



J-8 avant le Green Friday - STOP à la consommation kamikaze

Alors que les sirènes de la surconsommation n'ont jamais retenti aussi fortement, le Green Friday, alternative au Black Friday et ses promotions incitatrices et trompeuses, revient en force cette année, plus que jamais déterminé pour contrer le vendredi noir.

Si la crise actuelle malmène les petits commerces, les géants comme Amazon et Carrefour enregistrent des ventes records. A travers différentes actions de sensibilisation, le collectif dénonce ce qui se cache sous les prix cassés, crie l'urgence de changer nos habitudes de consommation et invite les citoyens à prendre conscience du pouvoir de notre acte d'achat. 500 structures ont rejoint le mouvement. Dans une tribune, Jean-Paul Raillard, Président du Green Friday affirme sa position : l'hyperconsommation ne peut être la solution du monde d'après.

Le Green Friday 2020

Événement éco-citoyen, collectif militant, journée de sensibilisation, le Green Friday c'est un peu tout ça à la fois. 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.

Cette année, à travers une grande campagne print et web articulée autour de leur manifeste, le collectif entend rappeler l'importance des actions individuelles. Réparer ou donner plutôt que jeter, allonger les durées de vie, acheter local, choisir des produits labellisés ... il n'y a pas de petits gestes si on est 7 milliards à les faire !

Le #GreenFridayChallenge, 30 jours pour changer ses habitudes de consommation a été lancé sur instagram pour compléter le dispositif. A travers des petits défis lancés chaque jour sur les réseaux sociaux sous forme d'action ou vérité, le collectif invite les citoyens à repenser leur mode de consommation et donne des pistes simples pour passer de consommateur à consomm'acteur.

ENSEMBLE, REPRENONS LE GREEN FRIDAY
LE POUVOIR C'EST L'ANTI-BLACK FRIDAY.
C'EST NOTRE FAÇON DE DIRE STOP À UNE DE L'ACHAT. PRODUCTION EXCESSIVE ET IRRATIONNÉE.

STOP AUX CHOIX DE PRODUCTION ET DE LOGISTIQUE QUI AUGMENTENT LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE.
à une production QUI ÉPUISE LES RESSOURCES DE LA PLANÈTE.
à des méthodes de production qui exploitent l'être humain.
à la MANIPULATION DES CONSOMMATEURS VERS L'HYPERCONSUMMATION

ENSEMBLE, REDEFINISSONS LES RÈGLES DU MARCHÉ.
Vous décidez QUELLES MARQUES S'INSCRIVENT DANS LE TEMPS et QUELLES MARQUES DOIVENT CHANGER OU DISPARAITRE. Vous décidez de la façon dont les personnes qui produisent vos futurs achats seront traitées et de L'IMPACT que les marques auront SUR LA PLANÈTE

VOUS DÉCIDEZ

ENSEMBLE, DISONS OUI AUX ALTERNATIVES QUI BÉNÉFICIENT À TOUS.
Oui à un choix de MATIÈRES PREMIÈRES ECO-RESPONSABLES. Oui à un juste salaire pour tous. Oui à un environnement de travail sain et sécurisant.
OUI Oui à une PRODUCTION PLUS LOCALE ET BIO. Oui à une production et une consommation dont VOUS DÉFINISSEZ LES RÈGLES À LA SECONDE MAIN. À LA RÉPARATION. AU RÉEMPLOI. AU RECYCLAGE.

ENSEMBLE, DONNONS-NOUS UNE CHANCE. INCITONS
Privilégions des **MARQUES RESPONSABLES**. Achetons des produits de seconde main. **RÉPARONS** les produits qui peuvent l'être. **BONNONS** ce dont nous n'avons plus l'usage. **RECYCLONS** les produits et offrons-leur une seconde vie. **À EN FAIRE DE MÊME.**

POSITIVEMENT NOTRE ENTOURAGE

CHACUN D'ENTRE NOUS, AINSI SIMPLE ET PETIT SOIT-IL, PEUT FAIRE UNE DIFFÉRENCE. PARCE QU'IL N'Y A PAS DE PETIT GESTE QUAND ON EST **7 MILLIARDS** à les faire.

