COMMUNIQUE DE PRESSE **Paris, le 8 octobre 2026**

Black Friday : le Green Friday crève la bulle des promos gonflées

Le vendredi 27 novembre 2026, le Green Friday est de retour. Depuis 2017, ce collectif rassemble des associations et entreprises sociales qui proposent une alternative au Black Friday : pas de promotions ce jour-là, mais des prix justes toute l'année. Pour cette nouvelle édition, le mouvement mise sur une campagne pop et décalée pour dénoncer les excès de la surproduction et de l'ultra-fast commerce.

Derrière des produits improbables, mais bien réels, un système bien réel à dénoncer. Un pingouin gonflable, un t-shirt à faux muscles, un lave-linge remonté à bloc : à l'approche du Black Friday, une multitude de produits sont vendus en ligne à prix cassés, avec des mentions bien connues : « Offre limitée », « Plus que 24 h ! », « Prix spécial ». Toujours plus de produits, toujours plus vite, toujours moins cher, jusqu'à atteindre parfois l'absurde.



Avec sa campagne « Le dessous des promos gonflées », le Green Friday parodie les codes du Black Friday avec une sélection de produits que l'on peut retrouver sur les plateformes d'ultra-fast commerce, parfois improbables ou inutiles, et proposés à des prix défiant toute concurrence. L'objectif : **faire sourire pour mieux faire réfléchir**.
Car derrière ces offres se trouve un système fondé sur l'achat impulsif, la multiplication des produits et leur renouvellement permanent : acheter toujours plus, plus vite, pour parfois les oublier ou remplacer quelques semaines plus tard.
Et si la vraie bonne affaire était finalement celle qui dure ?

Le dessous des promos gonflées, en chiffres
La campagne rappelle également que les promotions du Black Friday ne sont généralement pas si avantageuses qu'on ne le croit :

- **Une promotion sur trois ne respecte pas les règles d'affichage des prix** lors du Black Friday[1]
- **96 % des jouets testés** sur des plateformes d'ultra-fast commerce sont non conformes aux normes de sécurité.[2]
- **7 200 nouveaux modèles** sont mis en ligne chaque jour par l'ultra-fast fashion[3].

---

[1] *Commission européenne et autorités nationales de protection des consommateurs (DGCCRF pour la France) : contrôle coordonné des promotions en ligne du Black Friday et du Cyber Monday 2025. 314 commerçants ont été examinés, des milliers d'offres analysées, et 30 % des promotions affichées ne respectaient pas la directive européenne sur les indications de prix. Que Choisir l'a relayé en avril 2026*

[2] *Toy Industries of Europe et Fédération française des industries Jouet et Puériculture (FJP), novembre 2025. Sur 70 jouets achetés à des vendeurs tiers non européens sur sept plateformes (Shein, Temu, AliExpress, Amazon Marketplace, Cdiscount, Fruugo et Joom), 96 % ont été déclarés non conformes aux exigences de sécurité européennes par un laboratoire agréé. 86 % présentaient des risques graves pour la sécurité ou la santé des enfants.*

[3] *rapport des Amis de la Terre, juin 2023. L'ONG a suivi quotidiennement les nouveautés de Shein pendant le mois de mai 2023 : plus de 7 200 modèles ajoutés à la vente chaque jour en moyenne, avec un pic à 10 800 en une journée.*

Contact presse : Céline Euzen - celine.euzen@gmail.com

Un T-shirt à 2,99 €, cela peut constituer une bonne affaire pour le consommateur. Pour la personne qui fabrique ce T-Shirt, la facture est plus salée : salaire de misère, conditions de travail très difficiles… Pour la planète, elle se compte par ailleurs en matières premières, en énergie, transport, émis. En bref, l'addition est parfois bien plus longue que ce que le ticket de caisse veut bien montrer.

Le Green Friday : consommer autrement, sans culpabiliser
Depuis sa création en 2017, le Green Friday propose une alternative au Black Friday, avec des messages visant à **sensibiliser sans culpabiliser et redonner à chacun le pouvoir d'agir sur sa consommation.** Il ne s'agit pas de renoncer à tout, ni de faire de chaque achat un sujet de culpabilité, mais plutôt de reprendre le temps de choisir et de donner davantage de valeur à ce que l'on possède déjà. Avant d'acheter neuf, plusieurs alternatives existent :

- **Réparer plutôt que jeter,**
- **Acheter d'occasion,**
- **Privilégier le reconditionné,**
- **Partager plutôt qu'accumuler,**
- **Soutenir les marques responsables,**
- **Et, tout simplement, acheter moins lorsque l'on n'en a pas besoin.**

Ces gestes simples permettent d'allonger la durée de vie des produits et de soutenir les acteurs du réemploi, de la réparation et de l'économie sociale et solidaire. Alors que les effets du changement climatique se font de plus en plus concrets, le Green Friday rappelle également que nos modes de consommation ont eux aussi un impact sur les ressources et le climat.

« *Aujourd'hui, personne ne peut ignorer les dégâts du réchauffement climatique sur notre vie quotidienne, ni les causes qui l'engendrent. Il nous faut revenir au plus vite à un mode de vie plus frugal où nous prenons soin des personnes, mais aussi des choses, en faisant durer le plus longtemps possible nos biens personnels par la frugalité, la réparation, le réemploi ou le partage. Cette année encore, le Green Friday coïncide avec la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets organisée par l'ADEME qui aura pour thème principal la transition de l'ultra-consommation vers une consommation responsable. De nouveau, osons dire NON à cette course folle aux soi-disant bonnes affaires du Black Friday et adoptons un mode de vie qui préserve celui des générations futures !* » **Jean-Paul Raillard, Président du Green Friday**

Une édition portée par Envie, Altermundi et le Réseau National des Ressourceries et Recycleries
Cette année encore, la campagne est portée par **Envie, Altermundi et le Réseau National des Ressourceries et Recycleries (RNRR)**. Les entreprises et organisations qui souhaitent rejoindre le mouvement peuvent recevoir un kit de communication pour relayer la campagne.

Des animations partout en France
À l'occasion du Green Friday, le 27 novembre 2026, les boutiques et structures partenaires proposeront partout en France des ateliers, animations et rencontres autour de la réparation, du réemploi, de l'occasion et de la consommation responsable. De quoi faire le plein d'idées pour réparer, réutiliser, chiner, partager… et repartir avec quelques bonnes idées pour consommer autrement.

À propos du Green Friday
Créé en 2017 à l'initiative du réseau Envie, rejoint dès 2018 par Altermundi et d'autres acteurs du commerce responsable et du réemploi, le Green Friday® est un collectif d'acteurs de l'économie sociale et solidaire qui propose une alternative au Black Friday. Son principe : sensibiliser à une consommation plus responsable, sans culpabiliser. Les structures engagées ne proposent aucune promotion le jour du Black Friday et organisent à la place des ateliers et animations autour de la réparation, du réemploi et de l'occasion. En 2026, le collectif est porté par Envie, Altermundi et le Réseau National des Ressourceries et Recycleries.
greenfriday.fr

Contact presse : Céline Euzen - celine.euzen@gmail.com