

« Chaque fois que vous dépensez de l'argent,

Vous votez pour le type de monde que vous voulez. » Anna Lappe



Levent ACAR

Engagé depuis le plus jeune âge dans le monde associatif, il fait sa part pour changer le monde autour de soi et à travers des voyages solidaires comme à Dakar. Dessinateur, il critique les injustices à travers son crayon. Ingénieur en informatique, il est persuadé que la seule et meilleure manière d'apporter le changement est avec la non-violence, le sourire et le positivisme 2.0. Le boycott est pour lui l'outil parfait pour apporter ce changement de paradigme.

Tél : 06 43 59 45 84

Mail : levent.acar@hotmail.fr

Bulent ACAR

Le parcours de ce jeune homme est riche en investissement associatif. Ex-membre du conseil municipal jeune de sa ville, il a participé activement dans la commission environnement. Dans ce cadre, il a effectué un voyage solidaire à Laakarta au Maroc. Pour ses engagements citoyens, il a été lauréat du «meilleur jeune espoir» de la Loire, catégorie «action citoyenne». Il a également accompli un service civique dans une association dont l'objectif est de promouvoir la citoyenneté avant de reprendre ses études. Il est actuellement en école de management et s'intéresse de très près à l'ESS et l'économie du partage.

Mail : bulent_acar@hotmail.fr



I-boycott, plus qu'un projet, un mouvement

Nous sommes partis d'un constat très simple. Aujourd'hui il y a de plus en plus de scandales et dérives des pratiques de grands acteurs économiques : La déforestation avec l'huile de palme, l'exploitation des enfants dans les mines de coltan, les conditions de travaux extrêmes dans les industries de textiles, la mise en danger de la santé publique par l'industrie agrochimique, les catastrophes environnementales.. Bref la liste est longue. Malheureusement, le citoyen n'a aucun levier pour agir face à ces injustices. Pourtant l'envie d'agir est bien présente alors que nous étions 24% d'européens en 2002 à acheter plus cher pour acheter responsable nous sommes, en 2015, 55% en France et 66% dans le monde.

Une petite réflexion sur le sujet nous montre clairement que le principal problème provient de cette culture du gain à tout prix et de la maximisation des profits. Dans une société de consommation, nous avons un pouvoir extraordinaire celui d'acheter ou pas un produit : le boycott.

L'histoire nous montre que le boycott est un outil citoyen pacifique du faible économiquement et politiquement mais du fort démographiquement. Gandhi, Martin Luther King, Nelson Mandela sont des exemples qui illustrent le potentiel de la non-violence et de la désobéissance civile.

Certaines évolutions profondes pourraient expliquer cette réception favorable du boycott aujourd'hui. La transformation du rapport du citoyen à la politique d'abord, thème abondamment traité par la science politique, désigne ainsi à la fois l'émergence de « citoyens critiques », une individualisation du rapport au politique, une défiance accrue à l'égard de la délégation politique ainsi qu'une volonté de court-circuiter les élites, et enfin le besoin croissant d'agir sur des buts concrets et précis.

Parallèlement à cette transformation du rapport du citoyen à la politique, la perception du déclin de l'État associée à la mondialisation, la dénonciation du pouvoir croissant des firmes multinationales face aux politiques font se multiplier les recherches de nouvelles formes de régulation du marché (clauses sociales, labels, codes de conduite, etc.).

Le boycott devient dès lors une occasion de réaffirmer son humanité, donc sa faculté de penser ainsi que celle de choisir.

C'est dans ce contexte qu'est né I-boycott, la première plateforme citoyenne de boycott responsable et de buycott. Une plateforme ouverte où tout un chacun, citoyens ou associations, pourra lancer sa campagne de boycott responsable.

Une fois la campagne lancée et le seuil de boycottant atteint, nous informons l'entreprise à réagir en lui donnant un droit de réponse. Cette réponse sera relayée à tous les boycottants qui décideront de poursuivre ou non le boycott selon la réponse.

Pour une multinationale, la seule manière de clôturer une campagne est de convaincre la majorité des boycottants. C'est une révolution car le processus est entièrement automatique, démocratique, participatif, décentralisé, pacifique et efficace !



Le boycott est un pouvoir qui s'utilise de manière individuel dans la sphère domestique inscrit dans une dynamique collective.

Ce projet suscite énormément d'engouement et d'enthousiasme avec un crowdfunding réunissant 513 contributeurs, 40 000 partages, des articles de grands journaux nationaux, des lauréats, un label de l'innovation, une conférence juridique, des partenaires associatifs dont le MAN, weSignIT, MrMondialisation...

I-boycott donne du pouvoir au consom'acteurs et veut apporter une démocratie dans l'économie. Elle émerge de nouveaux rapports entre les marques et leurs consommateurs. Des rapports plus riches et plus responsables car non exclusivement centrés sur l'offre de produits ou de services et construits sur l'idée d'un dialogue possible.

Le lancement est prévu en Juin.

