

Paris, le 20 juillet 2022

Surfrider Foundation Europe et ici Barbès contre les emballages à usage unique

L'association Surfrider Foundation Europe et ici Barbès lancent, ce 20 juillet, une nouvelle campagne de sensibilisation européenne pour alerter sur la pollution générée par les emballages à usage unique produits par la restauration à emporter.

Le niveau extrêmement élevé de la pollution au plastique, l'abandon et l'accumulation de ces déchets dans la nature menacent tous les écosystèmes, la biodiversité comme notre santé. Cette pollution atteint majoritairement les océans et l'ensemble des fonds marins.

« **La branche** », la nouvelle campagne conçue et réalisée par l'agence ici Barbès pour Surfrider Foundation Europe, est symboliquement dévoilée le 20 juillet, date initiale de sortie de la révision de la Directive relative aux emballages et aux déchets d'emballages de la Commission européenne. C'est également le moment du Plastic Free July, un challenge mondial pour réduire sa consommation de plastique au quotidien.

L'accroche : « Votre livraison est arrivée » reprend les codes des applications de livraison à domicile. Mais le visuel décale le propos et montre des déchets coincés sur une branche flottant dans la mer. La *body copy* rappelle que « **36 % des déchets plastiques sont des déchets alimentaires** ». La destination finale des livraisons n'est pas uniquement nos domiciles mais bien aussi les fonds marins.

Dans son combat pour la préservation des océans, Surfrider Europe alerte sur l'urgence écologique que représente l'augmentation de cette pollution aux produits à usage unique, conséquences de l'accroissement de la restauration à emporter et de la livraison à domicile.

Pour Cyrielle Dufau, de Surfrider Foundation Europe : « *Le but de cette nouvelle campagne n'est pas de culpabiliser les consommateurs et les acteurs de la restauration mais bien de les encourager à adopter des comportements et des usages plus responsables dans le cadre d'une tendance de consommation nuisible pour l'environnement. Il s'agit de leur montrer que des solutions durables existent, comme l'utilisation de contenants réutilisables ou de la consigne. Des alternatives à l'usage unique existent. Le meilleur déchet est celui qu'on ne produit pas !* ».



La campagne sera déployée dans un premier temps sur les réseaux sociaux et en presse :
Le Parisien, L'Express, Society, Socialter, Salt magazine, Surfer's Journal, Zú le guide, Supjournal,
Caméléon Magazine, Vivre le bassin, Digital Mag.

Un deuxième volet de cette campagne sera dévoilé à la rentrée avec la diffusion d'un film.

Contacts Surfrider Foundation Europe :

Cyrielle Dufau – cdufau@surfrider.eu

Audrey Béziat – abeziat@surfrider.eu

Lionel Cheylus – lcheylus@surfrider.eu

Contact ici Barbès :

Stefan Izoret – stefan.izoret@icibarbes.com

Fiche technique :

ANNONCEUR : Surfrider Foundation Europe.

Responsable annonceur : Cyrielle Dufau, Audrey Béziat, Rémi Sico.

AGENCE : ici Barbès.

Directeur de la création : Alexandre Drouillard.

Directeurs artistiques : Timothée Bouquet, Loris Utard.

Planneuse stratégique : Éline Canon.

Consultante agence : Agathe Margelidon.

3 D : Garigossa Studio - Pell Mell, Barcelona

À propos de Surfrider Foundation Europe :

Surfrider Foundation Europe est une organisation non gouvernementale internationale environnementale à but non lucratif créée en 1990, avec pour but la protection et la mise en valeur de l'océan, du littoral, des vagues, des lacs et des rivières.

L'ONG intervient auprès de tous les acteurs de la société (citoyen, secteur privé, secteur public) principalement sur trois thématiques :

- *les déchets aquatiques ;*
- *l'aménagement du littoral et le changement climatique ;*
- *la qualité des eaux et la santé des usagers.*

À propos d'ici Barbès

ici Barbès est une agence de communication pluridisciplinaire. Elle réunit une équipe de 60 collaborateurs dans le XIX^e arrondissement de Paris.

L'expertise de l'agence s'articule autour de 5 disciplines :

- *le conseil stratégique et le branding ;*
- *le contenu ;*
- *le social media ;*
- *la publicité.*

Le credo de l'agence : La science des gens.

*La science répond aux attentes du marché : de la data, du ROI, de la précision mais elle ne peut s'entendre sans un intérêt profond pour les **gens** (bien au-delà des cibles), parce que c'est quand on les connaît bien qu'on peut leur faire aimer les marques.*

Nos clients : La Mutuelle Générale, GRTgaz, Leroy Merlin, EDF, Enedis, DomusVi, SNCF, Giphar, l'Assurance Maladie, Rexel, l'Institut national du cancer (INCa)...