



Crédit photo : Anna Stills

## Black Friday : à prendre ou à laisser ?

### Note

Ce document est rédigé à l'attention de tou·tes les enseignant·es et éducateur·rices de secondaire. Il propose différentes pistes de réflexion parmi lesquelles choisir afin de mener une discussion de 15 minutes (ou plus si le contexte le permet).

*Une fiche Questions Vives ne contient pas de position de nature politique et elle n'engage pas les partenaires à titre individuel.*

# Les faits

Encore inconnu en Europe il y a une quinzaine d'années, le *Black Friday* (ou « Vendredi noir ») est une opération commerciale importée des États-Unis. Pour l'occasion, les grandes enseignes et petits commerces cassent leurs prix, entre vraies bonnes affaires, fausses promos et hyperconsommation.

Chaque quatrième vendredi du mois de novembre, le *Black Friday* donne le coup d'envoi, outre-Atlantique, de la période des achats de Noël. De coutume depuis les années 60 environ, son origine est incertaine. Selon les différentes versions qui circulent, ce « Vendredi noir » pourrait faire référence à l'affluence sur les routes après la fête de *Thanksgiving*, célébrée la veille, aux magasins bondés ou au chiffre d'affaires des commerçant·es, dont les comptes passeraient du rouge (négatif) au noir (bénéfices) lors de cette journée de promotions.

### Des milliards dépensés en ligne

Cette année, les Américain·es ont battu un nouveau record, avec 10,8 milliards de dollars dépensés en ligne, soit 10,2 % de plus que l'année dernière. En Belgique, où le phénomène est apparu il y a une dizaine d'années, 63 % des consommateur·rices (soit 11 % de plus que l'an dernier) prévoient de faire des achats lors du *Black Friday* pour un montant moyen de 329 euros (+6 euros), selon un sondage de Testachats.

Dans la pratique, les promos débordent cependant de plus en plus sur la semaine précédente, le week-end et le lundi suivant avec le *Cyber Monday*, autre journée de rabais visant à booster les ventes en ligne. Mais, parmi l'avalanche de réductions, toutes ne sont pas toujours bonnes à prendre. Certaines sont même trompeuses : depuis 2022, le SPF Économie a ainsi constaté 811 infractions en la matière.

De plus, l'opération ne profite bien souvent qu'aux multinationales et plateformes en ligne, les petits commerces n'ayant pas toujours la capacité de rivaliser avec les ristournes des grands groupes.

### Actions de protestation

Autre écueil : le coût écologique. Hyperproduction, explosion des livraisons et des retours, montagne de déchets, etc. Le *Black Friday* a un impact environnemental désastreux, sans compter la pression mise sur les travailleur·ses.

Face à ce constat, des alternatives comme le *Green* ou le *Blue Friday* ont vu le jour. L'idée est d'encourager les consommateur·rices à réparer, opter pour la seconde main ou consommer local et responsable. En Belgique, certaines enseignes sont restées fermées le jour du *Black Friday*, tandis qu'en Allemagne et dans d'autres pays, des centaines d'employé·es d'Amazon ont protesté contre leurs conditions de travail.

# Penser les faits : quelques pistes

*Cette actualité ouvre plusieurs portes sur des questions de fond de notre société. Il est difficile de prévoir celles dont les réflexions spontanées des élèves favoriseront l'exploitation... L'enseignant-e peut se sentir plus à l'aise d'en développer une plutôt qu'une autre.*

*Les évènements sont un substrat pour aborder des questions qui les dépassent. Le projet n'est pas de juger les personnes impliquées dans cette affaire.*



## CONSOMMATION

Le *Black Friday* propose d'acquérir des biens, pousse à la consommation.

Pourquoi répondons-nous à cette injonction ? Qu'est-ce qui, précisément, nous pousse à acheter ? Ce que nous achetons répond-il à un besoin ? Ou à une envie ? Quelle différence fait-on entre les deux ? Quelle différence entre acheter quelque chose dont nous avons besoin et avoir besoin d'acheter quelque chose ? Est-ce la chose dont nous avons besoin ou l'acte d'acheter ?

Le *Black Friday* augmente notre pouvoir d'achat, mais augmente-t-il ou restreint-il notre liberté ?

Le besoin d'acheter peut-être plus fort que la raison (c'est-à-dire on achète des choses pas parce qu'on en a vraiment besoin, mais parce qu'on a besoin d'acheter, quoi que ce soit). Quand acheter s'impose à nous comme une fin en soi, dans quelle mesure peut-on parler d'addiction ou de drogue comme c'est le cas, chez certaines personnes, pour le tabac, l'alcool et le jeu, par ex ?



## A-T-ON TOUJOURS LE CHOIX DE NOTRE CONSOMMATION ?

Certains ménages sont dans le besoin et à l'affût des promotions et des bons plans pour acheter des biens du quotidien parfois indispensables. D'autres personnes profitent du *Black Friday* pour acquérir des biens non-essentiels.

Que vous évoque la coexistence de différents objectifs de consommation, visibles au moment du *Black Friday* ? Pensez-vous que des ménages sont obligés d'attendre de telles promotions pour acheter ce dont ils ont besoin ? Une société plus égalitaire serait-elle souhaitable ? Comment la mettre en œuvre ?



## ACHAT JUSTE ET JUSTE PRIX

Le *Black Friday* provoque un pic de consommation.

