseignement secondaire entamant une année académique en tant qu'accompagnateurs de JM du monde. Ces enseignants sont désireux de se doter d'éléments factuels, d'une analyse et d'une démarche pédagogique pour aborder la thématique de la campagne d'année d'OXFAM centrée sur les conditions de travail dans le secteur textile.

achACT les informe sur les conditions de travail et les violations des droits humains dans l'industrie de l'habillement, leur propose des outils pédagogiques adaptés à un public en milieu scolaire (notamment l'exposition Salaire vital), propose des activités de sensibilisation en faveur d'une consommation plus durable à l'école.

Par l'entremise Magasins du monde dote 70 professeurs de l'enseignement secondaire supérieur d'éléments d'information factuelle, d'une analyse, d'une démarche pédagogique et d'outils pédagogiques leur permettant d'intégrer la thématique d'année dans le cadre de leurs cours ainsi que dans des activités participatives extrascolaires avec les étudiants du JM afin de sensibiliser leurs condisciples.

- **15/11 – HEFF (Bruxelles)**

achACT participe au colloque "Mode et consommation écoresponsable : regards croisés" de la Haute Ecole Francisco Ferrer avec une intervention intitulée « Qui paie le prix de la fast fashion ? ». Dans sa présentation, achACT présente les impacts sociaux de la production de vêtements, analyse les tentatives de réponses actuellement mise en œuvre dans le secteur pour répondre au défi du respect des droits des travailleurs, émet des propositions d'action à destination des PME et stylistes, participe au débat en répondant aux questions des étudiants.

La Haute Ecole Francisco Ferrer met à disposition de 200 étudiants en catégorie « Arts Appliqués » l'analyse, l'expertise, les outils et les propositions d'achACT. Les étudiants, futurs travailleurs dans le secteur textile développe un esprit critique et des clefs d'analyse sur la responsabilité des entreprises et professionnels du secteur relative au respect des Droits humains.

Récapitulatif :

N°	Date	Organisateur	Nombre de participants
1	26/03	Infocycle CTB	25
2	03/04	Infocycle CTB	23
3	12/04	Semaine sociale du MOC	250
4	13/07	Infocycle CTB	24
5	18/09	CNCD BW	4
6	19/09	Infocycle CTB	26
7	04/10	Rentrée des JM Oxfam	100
8	04/10	CNCD Namur	6
9	12/10	CNCD Liège	21
10	15/11	HEFF	200
Total			679

2. FORMATION « ACHATS DURABLES DE VÊTEMENTS DE TRAVAIL ET PROMOTIONNELS »

La cinquantaine de participants dispose d'informations critiques et d'outils pratiques leur permettant de mettre en œuvre concrètement une action collective alliant respect de l'environnement et des droits de l'Homme.

• 28/03 – Matinée d'échange – Marché de vêtements – Quelles sont les alternatives équitables ?, Vielsalm – Plate-forme du Commerce Equitable en Province de Luxembourg

achACT réalise une présentation conjointe avec écoconso qui permet d'introduire :

- aux enjeux d'achats durables de vêtements en matière écologique et de droits de l'Homme
- à la filière d'approvisionnement de vêtements de travail et promotionnels
- aux logos et significations des différents labels et démarches d'entreprises
- aux bonnes pratiques d'autres villes et communes
- aux différentes démarches et propositions de clauses à introduire dans un marché public durable

Leur intervention est suivie par celle d'une entreprise de vêtements de travail (Bel-confect) engagée pour le respect des droits humains dans ses filières d'approvisionnement ainsi que de la ville de Gand qui présente son projet pilote d'achats durables de vêtements de travail et promotionnels.

S'en suit un débat avec le public au cours duquel les participants peuvent aborder les aspects concrets et pratiques de la mise en œuvre d'achats collectifs durables (associations et communes)

Le débat est ensuite suivi par la remise à Vielsalm du label Commune du Commerce Equitable et par une présentation de cette démarche.

3. FORMATION SYNDICALE

Enseignements généraux de la formation

Une organisation (CNE) a fait appel aux services d'achACT pour l'organisation d'une formation syndicale à laquelle ont participé 60 délégués de la distribution.

Les délégués participants ont :

- reçu une information générale sur les enjeux du respect des droits humains dans le secteur de l'habillement et approfondie sur les enjeux de la transparence, de la liberté d'association et du renouvellement de l'Accord sur la sécurité des usines et la prévention incendie au Bangladesh ;
- reçu des clefs d'analyse pour mieux cerner la responsabilité de leurs employeurs ;
- développé collectivement des moyens d'actions spécifiques.

La formation est suivie d'actions en entreprise, menées par les délégations syndicales formées soutenues par leurs permanents syndicaux de la CNE et par achACT.

• 09/03 – Comité national Commerce de la CNE

achACT intervient lors de la réunion du Comité national Commerce de la CNE pour 60 délégués.