Devenu un événement populaire de grande ampleur, Green Friday rassemble cette année 500 structures dont chaque candidature a été étudiée et validée par le collectif. Seules les structures sincèrement engagées dans une démarche éco-responsable sont retenues. En adhérant au collectif, elles s'engagent à ne pas faire de promotions et à reverser 10% du chiffre d'affaires de cette journée à des associations.

Le Green Friday à l'heure du confinement

Consommer pour ne pas s'ennuyer. Consommer pour remplir nos nouveaux besoins. Consommer vite. Consommer mal.

À l'aube du Black Friday, les sirènes de la surconsommation n'ont jamais retenti aussi fortement malgré la loi contre le gaspillage et pour l'économie circulaire votée en février 2020 qui a interdit ce genre de manifestation hors des périodes légales de soldes.

Dans un contexte dramatique où nous faisons tous face à une grave menace sanitaire et économique qui frappe durement les plus démunis et rejette dans la pauvreté de nouvelles catégories de population, cette communication à outrance est indécente et doit nous rappeler que l'hyperconsommation ne peut être une solution du monde d'après.

Consommer de façon responsable alors que le pouvoir d'achat est en baisse, ce n'est pas consommer à tout prix en cédant à l'illusion d'un prix d'appel qui serait forcément le plus avantageux. Ce n'est pas non plus consommer vite donc consommer mal. Consommer de façon responsable, c'est encore et toujours s'interroger sur nos besoins réels, sur le contenu en ressources naturelles, en conditions de travail, en revenu décent, en dépense énergétique des produits ou des services que l'on souhaite acheter.

La fermeture de nombreux commerces de proximité malmenés par le confinement et la crise économique ainsi que le boom actuel des ventes en hypermarchés et sur les plateformes en ligne ne sont pas forcément de bonnes nouvelles pour ce monde d'après auquel nous aspirons mais sans trop le voir venir. Carrefour enregistre depuis le début de l'année des performances inédites depuis vingt ans tandis qu'Amazon a fait état, fin octobre, d'un triplement de son résultat déjà au plus haut.

Les promotions illusoires, les prix « attractifs », les solutions clés en main masquent le plus souvent des coûts du travail au rabais, un éloignement énergivore entre les lieux de production et ceux de consommation, une surconsommation déraisonnée des ressources naturelles. Cette course à la compression maximale de tous les coûts de la chaîne de valeur est ainsi dangereuse par les effets qu'elle produit en dégâts sociaux et environnementaux souvent irrémédiables.

Ces pratiques nous désresponsabilisent, nous consommateurs, car la réalité sociale et environnementale qui nous lie à l'objet que nous acquérons devient de moins en moins palpable et seul le prix final reste visible.

Mais une alternative existe. Nous appelons donc aujourd'hui tous les citoyens qui ont à cœur une consommation plus humaine à prendre conscience du pouvoir de notre acte d'achat. En choisissant un produit durable, réparable, de seconde main, plutôt qu'un produit vendu à un prix manifestement trop bas pour être « juste », nous conservons tout autant notre pouvoir d'achat mais surtout nous préservons davantage les emplois locaux et la planète.

Choisissons d'apprendre à mieux consommer, à réparer ou réutiliser pendant ce temps du Green Friday et surtout après. Nous nous en porterons beaucoup mieux et la planète aussi !

Jean-Paul Raillard, Président du Green Friday

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

Créé en 1984, Envie est précurseur de l'économie sociale et solidaire. Aujourd'hui, Envie est un réseau de 50 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. ENVIE a créé et déposé la marque Green Friday à l'INPI en 2017.

www.envie.org / @Envie_org

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