



Le Green Friday revient le 25 novembre pour une 6e édition

Devenu un symbole de la lutte contre la surconsommation, le Green Friday se mobilise cette année encore pour prendre le contrepied du Black Friday. Le collectif, qui réunit désormais plus de 560 enseignes, entend profiter de cet événement pour affirmer l'urgence de changer nos modes de consommation. A travers de nombreuses actions éco-citoyennes organisées dans toute la France la même semaine que le "vendredi noir", le collectif sensibilisera à la nécessité de "*Consommer mieux, consommer moins*". Une 6e édition placée sous le signe de l'urgence.

L'édito de Jean-Paul Raillard

On continue à consommer comme avant ? Vraiment ?

Alors que les mauvaises nouvelles se sont accumulées cet été sur le front du climat, de la biodiversité et de l'accès à l'eau, les enseignes préparent activement leur campagne Black Friday de fin novembre en occultant une fois de plus le lien entre l'hyperconsommation et l'épuisement rapide des ressources de la Terre, la montée des inégalités et le dérèglement climatique.

Nous pouvons déjà facilement imaginer que la crise de l'énergie et le retour de l'inflation vont nourrir les slogans commerciaux avec une litanie du toujours moins cher comme parade à la hausse des prix.

Dénoncer le mythe du « Black Friday, bonne affaire pour les consommateurs » restera une ligne de conduite impérative pour le collectif militant du Green Friday afin de continuer à sensibiliser le public sur la signification de l'acte d'achat et à changer les mentalités.

Avec des partenaires toujours plus nombreux et sur une échelle maintenant élargie à l'Europe, **nous nous engageons dans une campagne 2022 résolument offensive et de salubrité publique.**

90% des français.es trouvent que l'on vit dans une société qui nous pousse à acheter sans cesse (baromètre greenflex Ademe 202).

Le Green Friday - pourquoi ?

Tradition commerciale importée des États-Unis, le Black Friday encourage les enseignes à proposer des prix cassés le dernier vendredi du mois de novembre. **Cette année, le "Black Friday" aura lieu le vendredi 25 novembre.**

Ce jour, devenu le symbole du consumérisme, compte parmi les jours où l'on achète le plus dans le monde. En 2021, rien qu'en France, 748 millions d'euros de chiffre d'affaires ont été réalisés lors du Black Friday.

Créé à l'initiative du réseau ENVIE en 2017, le Green Friday a été conçu comme une **alternative au Black Friday et ses promotions incitatives et trompeuses**. Il rassemble aujourd'hui un collectif composé d'Altermundi, Dream Act, Emmaüs France, ENVIE, le REFER, Ressources Belgique et RREUSE.



Le Green Friday se présente comme une alternative à la consommation compulsive, aux achats non nécessaires dictés par la logique promotionnelle, sans culpabiliser les consommateurs, mais en les responsabilisant. Au-delà de la dénonciation des méfaits du Black Friday, le Green Friday souhaite donc permettre aux citoyens de changer durablement leurs modes de consommation.

En 2021, ce sont près de 560 structures issues de tous les secteurs en France et en Belgique qui ont participé à l'opération Green Friday. Parmi les adhérents au Green Friday, on trouve des marques comme 900.care, Qwetch, Fleur de coton bio ou encore Gîtes de France.

Les engagements des membres du collectif

- Les entreprises ou associations qui rejoignent le mouvement doivent **œuvrer concrètement pour une consommation responsable toute l'année** (réparation, réemploi, insertion, bio...).
- Le Collectif Green Friday demande aux entreprises adhérentes de s'engager **à ne pas proposer de réductions à leurs clients le vendredi 25 novembre 2022 et à reverser 10% de leur chiffre d'affaires de cette journée** au profit d'associations engagées, sélectionnées par le Collectif.

- Le Collectif Green Friday demande aux associations adhérentes de s'engager en **organisant un(des) événement(s) de sensibilisation** à la consommation responsable ou à faire une action pédagogique sur l'impact de la consommation et les alternatives responsables.

Comment rejoindre le mouvement ?

Les entreprises ou associations qui souhaitent rejoindre le mouvement peuvent d'ores et déjà remplir la demande [d'adhésion en ligne](#).

La sélection des structures adhérentes est soumise à un vote du Collectif qui prend en compte les critères d'impacts écologiques et d'éthique. Une fois l'adhésion validée, les nouveaux membres se voient remettre un kit de communication.

2022 - programme de la 6e édition

Pour cette nouvelle édition, le collectif prépare :

- **Une campagne de communication poignante** sur les méfaits du Black Friday
- **Des événements éco-citoyens** ouverts à tous dans toute la France le jour J : le programme sera en ligne dès la mi-novembre dans la rubrique "nos actions"
- En partenariat avec la MAIF, une étude **sur la perception du Black Friday par les Français**.

A l'heure où l'environnement et le pouvoir d'achat constituent des préoccupations toujours plus importantes, et parfois perçues comme difficilement conciliables, comment les Français se positionnent-ils par rapport à cette « grande fête » de la consommation à prix cassés que constitue le Black Friday ? Peut-on se sentir concernés par les initiatives qui cherchent à éviter la « fin du monde » quand il n'est pas toujours facile d'assurer la « fin du mois » ?

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 : 12 boutiques 1 e-shop, 100 fournisseurs de produits durables, création en 2003 à l'initiative du Groupe SOS.
www.altermundi.com / @Altermundi

Dream Act

Dream Act est le site pour consommer responsable au quotidien. Créée il y a 5 ans, Dream Act fédère aujourd'hui près de 1 200 marques engagées pour préserver l'environnement et améliorer la société, triées sur le volet par un comité d'experts indépendant. Dream Act propose des alternatives de consommation éthiques,

Communiqué de presse - 3 novembre 2022

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 / [@dreamact_eu](https://www.instagram.com/dreamact_eu)

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 2021 : 3037 salariés dont 2187 en parcours d'insertion / + de 108 000 appareils électroménagers rénovés et remis sur le marché / + de 116 000 tonnes de déchets d'équipements électriques et électroniques traités.

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

REFER

Le REFER est un réseau qui fédère 47 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](https://www.instagram.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'assistantat, 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