



Le Green Friday dévoile le programme de sa 4e édition



Chaque année, l'industrie textile jette 4 millions de tonnes de vêtements et en vend 5 millions en Europe. Quand on sait que la production d'un seul jean peut représenter jusqu'à 11 000 litres d'eau ces chiffres donnent le tournis !

Depuis 2017, le collectif Green Friday prend le contre pied du Black Friday et dit STOP à cette consommation devenue kamikaze. Pour cette quatrième année, placée sous le signe des petits engagements personnels, le collectif a mis en place tout un dispositif pour sensibiliser les citoyens, à l'impact des actions individuelles. Sans culpabiliser, le collectif entend montrer que chaque geste compte et qu'il n'y a pas de petits gestes si on est 7 milliards à les faire !



La raison d'être du collectif - sensibiliser à la nécessité d'une consommation raisonnée

Grand messe du consumérisme, le Black Friday est une tradition commerciale importée des Etats-Unis au cours de laquelle, de nombreuses enseignes commerciales cassent les prix le dernier vendredi du mois de novembre. En plus de promouvoir un modèle de production insoutenable, le Black Friday est devenu le symbole d'une consommation galopante et débridée reposant souvent sur des promotions incitatives et trompeuses.

A l'initiative de Altermundi, Dream Act, Envie, Refer et Ethiquable, le collectif Green Friday propose une alternative pour dire stop à cette consommation déconnectée des coûts environnementaux et sociaux. Le principe ? Sensibiliser à la consommation responsable et dénoncer la logique du Black Friday, sans culpabilisation, mais en remettant les choix citoyens

au cœur des enjeux environnementaux et sociaux liés à la consommation. En 3 ans, le Green Friday est devenu un rendez-vous populaire de grande ampleur. Le mouvement a rassemblé 400 structures l'année dernière.

Green Friday 2020

Réparer ou donner plutôt que de jeter, allonger les durées de vie, acheter local, choisir des produits labellisés, autant de bonnes pratiques qui font une vraie différence. Face à une course au profit trop souvent aveugle, Green Friday entend rappeler que les actions individuelles peuvent avoir un impact décisif sur le collectif.

Le 27 octobre prochain, le collectif lancera une grande campagne de communication afin de sensibiliser un maximum de citoyens à l'urgence de changer ses habitudes de consommation. La campagne, articulée autour du manifeste du collectif, des membres adhérents et du 30 days challenge, se déclinera en format print, web et sera relayée sur tous les leviers digitaux des déjà 200 membres du collectif.



#GreenFridayChallenge - 30 jours pour changer ses habitudes

Au cœur du dispositif déployé pour lutter contre la consommation kamikaze : le 30 DAYS Challenge. Du 29 octobre au 27 novembre, le collectif lancera chaque jour des petits défis très simples sous forme d'action ou vérité aux consommateurs via instagram. Les participants seront invités à partager leurs actions en photo avec le #GreenFridayChallenge. Ces photos seront repartagées en story par le collectif. Le but : donner des pistes simples pour sensibiliser aux petits gestes qui permettent aux citoyens de passer de consommateur à consomm'acteur !



Marques, entreprises : adhérer, c'est s'engager !

Marques, entreprises, associations, tous les adhérents du Green Friday défendent un modèle de consommation plus responsable et raisonné. La sélection des structures adhérentes est soumise à un vote du collectif selon des critères d'impacts écologiques et éthiques : les entreprises ou associations qui rejoignent le mouvement doivent œuvrer pour une consommation responsable tout l'année (réparation, réemploi, insertion, bio ...).

Le dernier vendredi du mois de novembre, les entreprises adhérentes du collectif s'engagent à ne pas proposer de réductions à leurs clients. Elles s'engagent également à reverser 10% de leur chiffre d'affaires de la journée au profit d'associations engagées sélectionnées par le collectif. Les associations s'engagent quant à elles à organiser un(des) événement(s) de sensibilisation à la consommation responsable le jour du Green Friday© ou à informer et/ou pédagogie sur l'impact de la consommation et les alternatives responsables.

