



## Contre le «Black Friday», un spécialiste du réemploi lance le «Green Friday»



Un salarié du réseau Envie - Crédits photo : Alain Goulard

Le réseau de recyclage Envie détourne ce jour dédié à la consommation de masse venu des Etats-Unis pour inciter les consommateurs à revoir leurs habitudes et favoriser réparation et recyclage. De son côté, la Camif a aussi décidé de boycotter cette grand-messe du consumérisme en fermant son site internet ce jour-là.

À l'heure où la France et l'Europe célèbrent le black Friday , une tradition venue des États-Unis, un réseau de recyclage décide d'en détourner les codes pour promouvoir la réparation, le réemploi et le recyclage. «On veut jouer le rôle de lanceur d'alerte et montrer que d'autres modèles de consommation alternatifs sont possibles», explique Anémone Berès, présidente du réseau de recyclage Envie.

De fait, en cette journée de promotions massives qui commence à s'installer en France, les consommateurs sont pris de fièvre acheteuse. En 2016, les ventes en ligne pour le «Black Friday» ont encore progressé avec la participation de 15 millions de Français, selon une étude de Toluna Thoughts. Mais l'association de consommateurs UFC-Que Choisir appelle à la plus grande vigilance car les promotions mirobolantes revendiquées par les constructeurs ne sont pas toujours au rendez-vous. De leur côté, les spécialistes de l'économie circulaire mettent en garde contre la consommation compulsive et notamment sur les équipements high-techs, dont la production et le recyclage deviennent un véritable enjeu écologique.

Une volonté de lutter contre la «frénésie du tout jetable»

Ainsi «contre cette frénésie du tout jetable, les 45 magasins du réseau Envie vont sensibiliser les Français à un autre mode de consommation, celui où les appareils sont réparés, revendus, recyclés. Les magasins vont ouvrir leurs ateliers au grand public et dispenser des conseils pour réparer les objets, certains vont proposer des «bons d'achat à vie» ou des réparations gratuites pour montrer que les appareils sont plus réparables que ce que l'on ne croit», indique Anémone Berès. La présidente du réseau souligne en outre qu'une machine à laver rénovée peut être jusqu'à 75% moins cher qu'une neuve, avec une garantie de 6 mois, alors même que sa rénovation peut prolonger sa durée de vie d'une dizaine d'années.

C'est un moyen de sensibiliser nos équipes ainsi que le public au fait qu'il y a une alternative à la surconsommation.

Emery Jacquillat, qui a repris la Camif en 2009

Des appareils réparés sont autant d'objets qui ne sont pas jetés et des ressources qui ne sont pas utilisées pour des produits neufs. Ainsi, en 2016 le réseau a rénové et remis sur le marché 90.000 équipements ce qui a permis d'éviter 4000 tonnes de déchets d'équipements électriques et électroniques.

www.lefigaro.fr

Pays : France

Dynamisme : 0

[Visualiser l'article](#)

L'enseigne de meubles en ligne, la Camif, dénonce aussi la tenue en France du «Black Friday». Elle s'inscrit dans la continuité du combat de marques américaines comme Patagonia ou Rei qui rejettent le «consumérisme aveugle» du Black Friday. En signe de protestation, la Camif a décidé de boycotter l'événement et, surtout, de fermer son site internet ce jour-là. Même chose pour la jeune marque de vêtements écolo Loom. «En se privant de transactions le 24 novembre, nous tirons un trait sur 1% du chiffre d'affaires annuel», explique Emery Jacquillat, qui a repris la Camif en 2009. À la place, la Camif mobilisera ses employés pour faire du bénévolat auprès d'associations. «C'est un moyen de sensibiliser nos équipes ainsi que le public au fait qu'il y a une alternative à la surconsommation, ajoute Emery Jacquillat. Avec ces grandes foires que sont le Singles Day d'Alibaba, le Prime Day d'Amazon ou le Black Friday, on cherche à nous imposer un rythme de réachat de produits dont on n'a pas besoin. On nous enferme dans un modèle de société. Et ce, à une époque où nous faisons face à des enjeux monstrueux de changement de modes d'achat et d'approvisionnement si nous souhaitons préserver la planète».

L'arrivée probable en France du Singles' Day (11 novembre), la Fête des célibataires , organisée depuis huit ans, et portée aux nues par Alibaba, pourrait ajouter au ras-le-bol de certaines enseignes et d'une partie de la population. Cdiscount a ouvert le bal cette année avec une première opération commerciale organisée ce jour-là.