

Le collectif Make Friday Green Again se mobilise à nouveau pour une consommation plus raisonnée

En 2019, Make Friday Green Again s'inscrit comme l'alternative référente au Black Friday et rassemble plus de 700 marques. Réunies ponctuellement, toutes les marques du collectif ont fait le choix de ne pas prendre part au "vendredi noir". À la place, elles ont prôné ensemble une consommation plus raisonnée et ont donné à leurs communautés respectives les clés de compréhension des enjeux d'une telle journée.

Alors que les messages contre le Black Friday ont augmenté entre 2018 et 2019 de + 26% sur les réseaux sociaux¹, le collectif Make Friday Green Again se reforme en 2020 pour encourager les Français dans leur envie de consommer autrement. Ils sont d'ailleurs 70% à vouloir changer leur manière de consommer.²

Inviter davantage de marques et de consommateurs à sortir du cercle vicieux imposé par le Black Friday.

Le Black Friday crée une frénésie qui n'est pas propice à une consommation raisonnable. Ses fortes promotions ponctuelles laissent peu de temps aux consommateurs pour choisir et acheter des produits qui remplissent un réel besoin, ce qui les pousse à une surconsommation lors de cette journée. De plus, ces promotions créent une incompréhension quant à la valeur des produits dont les prix font le yoyo sur quelques jours. D'ailleurs, près de 6 Français sur 10³ les considèrent comme une incitation à acheter des produits dont ils n'ont pas vraiment besoin. Surconsommer a un impact fort sur l'environnement et nécessite une sensibilisation importante lors du Black Friday. Alors que les scientifiques alertent sur la nécessité de limiter le réchauffement à 1,5°C avant 2030, rétablir des bases de consommations plus saines apparaît comme une priorité⁴.

Make Friday Green Again propose, cette année encore, une alternative pour toutes ces marques qui souhaitent sensibiliser leurs communautés à une consommation plus responsable à travers des actions simples et concrètes à réaliser : prendre le temps d'analyser ses réels besoins, ses placards, réparer, revendre, recycler

¹ Selon une étude Visibrain 2019

² Source : Étude Havas, 2020 <https://clubdigitalmedia.fr/resultats-de-letude-shopper-observer-2020-par-havar-paris>

³ Source : Étude L'Observatoire Société et Consommation

<http://obsoco.com/wp-content/uploads/2019/11/LObSoCo-I-Etude-Black-Friday-2019.pdf>

⁴ Source : Étude B&L 2019 <https://reporterre.net/Rester-sous-les-1-5-oC-voici-comment-nos-vies-pourraient-changer>



systématiquement ce qui n'est plus utilisable et consommer ce qui est nécessaire et sans excès.

S'inscrire à Make Friday Green Again pour prôner le moins mais mieux.

Toutes les marques qui se reconnaissent dans ces valeurs sont alors invitées à rejoindre le collectif Make Friday Green Again.

À l'inscription, elles s'engagent à :

- ne pas pratiquer d'opérations commerciales en Novembre
- encourager leur communauté à consommer moins mais mieux sur leurs réseaux sociaux et à leur proposer une action simple et vertueuse à réaliser le jour J. Quelques exemples : trier ses placards, donner, revendre ou recycler le superflu, réparer un vêtement, upcycler un objet, consommer autrement...

Inscription disponible dès à présent à partir du site www.makefridaygreenagain.com.

Contacts presse :
Romain Teissedre
Sandrine De Sousa