

PRIX DE LA CAMPAGNE D'INTÉRÊT GÉNÉRAL (POUR LE COMPTE D'ASSOCIATIONS / FONDATIONS)



COM-ENT DE BRONZE

LA BRANCHE

Association : Surfrider Foundation Europe

Agence : ici Barbès

Date : 07-2022 / 12-2022

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

« 36 % des plastiques sont des emballages alimentaires. »
C'est plus d'1/3 des plastiques qui sont des emballages alimentaires utilisés dans la restauration et la vente à emporter qui finissent dans l'océan, contribuant à la pollution plastique qui menace les écosystèmes, la biodiversité et notre santé. Surfrider Foundation Europe, qui lutte pour protéger et sauvegarder les océans, souhaitait prendre la parole pour alerter sur l'urgence écologique que représente l'augmentation de la pollution liée aux produits à usage unique, notamment dans la restauration.

Pour accompagner et renforcer la proposition de règlement de la commission européenne sur les emballages et les déchets d'emballages, l'association a déployé une campagne dans le but d'attirer l'attention sur la pollution mais surtout pour encourager des changements de comportements.



POUR QUI ?

En choisissant la tonalité du choc par l'image, l'association Surfrider, a souhaité, à travers une campagne forte, faire émerger une prise de conscience et encourager des comportements et usages plus responsables. Le print et le film portent les solutions durables qui existent dans le cadre d'une tendance de consommation nuisible pour l'environnement : utilisation de contenants réutilisables et de la consigne.

Le grand public, les consommateurs ainsi que les acteurs de la restauration, et les services de livraison, les cibles sont multiples. La Branche vise toutes les personnes susceptibles d'être touchées par cette prise de parole afin de rendre la consigne et le réemploi attractifs et souhaitables. La campagne s'adresse à tous ceux qui souhaitent modifier leurs usages afin de protéger l'environnement, l'océan et notre santé.

COMMENT ?

L'association Surfrider Foundation Europe qui se bat pour la sauvegarde et la protection de l'océan a voulu agir en déployant une campagne sur deux temps forts. L'affiche a été 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. Le film a vu le jour après que la commission européenne a annoncé sa proposition de règlement sur les emballages et les déchets d'emballages pour lutter contre la pollution.

L'association a saisi ses opportunités pour faire entendre la voix de son combat et montrer au grand public que des comportements plus responsables étaient possibles. Pour se faire entendre, la campagne a été déployée sur les réseaux sociaux pour le print et le film et en presse pour l'affiche de La Branche.

QUELS RÉSULTATS ?

La campagne La Branche a reçu un excellent accueil du public. Diffusée en organique sur les médias sociaux de l'association (Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram), l'affiche de La Branche a atteint plus de 46 400 personnes et a suscité plus de 1395 réactions et 286 partages. Le visuel a également été diffusé en presse dans une quinzaine de journaux et magazines français entre fin juin et début novembre 2022 : Le Parisien, L'Express, Surfer's Journal, Zù le guide, Socialter, Salt Magazine, SUP Mag, Cameleon Communication, Vivre Le Bassin, Digital Mag, Society, Aujourd'hui en France, Marianne, Le Parisien éditions, Family Plus, Digital Mag.

Le film a quant à lui atteint près de 94 300 personnes, suscité plus de 335 réactions et 53 partages.