

Paris, le 13 décembre 2022

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

Alors que la Commission européenne vient d'annoncer de nouvelles mesures pour lutter contre les déchets d'emballage, Surfrider Foundation Europe et ici Barbès ajoutent un volet à leur campagne contre les emballages à usage unique produits par la restauration à emporter avec un nouveau film.

Le 30 novembre dernier, la commission européenne a annoncé sa proposition de règlement sur les emballages et les déchets d'emballages pour lutter contre la pollution. Généralisation des emballages réutilisables, élimination des emballages inutiles, limitation du suremballage et étiquettes plus claires sur le recyclage font partie des mesures concrètes proposées pour réduire puis mettre un terme au gaspillage d'emballages.

C'est dans ce contexte que l'association Surfrider Foundation Europe dévoile son nouveau film, second volet de la campagne de sensibilisation « **La Branche** », lancée en juillet dernier. Cette nouvelle production, conçue par l'agence ici Barbès et réalisée par Sixtine production, plonge le spectateur dans l'univers de la restauration à emporter. Alors que le film entraîne son public dans un monde de saveurs bien emballées et prêtes à être livrées, le couperet tombe.

Cette image : l'océan dans lequel flottent des déchets plastique et le sac de livraison accroché à la branche. L'accroche, détournée pour reprendre les codes des applications de livraison à domicile est sans appel : « Votre livraison est arrivée à destination ». La signature rappelle quant à elle, « Protégeons l'océan, choisissons le réemploi ».

Cyrielle Dufau, de Surfrider Foundation Europe commente : « Avec ce nouveau film, nous réaffirmons notre engagement pour la préservation de l'océan. Notre volonté est d'encourager les consommateurs, les restaurateurs mais aussi le grand public, à adopter de nouveaux réflexes plus responsables. La France a déjà pris des mesures mais il faut aller encore plus loin dans la réduction des emballages en plastique en favorisant un maximum le réemploi. »

Lien vers le film : [La Branche](#)

Contacts Surfrider Foundation Europe :

Cyrielle Dufau – cdufau@surfrider.eu

Diane Beaumenay-Joannet – dbeaumenay-joannet@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, Diane Beaumenay-Joannet, Lionel Cheylus.

AGENCE : ici Barbès

Directeurs de la création : Timothée Bouquet, Loris Utard

Consultant agence : Louis Thibault

TV Prod : Elisa Clavel

PRODUCTION :

Réalisateur : Jean-Marc Gosse

Directrice de production : Sarah Devaux

Producteur : Thomas Ramalingam

Régisseur : Grégoire Castagnero

Chef opérateur : Guillaume Adrey

1 assistant caméra : Raphaël Dougé

1 assistante caméra : Line Février

Chef électro : Grégory Bar

Electro : Adrien Dodin

Chef machino : Tristan Morin

Ingénieur son : Axel Lemperiere

Styliste culinaire : Vesna Jovovic

Décorateur : Mhamed Kadri

Maquilleuse coiffeuse : Stéphanie Villey

Comédiens : Hugo Lebreton, Adib Cheikhi, Alice Bouet

Moyen technique : Sixtine, RVZ et Tigre

Avec la participation du restaurant Le Mordu

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)...