

petit guide d'action digitale

**pour faire pression sur les marques
et enseignes de mode qui ne
respectent pas les droits humains dans
leurs filières d'approvisionnement.**


ach**ACT**

Instagram, Twitter, Tik Tok, Facebook, recours à des influenceuses et influenceurs, les marques et enseignes de mode sont nombreuses à faire leur publicité sur les plateformes de réseaux sociaux. C'est là qu'elles usent de moyens colossaux pour soigner leur image de marque, pour étendre leur popularité et leur communauté et, bien entendu, pour accroître leurs ventes !

Au même moment, les conditions de travail dans leurs filières de production ne cessent de se détériorer.

Les interpellier, participer à l'effort de pression sur ces enseignes, pour qu'elles se responsabilisent face aux enjeux sociaux au bout de leur chaîne reste nécessaire !

Si elles font leur pub sur les réseaux sociaux, nous seront là aussi pour leur rappeler leurs responsabilités !



s'informer

achACT, la Schone Kleren Campagne - notre homologue néerlandophone, ou la Clean Clothes Campaign - notre réseau international, diffusons régulièrement des campagnes émanant des revendications des travailleuses et travailleurs qui fabriquent les vêtements vendus par les enseignes de mode. Nous mettons en lumière les violations des droits humains dans les filières de confection et identifions les enseignes responsables afin de les interpeller sur ces abus.



Participer individuellement à un effort d'interpellation collective permet de contribuer à faire retentir les revendications jusqu'aux oreilles de celles et ceux qui détiennent le pouvoir : les marques et enseignes de mode. Prendre part et relayer augmente considérablement l'impact des campagnes!

identifier ses messages

Le manque de transparence sur les filières d'approvisionnement des marques, l'insécurité dans les usines de confection, les salaires de misère ou la discrimination syndicale sont autant d'enjeux qui nécessitent encore d'être rappelés aux marques de mode qui génèrent des millions de profits sur le dos des travailleuses et travailleurs !

Les comprendre permet de mieux formuler son message, sa question ou sa demande aux enseignes de mode.



identifier ses cibles

Nos campagnes ciblent principalement des marques et enseignes concernées par des cas de violations des droits humains dans leurs filières. Ces abus résultent souvent des pratiques d'achat et de la pression que ces enseignes exercent sur leurs fournisseurs.

Au sommet de la filière, souvent leader sur le marché de la mode, les enseignes ciblées disposent des moyens financiers et/ou d'influence pour remédier à ces abus. Elles ne prennent pourtant que rarement leur responsabilité. Un effort de pression reste donc nécessaire pour qu'elles agissent !

Q Search

Recent



adidas
adidas



sheinofficial
SHEIN.COM



primark
Primark



nike
Nike



levis
Levi's

La plupart des marques de mode ont un profil officiel sur les réseaux sociaux. Les consulter permet connaître leur façon de communiquer, mais aussi, de les repérer pour les interpeller directement ensuite!

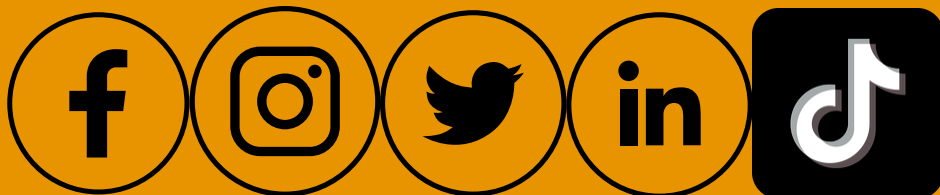
publier, relayer

Post, story, comment, share, tweet, reels...

Sur les réseaux sociaux, plusieurs moyens existent pour diffuser ses messages.

