



## Face au Black Friday, la riposte s'organise : Rejoignez le Green Friday pour défendre une consommation plus responsable

23 NOVEMBRE 2018

La consommation est devenue un enjeu environnemental incontournable et un levier d'action réel pour les consommateurs à travers leur choix d'achat. Selon l'Insee, les Français consomment un peu plus chaque année depuis 50 ans. En 2015, chaque Français a produit en moyenne 518 kg de déchets ménagers<sup>1</sup>.

Quelques exemples :

-Alors qu'ils pensent posséder en moyenne 34 équipements électriques et électroniques par foyer, les Français en possèdent en réalité 99 en moyenne et 6 d'entre eux ne sont pas utilisés<sup>2</sup> ;

-Une personne achète aujourd'hui 60% d'habits en plus qu'il y a 15 ans, tandis que chaque article acheté est gardé deux fois moins longtemps<sup>3</sup> ;

-Nous changeons notre téléphone en moyenne tous les deux ans et 88% des Français changent leur téléphone portable alors qu'il fonctionne encore<sup>2</sup>.

Nos modes de vies actuels ne sont pas soutenables, notre consommation a un impact direct sur les enjeux sociaux et environnementaux de la planète.

### ► Le Black Friday : une course à la consommation kamikaze

Tradition commerciale importée des Etats-Unis, le Black Friday est le symbole d'une consommation galopante et débridée. Depuis plusieurs années, le dernier vendredi de novembre est l'occasion d'une grande messe du consumérisme, au cours de laquelle certaines enseignes commerciales cassent les prix sur une large gamme de produits. Cette journée promeut un modèle de production et de consommation effrénées, à n'importe quel coût environnemental ou social.

### Des promotions trompeuses

Par ailleurs, les promotions proposées se révèlent souvent mensongères : en augmentant leurs prix en amont de l'événement, les réductions réelles appliquées sont en moyenne inférieures à 2% du prix de vente habituel du produit. En 2016, moins de 2% des promotions sur les appareils informatiques ou le gros électroménager offrent un rabais de plus de 20% par rapport au prix initial<sup>2</sup>.

### Un désastre écologique

Au-delà du manque d'éthique qui caractérise de telles logiques promotionnelles, le Black Friday incarne le désastre écologique du modèle « extraire-produire-acheter-jeter ». L'industrie du textile en est l'exemple le plus éloquent. Chaque année, 5 millions de tonnes de vêtements sont achetées en Europe, ce qui représente

---

<sup>1</sup> Chiffre du Ministère de la Transition écologique et solidaire

<sup>2</sup> Etude ADEME *La face cachée des objets septembre 2018*

<sup>3</sup> Etude de l'association de consommateurs Que Choisir

environ 80 nouveaux articles par personne, tandis que 4 millions de tonnes sont jetées sur la même période<sup>3</sup>. Ce gaspillage est désastreux : la production d'un simple jean nécessite 11 000 litres d'eau<sup>4</sup> !

### **Un moins-disant social inacceptable**

Par ailleurs, la production de ces biens est effectuée dans des conditions sociales préoccupantes, en témoigne la tragédie du Rana Plaza en 2013. L'effondrement de cette usine a causé 1127 morts et des milliers de blessés au Bangladesh. Ce scandale, le pire qui ait frappé l'industrie textile ces dernières années, n'est que la face émergée de l'iceberg. Dans tous les secteurs de production, la baisse effrénée des prix implique mécaniquement des conditions de travail toujours plus insoutenables.

Le Black Friday et son chapelet de promotions et de publicités encouragent des achats compulsifs et non réfléchis. Il incarne une forme de consommation socialement irresponsable.

### **Un évènement qui prend de l'ampleur**

Depuis quelques années, le Black Friday se pose comme un des principaux temps forts de la consommation. D'après un sondage commandé par Amazon, 70 % des Français l'identifient aujourd'hui comme un rendez-vous incontournable. L'édition 2017 a enregistré une hausse de 30% de ses ventes par rapport à 2016<sup>5</sup>. Pourtant, beaucoup de consommateurs s'intéressent aux alternatives à cette consommation classique.

### **► Le Green Friday, pour s'emparer du pouvoir de l'achat**



Les impacts sociaux et environnementaux de notre consommation ne sont plus à démontrer et il devient urgent de sensibiliser les Français aux différentes alternatives responsables et d'appeler à plus de sobriété dans nos choix d'achat.

Le Green Friday souhaite sensibiliser massivement aux impacts de notre consommation et encourager les consommateurs à adopter de nouvelles habitudes. Consommer, c'est pouvoir choisir d'encourager des modes de productions plus éthiques et/ou plus respectueux de la planète.

