

buyORNot



CONSOMMER MIEUX
POUR SOI, POUR NOUS,
POUR LA PLANÈTE

DOSSIER DE PRESSE

L'APPLICATION QUI DÉCRYPTE LES ÉTIQUETTES POUR CONSOMMER ÉTHIQUE

UN POUVOIR CITOYEN -
100% INDÉPENDANT ET COLLABORATIF

LES FONCTIONNALITÉS DE L'APPLICATION

ILS ONT ADORÉ LA VERSION BÊTA!

L'ASSOCIATION I-BUYCOTT

CONTACT PRESSE

3

5

6

7

8

12



Une application de consommation responsable

Décrypter les ingrédients d'un produit c'est bien mais connaître en plus son impact sociétal c'est mieux ! Vous avez envie de consommer tout en limitant votre impact sur l'environnement ? Et en garantissant des conditions de travail décentes ainsi que le bien-être animal ? BuyOrNot est là pour vous simplifier ces choix en analysant vos achats.

Démocratiser la consommation responsable

Souvent décrite comme chronophage et onéreuse, I-bycott a voulu démocratiser la consommation responsable en simplifiant les décisions d'achat.



L'application permet de scanner un produit et de découvrir son **impact sociétal** : en quelques secondes l'utilisateur est informé sur une possible campagne de boycott en cours. L'application permet également d'indiquer si des produits nuisibles pour l'environnement font partie de la liste d'ingrédients du produit, tel que l'huile de palme.

Certaines marques ne se privent pas de sous-payer leurs salariés, de déverser des polluants chimiques dans des cours d'eau, d'exploiter des animaux d'élevage dans des conditions déplorables etc.

En complément de ces impacts sociétaux, I-bycott, conscient des dangers que représentent certains produits sur la santé, a décidé de mesurer **l'impact de la composition des produits sur la santé**, via l'affichage de leur nutri-score, de leur liste d'ingrédients, de l'indicateur Nova ainsi que des additifs présents.

NUTRI-SCORE



Avec BuyOrNot vous obtiendrez donc la composition du produit et vous aurez accès à sa face cachée : son processus de fabrication.



IMPACT SANTE



550 000 produits collaboratifs

Une base de données collaborative, libre et ouverte des produits alimentaires du monde entier.

Nutri-score

Un système de notes de A à E pour simplifier l'étiquetage nutritionnel.

NUTRI-SCORE



Indicateur NOVA

NOVA NOVA NOVA NOVA



L'indice NOVA (1 à 4) est le degré de transformation d'un produit. Plus l'indice est faible plus le produit est naturel.

Impact des additifs

Basé sur le livre best-seller de Corinne Gouget sur les additifs alimentaires.



IMPACT SOCIÉTAL



**100 000
consom'acteurs**

Par la sensibilisation et l'information des consommateurs, I-boycott a pour objet de promouvoir une consommation responsable.

27 campagnes de boycott bienveillant

Créer un dialogue entre les consommateurs et les entreprises, est une des priorités d'I-boycott.



Ainsi, l'application BuyOrNot permet à ses utilisateurs de rejoindre les campagnes de boycott bienveillant et d'y participer directement en votant pour ou contre les réponses des entreprises.

Le Boycott : plus de 2000 alternatives proposées



Les consommateurs proposent directement sur l'application buyOrNot des entreprises qui s'engagent sur des projets éthiques, écologiques ou solidaires.

BuyOrNot est une **application indépendante, gratuite et non lucrative** construite avec l'aide de la base de données libre Open Food Facts et les campagnes de boycott de la plateforme collaborative I-boycott.org.



Toutes ces informations sont donc issues de citoyen-ne-s et non pas de l'industrie.
Nous souhaitons vous informer sur votre alimentation, loin de tous les lobbies alimentaires et autres pressions.
Nous vous garantissons également la sécurité de vos données, en nous engageant à ne pas les transmettre ni les utiliser.



Impact sociétal



L'entreprise qui se cache derrière le produit, est-elle impliquée dans des scandales environnementaux, éthiques ou fiscaux ? Par exemple, le produit contient-il de l'huile de palme ?

Impact sur la santé

Quel est le nutri-score de mon produit ? Contient-il des additifs ? Que représentent ces additifs et sont-ils d'origine végétale ?

Comparateur de produits



Possibilité de comparer l'impact de deux produits scannés, afin de choisir le produit le plus responsable et le plus sain.

Accès à la plateforme i-boycott.org



Détails des campagnes de boycott, possibilité de rejoindre les campagnes de boycott et d'en créer des nouvelles, notifications des actualités, visualisation des alternatives et possibilité d'en proposer.

Gardien de l'éthique

Les consom'acteurs sont invités à participer collectivement à des actions de sensibilisation numérique pour inviter les marques à dialoguer.



Produits préférés / à éviter

Le consom'acteur peut créer une liste de ses produits préférés et à l'inverse une liste de produits à retirer de ses habitudes afin d'avoir accès à l'avancement de sa consommation.

ILS ONT ADORÉ LA VERSION BÊTA!