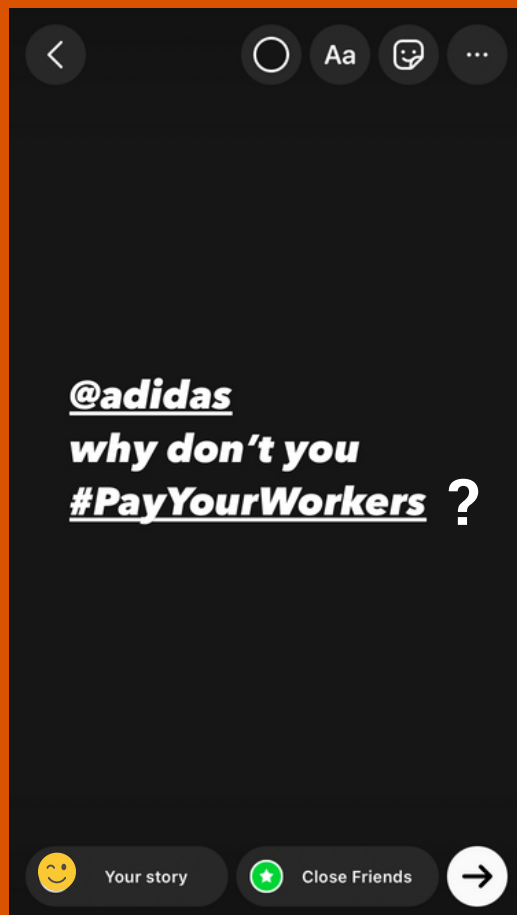
Multiplier les moyens permet de diffuser le plus largement possible :

- **en publiant soi-même des posts, des stories, des reels, des tweets,**
- **en partageant les publications des autres,**
- **en commentant les publications des marques et enseignes de mode !**



taguer

En utilisant le tag @..., on peut identifier la ou les marques et enseignes de mode ciblées dans nos publications. L'enseigne en sera notifiée. Elle peut ainsi être directement interpellée et ce de manière publique.



hashtaguer

Le hashtag #... relie vos publications à toutes les publications qui contiennent le même hashtag. Il est utile pour...

- visibiliser les campagnes et les revendications adressées aux marques :

#RanaPlazaNeverAgain

#LivingWageNow

#PayYourWorkers

#DevoirDeVigilance

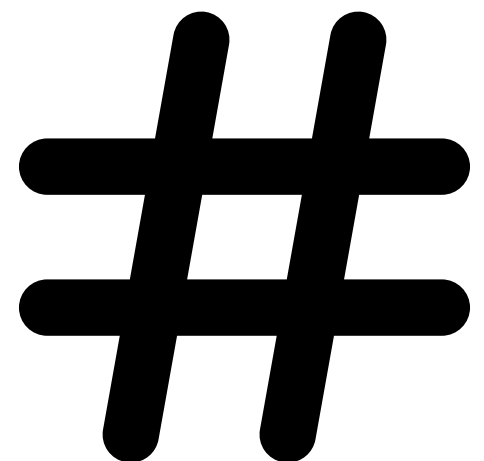
- atteindre les enseignes en les référençant directement dans les contenus publiés :

#HM

#Zara

- s'immiscer dans les campagnes publicitaires des marques :

adidas : #ImpossibleIsNothing



signer

Signer une pétition en ligne permet de joindre sa voix à d'autres pour exprimer une opinion. Les campagnes utilisent ensuite le nombre de signataires dans leurs communications publiques ou directes avec les enseignes interpellées.

Ici encore, le nombre fait la force et chaque signature compte !

Le saviez-vous ? Adressée au politique, une pétition peut même permettre d'inscrire un sujet à l'agenda de celles et ceux qui nous gouvernent. C'est notamment le cas des initiatives citoyennes européennes telles que www.goodclothesfairpay.eu



**nous suivre,
partager,
soutenir,
agir.**

www.achact.be

 [@achact.asbl](https://www.facebook.com/achact.asbl)

 [@achact_asbl](https://twitter.com/achact_asbl)

avec le soutien de



achACT