Plus de 200 structures ont déjà répondu à l'appel du collectif cette année. Il est encore temps de rejoindre le mouvement via ce formulaire pour les [entreprises](#) ou les [associations](#).

A propos des membres fondateurs

Altermundi

Les boutiques Altermundi proposent une autre façon de consommer. Dans une démarche de commerce responsable, Altermundi propose le meilleur des marques éthiques, responsables et Made in France. Retrouvez dans ses concept-stores une sélection de produits design et eco-friendly. Art de vivre, maison, mode ou enfant... Altermundi propose une gamme complète d'objets et d'articles, fabriqués dans le respect des hommes et de l'environnement. En quelques chiffres : 8 boutiques 1 e-shop, 100 fournisseurs de produits durables, création en 2003 à l'initiative du Groupe SOS. Altermundi prévoit l'ouverture de 2 ou 3 boutiques supplémentaires en 2020.

www.altermundi.com / [@Altermundi](#)

DreamAct

DreamAct est la e-boutique des marques engagées. Créée il y a 3 ans, DreamAct fédère aujourd'hui près de 800 marques engagées pour préserver l'environnement et améliorer la société, triées sur le volet par un comité d'experts indépendant. DreamAct propose des alternatives de consommation éthiques, écologiques et durables sur les thématiques de la mode éthique, les cosmétiques naturels, l'éco-design, l'enfance, la librairie... Notre objectif est simple : faire de la consommation responsable et raisonnée la norme et non plus l'exception ! dreamact.eu / [@TeamDreamAct](#)

ENVIE

ENVIE est engagé dans l'insertion sociale par le retour à l'emploi de personnes exclues ou éloignées du monde du travail. Pour créer ces emplois, ENVIE a développé de nombreuses activités dont le dénominateur commun est l'économie circulaire et donc le développement durable. Le réseau est constitué de 50 entreprises autonomes fédérées autour du projet et de la marque ENVIE. ENVIE a créé et déposé la marque GREEN FRIDAY en 2017 à l'INPI.

www.envie.org / [@Envie_org](#)

Ethiquable

ETHIQUABLE est une SCOP (ce sont les salariés qui détiennent le capital de l'entreprise) agréée entreprise solidaire d'utilité sociale. La marque spécialiste du commerce équitable en grande surface se définit comme une entreprise citoyenne, engagée et solidaire et achète sur ses produits « Ce que je défends » pour expliquer aux consommateurs sa démarche. Depuis 15 ans, ETHIQUABLE agit en faveur d'un commerce équitable engagé (prix rémunérateur, relation directe & durable, appui sur le terrain) exclusivement basé sur l'agriculture paysanne bio. La SCOP est en lien avec 70 coopératives de petits producteurs partenaires dans 26 pays du Sud, et en France avec les produits Paysans d'ici. 46 532 producteurs sont ainsi directement impactés par ses actions. Chacun des 160 produits équitables et bio est issu d'un terroir, d'une organisation avec laquelle un projet de développement et d'autonomisation est identifié. 4 agronomes accompagnent sur le terrain les producteurs pour réaliser ces projets de commerce équitable.

www.ethiquable.coop / [@Ethiquable](#)

REFER

Le REFER est un réseau qui fédère 40 ressourceries et recycleries en Ile-de-France. Ces associations œuvrent au quotidien pour redonner une seconde vie aux objets. Par la collecte, la revalorisation, la revente solidaire et le don des biens qu'elles collectent, elles allient une double action pour l'environnement et les solidarités. Elles mettent au cœur de leur mission de sensibilisation la lutte contre le gaspillage, la réparation, l'éducation à l'environnement, la réappropriation de techniques et de savoir-faire artisanaux. Quelques chiffres : 770 salariés (455 en insertion), plus 5000 tonnes de déchets évités par le réemploi et le recyclage.

www.reemploi-idf.org / [@REEMPLOI_IDF](#)

Contact presse : Céline Euzen - 06 08 83 75 28 - celine.euzen@gmail.com