Sur base d'une présentation des enjeux dans l'industrie de l'habillement, et particulièrement des enjeux de la liberté d'association, de la santé et sécurité au travail et de la transparence de filière, achACT

- présente les enjeux du respect des droits humains dans la filière de production de vêtements ;
- étaye son analyse d'interdépendance des différents acteurs dans une industrie globalisée ;
- propose des clefs d'analyse sur la responsabilité des entreprises en général, et des employeurs des participants en particulier ;
- propose des possibilités d'action.

Résultat :

60 délégués de la CNE Commerce sont informés et sensibilisés aux enjeux de la liberté d'association, du renouvellement de l'Accord Bangladesh sur la sécurité des bâtiments et la prévention incendie au Bangladesh et de la transparence de filière dans l'industrie de l'habillement.

Sur base des informations et de l'expertise d'achACT, les participants développent et mettent en œuvre leur moyen d'action spécifique d'interpellation de leur employeur au sein des instances de dialogue social en entreprise.

La CNE et achACT suivent et soutiennent les délégations de 14 entreprises (Carrefour, H&M, C&A, CAMAIEU, Aldi, Lidl, Etam, Hema, WE, Zeeman, Inditex, Primark, Newlook et Marks & Spencer) dans la mise en œuvre de leurs actions.

4. JOURNEE D'ENERGETISATION 7/12/2017– FORMATION DE RELAIS

• Atelier Campagne Sport

Les organisations participantes développent des stratégies différenciées et coordonnées de mobilisation et des propositions de modèles d'actions. Elles identifient et expriment leurs attentes et besoins vis-à-vis d'achACT.

• Atelier Plaidoyer politique

Les organisations participantes s'informent sur les dossiers suivis par achACT et sur les positions d'achACT, analysent les enjeux et développent une stratégie commune de suivi.

5. ACCOMPAGNEMENT DE LA CAMPAGNE VETEMENTS CLEAN

Enseignements généraux de l'accompagnement

Sur base de l'expertise apportée par achACT, Solidarité Mondiale, la CSC et les organisations qui mènent la campagne Vêtements Clean (CIEP/MOC, Eneo, Altéo, la Mutualité chrétienne, la CNE...) ont

- complété leurs propositions d'action en proposant d'utiliser la plateforme de demande de devis étendue aux vêtements de sport comme alternative de consommation ;
- renforcé leur campagne de sensibilisation en publiant et diffusant un guide qui présente et analyse les différents labels dans le textile à destination des consommateurs ;
- développé des propositions à destination des entreprises.

Les publics (citoyens et entreprises) visés par la campagne Vêtements Clean ont été informés sur les enjeux du secteur de l'habillement et la responsabilité des acteurs et ont reçu des outils spécifiques d'action.

Solidarité Mondiale et la CSC demande à achACT d'accompagner et de soutenir le développement de leur campagne « Vêtements Clean », sur les vêtements de sport propres, qui vise à sensibiliser et à proposer des moyens d'agir à leurs militants et au grand public autour des conditions de travail dans les filières de fabrication des vêtements et chaussures de sport. Les termes de cette collaboration sont précisés dans un Mémoire d'entente entre les trois organisations. La démarche vise à :

- soutenir certaines organisations membres qui développent une campagne de sensibilisation ;
- contribuer au développement d'outils de campagne.

• Le groupe de pilotage de la campagne « Vêtements Clean »

achACT participe activement aux réunions du groupe de pilotage de la campagne « Vêtements Clean », coordonnées par Solidarité Mondiale. Le comité de pilotage s'est réuni les 09 juin, 12 septembre et 07 novembre en 2017 et 09 janvier, 26 février, 18 avril et 25 juin en 2018.

Le comité de pilotage définit les stratégies de campagne de formation et de sensibilisation, le développement des outils de campagne et les stratégies de suivi des entreprises belges et des dossiers politiques en lien avec la campagne.

• Le développement d'outils de campagne

Afin de renforcer les propositions d'action de la campagne « Vêtements Clean », Solidarité Mondiale et la CSC demandent à achACT d'étendre sa plateforme de demande de devis pour des vêtements promotionnels fabriqués par des entreprises qui s'engagent sérieusement à respecter les Droits humains au secteur des vêtements de sport. achACT a étendu la plateforme de demande de prix aux vêtements de sport fin 2017. En 2017, trois demandes de prix pour des vêtements de sport ont été réalisées pour 77 pièces.

• Les guides consommateur et entreprise

Afin de renforcer le travail d'information et de sensibilisation de la campagne « Vêtements Clean », Solidarité Mondiale et la CSC demandent en 2017 à achACT de collaborer à la réalisation de :

- un guide pour les consommateurs qui présente et analyse les différents labels existants dans le secteur de l'habillement ;
- un guide à destination des entreprises qui présente une démarche crédible d'actions pour améliorer le respect des Droits humains dans leur filière d'approvisionnement en vêtement.

achACT a mis à disposition son expertise et a co-rédigé, relu et co-publié les deux guides.

Et en 2017...

achACT a déménagé ! (à deux pas de notre ancien bureau)



Nouvelle adresse : Verte Voie 20, bte 7 – 1348 Louvain-la-Neuve

Téléphone (inchangé) 010 45 75 27 – 010 45 75 28

Email général : achacteurs@achact.be

www.achact.be