



Le Green Friday revient le 24 novembre “Black Friday, la course vers la défaite”.

Depuis six ans, le Green Friday lutte contre le Black Friday et le consumérisme qu’il représente. Devenu un véritable rendez-vous populaire, le mouvement prend chaque année de l’ampleur et regroupe 500 structures engagées.

Alors que les manifestations du réchauffement climatique sont de plus en plus visibles et que la crise écologique est une des premières préoccupations des Français, le Collectif Green Friday intensifie sa lutte et prépare une nouvelle édition haute en couleurs. A travers une campagne digitale et une multitude d’événements prévus le jour J dans toute l’Europe, le Collectif souhaite dénoncer les impacts négatifs de cette consommation déraisonnée et sensibiliser à des alternatives qui prennent soin de la planète. Moins... mais mieux !



Le Black Friday est un grand jour de promotions exceptionnelles cherchant à faire acheter le plus possible. Derrière une simple opération de promotions, il représente la promesse du bonheur par la consommation, au détriment de toutes les alarmes planétaires et sociales. Des objets souvent inutiles, de mauvaise qualité et dont l'impact sur la planète sera bien réel.

Le collectif du Green Friday défend l'idée que ce consumérisme n'est pas une fatalité. Il refuse le postulat d'une croissance à tout prix, et défend l'éco-conception, la réparation et le réemploi solidaire.

L'acte d'achat est un choix fort, et pas toujours une nécessité. Il existe de nombreuses alternatives de consommation, plus responsables.

Le Collectif fédère aujourd'hui plus de 500 entreprises et associations qui œuvrent pour une activité équitable, durable, responsable, circulaire ou pour l'insertion par l'activité économique.

En devenant adhérentes au Green Friday, les entreprises s'engagent :

- à ne pas proposer de réductions à leurs clients le jour du Black Friday
- à reverser 10 % de leur chiffre d'affaires de cette journée au profit d'associations engagées

Les associations adhérentes s'engagent quant à elle :

- à organiser un ou plusieurs événements de sensibilisation à la consommation responsable
- ou à faire une action pédagogique sur l'impact de la consommation et les alternatives responsables.

Retour sur l'édition 2022

L'année dernière, de nombreux événements ont été proposés dans toute la France par les associations adhérentes (ateliers de réparation, de couture, de fabrication à partir de récup ...). **Les entreprises adhérentes, ont quant à elles pu reverser un montant total de 19 971,87€** aux associations sélectionnées par le collectif : e-graine, HOP / Halte à l'Obsolescence Programmée, RespectOcean et Zero Waste France.

Le collectif a également diffusé une grande campagne de communication, publié une bande dessinée sur la surconsommation et piloté une étude sur les comportements d'achat des Français.e.s lors du Black Friday.

Edition 2023 : "Black Friday, la course vers la défaite".

"Les manifestations on ne peut plus visibles du réchauffement climatique de cet été nous ont montré l'urgence de continuer le combat. Le mouvement continue à prendre de l'ampleur et

nous sommes heureux de faire une nouvelle édition 2023 haute en couleurs !” Jean-Paul Raillard, Président du Green Friday et de la Fédération Envie.

Devenu un symbole de la lutte contre la surconsommation, le Collectif souhaite aujourd'hui plus que jamais intensifier ses moyens de sensibilisation afin d'avoir plus d'impact sur le long terme.

“Grâce à l'étude menée en partenariat avec Harris, nous avons pu relever plusieurs axes d'amélioration pour l'édition 2023. Par exemple, l'étude nous montre une ambivalence des Français-es avec d'un côté une volonté de faire des efforts, mais pour autant de profiter également du Black Friday pour des raisons économiques. Il serait donc important d'insister sur la possibilité d'accéder aux biens de consommation courante par de réelles alternatives responsables (réparation, réemploi, éco-conception). La consommation ne doit plus être vue comme un loisir, une distraction mais une réponse à des besoins identifiés par le consommateur !

Nous avons également constaté que 7 Français-es sur 10 pensent que le Green Friday est une méthode de marketing ou de greenwashing, malgré la sincérité et la fermeté de nos discours. Cela souligne l'importance de mieux préciser les contours de notre message : nous luttons pour la fin du Black Friday et ce qu'il représente (une consommation effrénée et destructrice), et pour des alternatives qui prennent soin de la planète et du vivant dans son ensemble”. continue Jean-Paul Raillard.