Chaque article acheté a dû être produit et acheminé. Tout cela a un coût : grande utilisation de pages internet qui font tourner les serveurs et data centers à plein régime, emballages (plastique et carton), transports (notamment en avion). La semaine du *Black Friday*, c'est 94 % de CO2 émis en plus qu'une semaine normale. Les achats réalisés impulsivement lors du *Black Friday* génèrent aussi un grand nombre de retours à l'expéditeur. C'est le cas d'environ un quart des colis par les consommateur-rices de moins de 30 ans.

Certaines enseignes ne peuvent vendre des produits (comme des vêtements) à un prix si bas que parce qu'ils sont fabriqués dans des conditions de travail inhumaines.

Le *Black Friday* a aussi un impact sur les conditions de travail de personnes, ici en Europe, qui travaillent notamment dans la logistique et doivent prester de nombreuses heures supplémentaires pour envoyer, emballer et livrer les colis qui sont achetés en ligne.

Il a également un impact sur les petits commerces qui doivent s'aligner sur les promotions faites par les grandes enseignes.

Suis-je responsable de l'impact de mon achat sur :

- l'environnement ?
- les conditions de travail des personnes qui produisent là-bas ?
- les conditions de travail des personnes qui travaillent ici ?
- la viabilité économique des petits commerces ?

Quelle différence cela fait-il si moi, à mon niveau, j'achète ou je m'abstiens d'acheter quelque chose ? Suis-je attentif-ve à ce qu'un article que j'achète soit vendu à un prix juste ? Qu'est-ce que je mets derrière cette notion ?

On dit habituellement d'un prix qu'il est valable à la condition qu'acheteur-se et vendeur-se soient l'un-e et l'autre d'accord de procéder à la transaction. Qu'en pensez-vous ? La liberté d'acheter et celle de vendre sont-elles réelles ? Cette liberté doit-elle prévaloir sur le reste ? Quelle place l'éthique prend-elle dans vos choix de consommation ?



## BLACK FRIDAY, PUBLICITES ET MEDIAS

Les publicités lors du *Black Friday* nous envahissent.

Sur quels supports avez-vous entendu parler du *Black Friday* ? Comment avez-vous réagi face à ces publicités ? Avez-vous acheté des produits suite à des publicités liées au *Black Friday* ?

Quels sont les types de messages, le vocabulaire, les couleurs et les illustrations utilisées ? Pourquoi, selon vous ? Cela vous a-t-il donné envie d'acheter ?

Quel impact a la publicité sur la consommation des gens ? Vous êtes-vous senti-e visé-e par la publicité que vous avez reçue ? Si oui, par quel procédé (vocabulaire, illustration) ?



## LE BLACK FRIDAY ET L'INFO

Observez comment les médias d'information (presse papier, presse numérique, journal TV, radio, etc.) traitent le sujet du *Black Friday* et abordent cette abondance publicitaire.

Est-il pertinent que le journal télévisé ou radio s'ouvre sur un sujet lié au *Black Friday* ? N'est-il pas contradictoire qu'un article qui traite de la surconsommation liée au *Black Friday* se trouve sur la même page que des publicités liées à ce même *Black Friday* ? Trouvez-vous ce traitement objectif ? Quelles influences ce traitement médiatique a-t-il sur la consommation ?



## CONSOMMER AUTREMENT ?

Des personnes choisissent de prendre leur temps pour s'assurer qu'un achat est bien réfléchi, qu'il n'est pas seulement impulsif. Il en est aussi qui décident de ne pas acheter ou d'acheter moins. Qu'en pensez-vous ?

Que pensez-vous des initiatives alternatives au *Black Friday* ? Pensez-vous que vous pourriez modifier votre manière de consommer ? Comment vous y prendriez-vous ? Quelles pistes identifiez-vous ?

## Pour aller plus loin

[Faut-il céder à la tentation du Black Friday ? | ARTE Europe l'Hebdo - YouTube](#)

## Bibliographie

- [Il faut sensibiliser dès le plus jeune âge à l'impact négatif du Black Friday - La Libre](#)
- [How Does Black Friday Impact The Environment? | 2024 | CleanHub](#)
- [Votre portefeuille survivra-t-il au Black Friday ? - RTBF Actus](#)
- [Sondage Testachats et infractions constatées par le SPF Economie \(Belga\)](#)
- Difficultés des petites commerces (Belga): <https://sosoir.lesoir.be/637175/article/2024-11-20/ne-joue-pas-dans-la-meme-cour-les-independants-menaces-par-le-black-friday>
- Green Friday et Blue Friday: <https://www.rtb.be/article/green-friday-consommer-autrement-11468859>
- Actions de protestation: <https://www.rtb.be/article/black-friday-plusieurs-actions-de-protestation-en-belgique-et-dans-le-monde-11470604>
- <https://www.oxfamfrance.org/agir-oxfam/green-friday-4-etapes-pour-rentre-en-resistance-face-au-black-friday/>

*Ces fiches sont un outil pédagogique destiné à développer la réflexion critique et autonome des élèves. Des références à des idées très différentes peuvent être communiquées afin de susciter cet esprit critique. Les idées présentées dans ces fiches ne reflètent pas forcément les positions de BeGlobal-Enabel, d'Amnesty International Belgique francophone, du CSEM ou de la RTBF.*

## Fiches transversales



Gérer les émotions



Le débat démocratique : cadre, règles et gestion

Aller plus loin sur

Besoin de plus d'outils ?

[QUESTIONSVIVES.BE](https://www.questionsvives.be)

CONTACTEZ-NOUS