



## Face au Black Friday, la contre attaque sera "green"



Pour lutter contre le Black Friday, le réseau Envie a choisi de lancer l'opération "Green Friday".@ DR

Un réseau d'entreprises de l'économie sociale et solidaire a lancé son "Green Friday". Une façon de lutter contre le "Black Friday".

Le Black Friday on commence à bien connaître. Cet événement commercial inspiré d'une tradition américaine s'impose depuis quelques années en France. Lors de ce "vendredi noir", et même quelques jours avant, les distributeurs organisent des soldes gigantesques et les consommateurs sont incités à grand renfort de publicités à démarrer leurs achats de Noël.

Mais la pratique n'est pas du goût d'Envie, un réseau d'entreprises de l'économie sociale et solidaire. Pour lutter contre le Black Friday et le message de surconsommation que cette opération véhicule il a décidé de passer "au vert", en lançant le "Green Friday".

**Sensibilisation la population à la récup'**. L'idée : inciter la population à recycler, réparer, réutiliser des objets du quotidien plutôt que d'en acheter des neufs. "Depuis 32 ans, on milite contre le gaspillage, on travaille sur les déchets et on prend régulièrement parole sur ces sujets là. Cette année, on a seulement souhaité le faire de façon plus forte", justifie Olivia Stauffer, directrice de la communication du réseau Envie. "Nous souhaitons montrer au consommateur que des alternatives à la consommation linéaire existent et que même chez eux, ils peuvent réparer certains appareils grâce à des tutoriels par exemple".

[Visualiser l'article](#)

Pour le prouver, les magasins du réseau organisent de jeudi à samedi des ateliers de rénovation et de réparation et même des jeux pour sensibiliser le public aux "gestes qui sauvent" les appareils ménagers. "Une machine à laver peut arrêter de fonctionner car une chaussette de bébé s'est coincée dans la machine et pourtant c'est assez simple, souvent, de la récupérer", précise Olivia Stauffer.

**La Camif se rebelle aussi.** Mais le réseau Envie n'est pas le seul à se rebeller. La Camif, une entreprise spécialisée dans la vente en ligne d'équipement de la maison, est elle aussi vent debout contre le Black Friday. Pour montrer sa désapprobation, elle a décidé de boycotter l'événement en fermant carrément son site internet ce jour là. Emery Jacquillat, le PDG de la Camif, envisage en revanche de mobiliser ses salariés vendredi en les incitant à faire du bénévolat dans des associations. Un moyen là aussi de sensibiliser ses équipes à une alternative à la surconsommation.