Pour cette année, le Collectif a imaginé une grande campagne pour dénoncer les impacts négatifs engendrés par le Black Friday en reprenant les codes des compétitions sportives en lien avec l'actualité, à quelques mois des Jeux Olympiques. **“Les J.O font beaucoup parler pour de nombreuses raisons (notamment écologiques), et il nous semblait judicieux de rappeler qu'en cette fin d'année, le Black Friday mérite beaucoup de médailles, mais pas de quoi en être fier”** précise le Collectif.

Le Collectif a également décidé de laisser les entreprises verser les 10% de leur chiffre d'affaires du jour à l'une des deux associations choisies par le Collectif ou celle de leur choix, à condition de respecter les valeurs du Green Friday.

Les inscriptions pour les demandes d'adhésions pour l'édition 2023 sont ouvertes, avec une cotisation à partir de 60 euros. Une fois le formulaire complété et la demande d'adhésion validée, chaque entreprise ou association reçoit un KIT de communication pour les aider à maximiser la visibilité de sa campagne. Les cotisations servent à faire vivre l'association, à prendre du temps pour construire des campagnes créatives et efficaces et aider à sensibiliser le plus grand nombre.

A propos des membres du Collectif

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 : 12 boutiques 1 e-shop, 100 fournisseurs de produits durables, création

en 2003 à l'initiative du Groupe SOS.
www.altermundi.com / [@Altermundi](https://twitter.com/Altermundi)

ENVIE

Créé en 1984, Envie est précurseur de l'économie sociale et solidaire. Aujourd'hui, Envie est un réseau de 52 entreprises d'insertion qui poursuit au quotidien sa dynamique d'innovation au service de la réparation et de la réutilisation d'appareils électriques et électroniques, de la collecte et de la valorisation des déchets, et de l'inclusion au cœur des territoires.

Quelques chiffres de l'année 2022 : 3708 collaborateurs dont 2790 en parcours d'insertion / Près de 150 000 appareils électroménagers rénovés et remis sur le marché / Plus de 168 990 tonnes de déchets d'équipements électriques et électroniques collectées..

www.envie.org / [@Envie_org](https://twitter.com/Envie_org)

REFER

Le REFER est un réseau qui fédère 53 Ressourceries et Recycleries en Ile-de-France. Ces associations œuvrent au quotidien pour redonner une seconde vie aux objets. Par la collecte, la valorisation, la vente solidaire et le don des biens qu'elles collectent, elles allient une double action pour l'environnement et les solidarités. Le REFER défend une vision non lucrative et non concurrentielle du réemploi. Une vision où action sociale, solidarité et écologie sont intrinsèquement liées.

Quelques chiffres : 1573 salarié·es, plus 5000 tonnes réemployées chaque année.

www.reemploi-idf.org / [@REEMPLOI_IDF](https://twitter.com/REEMPLOI_IDF)

EMMAÛS FRANCE

Emmaüs est né il y a 73 ans pour trouver, avec les personnes victimes de phénomènes d'exclusion, les solutions qui leur permettent de redevenir acteur de leur vie. Fidèle à la volonté de l'abbé Pierre, Emmaüs est devenu à la fois une fabrique d'innovations sociales et de solidarités pour aider des publics en situation de grande précarité, et un front engagé et militant en faveur d'une société plus humaine et plus juste.

Dans une société largement dominée par le profit, l'individualisme et le consumérisme, les valeurs qui animent le Mouvement sont avant tout humanistes. Elles placent le projet social et la solidarité bien avant la logique économique. Loin des dispositifs traditionnels de charité et d'assistanat, la possibilité pour chacun de prendre sa vie en main et la dignité sont les leviers du modèle Emmaüs pour remettre debout les accidentés de la vie.

RESSOURCES

La fédération RESSOURCES représente les entreprises sociales et circulaires du secteur de la réutilisation des biens et des matières. Elle défend les intérêts de ses membres et les accompagne dans la création de valeurs économiques, sociales et environnementales.

Pionnières, les entreprises d'économie sociale mettent en œuvre depuis longtemps les principes de l'économie circulaire. Par leurs activités, elles allient impact social, service durable à la collectivité et préservation de l'environnement ; création d'emplois locaux durables et prévention des déchets.

RREUSE

S'appuyant sur l'expérience de ses membres, RREUSE vise à garantir des politiques européennes favorables au développement de l'économie circulaire et sociale, des partenariats innovants et le partage des meilleures pratiques pour développer des modèles commerciaux inclusifs et circulaires à travers l'Europe et au-delà. Les membres de RREUSE emploient des personnes en situation de risque d'exclusion socio-économique et contribuent à leur réinsertion sur le marché du travail. De plus, ils remettent en marché des produits de seconde main à des prix abordables, fournissant ainsi des articles essentiels aux personnes à faible revenu.

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