Initié par le réseau Envie en 2017, le Green Friday est né d'une volonté de rappeler que de nombreuses alternatives de consommation existent. Une volonté de participer à limiter le gaspillage en encourageant les consommateurs à réparer plutôt qu'acheter, à donner plutôt que jeter, à acheter d'occasion plutôt que neuf, ou à consommer seulement si besoin est.

En 2018, ce mouvement s'agrandit : des entreprises et associations engagées pour un commerce équitable, durable, responsable et/ou circulaire ou pour l'insertion par l'activité économique se sont fédérées pour créer l'association Green Friday. Le mouvement souhaite rappeler que l'acte d'achat est un choix fort et qu'il existe aujourd'hui de nombreuses entreprises qui proposent des alternatives plus vertueuses que celles que les encarts publicitaires du Black Friday nous invitent à contempler.

A l'occasion de cette journée, les membres de l'association reverseront 15% de leur chiffre d'affaires du jour à des associations engagées pour une consommation responsable (Halte à l'Obsolescence Programmée, Zero Waste, ...) ainsi que des événements pédagogiques et de sensibilisation à la consommation responsable seront organisés partout en France.

<sup>3</sup> *Vêtements, n'en jetez plus*, Elsa Haharfi, documentaire diffusé sur France 5 en 2016

<sup>4</sup> REFER

<sup>5</sup> LSA Conso

## ► Le 23 novembre, prenons le pouvoir de l'achat, pour un monde plus juste et plus durable

### Pour rejoindre le Green Friday® :

- Être une structure éthique dont l'activité directe et la politique commerciale promeuvent une forme de consommation responsable
- S'engager à ne pas faire de réductions le jour du Black Friday et à reverser 15% de son chiffre d'affaire du jour à une ou des association(s) avalsée(s) par l'association Green Friday® / à organiser des événements de sensibilisation à la consommation responsable
- Adhérer à l'association Green Friday® (adhésion annuelle de 30€) et à ses principes
- Remplir [ce formulaire de demande de participation au mouvement](#)
- Pour toute information complémentaire [contact@greenfriday.fr](mailto:contact@greenfriday.fr)

### Les membres fondateurs du Green Friday

#### **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 : 6 boutiques à Paris, 1 e-shop, 80 fournisseurs de produits durables, création en 2003 à l'initiative du Groupe SOS.

#### **CAMIF**

Camif est le site déco responsable de la maison : Camif.fr propose une sélection de mobilier, literie, déco et linge de maison de qualité, Made in France et durable. La Camif travaille avec 137 fabricants français et propose des produits et services pour la maison au bénéfice de l'Homme et de la planète. Acteur du changement, la Camif mobilise tout son écosystème (consommateurs, fournisseurs, designers...) pour imaginer ensemble de nouveaux modèles de consommation et de production. La Camif est une des premières entreprise à mission en France, certifiée B-Corp, et engagée pour accélérer la transition vers une économie plus circulaire, locale et inclusive. Elle a notamment milité pour une TVA responsable sur la réparation et les produits éco-conçus. En 2017, elle a fermé son site le jour du Black Friday, ses collaborateurs ayant donné une journée de leur temps à des associations pour recycler, réparer (chez Envie), réduire ses déchets (Zero Waste France, que la Camif soutient également avec MicroDon) et réutiliser (Emmaüs).

#### **DreamAct**

Dream Act est la plateforme pour consommer responsable au quotidien. Dotée d'un guide de la ville des adresses éco-responsables de proximité et d'un e-shop de beaux produits éthiques et écologiques, Dream Act accompagne les citoyens vers une consommation plus transparente et raisonnée au quotidien.

#### **Emmaüs**

Créé par l'abbé Pierre en 1949, Emmaüs est un mouvement de lutte contre la pauvreté et ses causes. En faisant de la collecte, du réemploi et de la revente d'objets de seconde main leur activité principale, les compagnons d'Emmaüs ont conjugué avant l'heure les exigences sociales, économiques et environnementales du développement durable. Précurseurs en matière d'économie circulaire et solidaire, Emmaüs est depuis toujours aux avant-postes de la consommation responsable. Avec 470 espaces de vente implantés partout en France, c'est le premier réseau national de magasins solidaires.

#### **Envie**

Envie est un acteur engagé de l'économie sociale et circulaire qui poursuit une dynamique d'innovation au service de l'insertion professionnelle. Envie collecte et rénove des équipements électriques et électroniques et les propose à la vente dans un de ses 45 magasins. Les équipements sont ainsi revendus à bas prix et garantis. Les machines ne pouvant être réparées sont, elles, recyclées. Chaque année le travail d'ENVIE permet ainsi d'allonger la durée d'usage de 100 000 équipements et de créer près de 3 000 emplois dont 2200 en parcours d'insertion. **ENVIE a créé et déposé la marque GREEN FRIDAY en 2017 à l'INPI.**

#### **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 affiche 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.

#### **REFER**

Le REFER est un réseau qui fédère 37 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.