Le choix de consommation est hyper important pour nous, mais aussi pour la planète, pour l'environnement, pour l'avenir, pour le futur et ce type d'application c'est exactement ce qu'il faut aujourd'hui



Pour faire changer les marques, pour les faire évoluer dans un sens plus écologique et plus socialement responsable. C'est un outil utile que tout le monde devrait posséder pour pouvoir choisir en connaissance de cause.



Une application qui touche à la nutrition mais aussi aux campagnes de boycott et qui allie un peu les deux pour montrer qu'on peut être engagé, être militant même à travers notre alimentation.

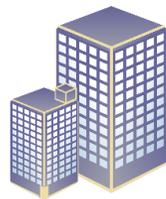


Comment faire face aux problèmes environnementaux et sociétaux qui pèsent sur notre époque ?

En alliant les forces des différents acteurs :



Consommateurs



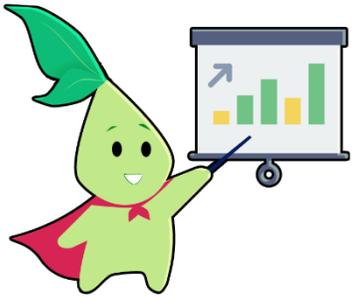
Entreprises & intrapreneurs

Une association d'intérêt général à but non lucratif

Aujourd'hui, elle réunit plus de 100 000 consommateurs. Notre ambition est d'amener les acteurs économiques à mettre en place des pratiques plus durables et éthiques grâce aux conseils des consommateurs responsables.



La crise économique s'ajoute aux défis environnementaux et sociaux auxquels les entreprises doivent répondre. Par nos actions présentes et futures, il peut naître un monde plus équilibré dans lequel l'entreprise doit être un acteur majeur du changement. Les intrapreneurs, les entrepreneurs et les consommateurs ont dans ce sens des responsabilités partagées pour contribuer à une société plus durable.

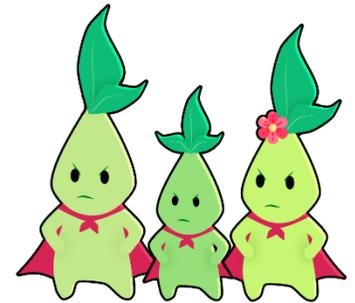


la sensibilisation à la consommation responsable

L'association I-buycott souhaite permettre aux citoyens de s'emparer de leur pouvoir de décision au sein de la société. Pour cela, elle crée des lieux d'échanges et de rencontres, et elle permet aussi d'inscrire son éthique personnelle dans une démarche collective via la plateforme i-boycott.org.

La mobilisation des citoyens

I-buycott vise à explorer les problématiques liées à la consommation responsable grâce à des jeux de rôles et à la découverte d'astuces dans des web-doc. I-buycott amène également à se questionner sur notre rapport à la consommation via des formations civiques et citoyennes.



Le boycott

Souhaitant construire un monde plus éthique par une dynamique positive, l'association propose aussi de mettre en avant des alternatives responsables face à des produits non éthiques. Un programme d'accompagnement des entreprises vers une démarche plus consciente est également en construction.

5 ENTREPRISES ONT ÉVOLUÉ

2016

Octobre:

VICTOIRE de la campagne ciblant Oasis lancée par l'association VIDA. Oasis a décidé de mettre fin à son partenariat avec le cirque Pinder en accord avec la revendication de la campagne.



2017

Mai:

VICTOIRE de la campagne ciblant Joué Club lancée par l'association VIDA. Joué Club a décidé de mettre fin à son partenariat avec le cirque Pinder en accord avec la revendication de la campagne.



Aout:

VICTOIRE de la campagne ciblant Petit Navire lancée par l'association I-boycott.org. Petit Navire a répondu aux revendications de la campagne en s'engageant à réduire la pêche par Dispositifs de Concentration de Poissons (DCP).



Janvier:

VICTOIRE de la campagne ciblant Philips, les boycottants ont réussi à avoir des conditions de départ et d'accompagnement convenables.



2018

Mai:

VICTOIRE de la campagne ciblant le zoo de Fréjus où la cheffe soigneuse a fait preuve de transparence dans sa réponse.



100 000

NOMBRE DE CONSOM'ACTEURS INSCRITS SUR LA PLATEFORME! »



150

BÉNÉVOLES

13

ANTENNES



900

ADHÉRENTS

« Tu peux toujours gueuler qu'on ne peut rien faire pour améliorer la situation, ou alors tu peux jeter un coup d'œil sur i-boycott.org »

Guillaume MEURICE humoriste et chroniqueur à France-Inter



« L'idée est super. L'outil est un instrument puissant de dialogue entre les consommateurs et les grandes entreprises »

Nicolas HULOT, Ancien Ministre de la transition écologique et solidaire



« Petit navire prend à cœur le message adressé sur [i-boycott](http://i-boycott.org) et défend l'idée d'un dialogue ouvert »

Amaury DUTREIL, Directeur Général Petit Navire



« Starbucks prend très au sérieux et porte beaucoup d'attention aux messages et questions portés par [i-boycott](http://i-boycott.org) »

Simon REDFERN, vice-président communication Starbucks Europe



« Le boycott bienveillant est une révolution dans notre rapport avec les marques et incarne un outil puissant pour appuyer nos combats »

L'association VIDA





Levent ACAR

Co-fondateur

06 43 59 45 84

hello@i-boycott.org

