

BABEL

STRATEGIE ET CREATION

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

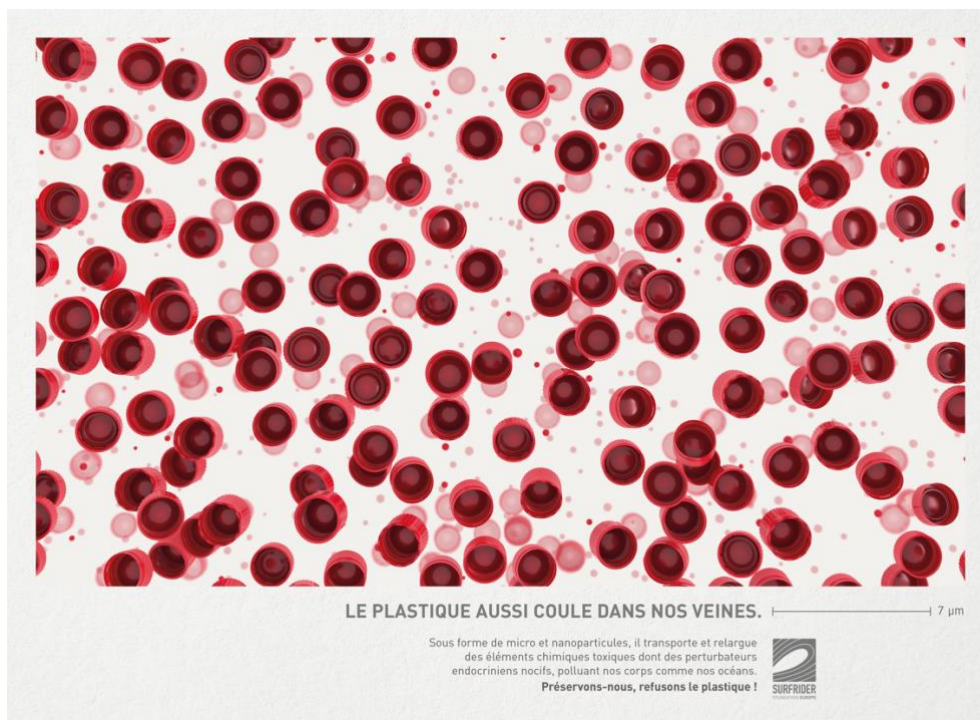
7 AVRIL 2022

PLASTIC BLOOD

**À l'occasion de la Journée mondiale de la santé,
Surfrider et Babel lancent une campagne pour alerter
sur la présence de plastique dans notre sang**



Le plastique, sous forme de micro et nanoparticules, transporte et relargue des éléments chimiques toxiques dont des perturbateurs endocriniens, polluant tout autant nos organismes que les écosystèmes marins. C'est ce que dévoile une étude publiée dans le journal « Environnement International », selon laquelle de petites particules de plastique ont été retrouvées chez 80% des individus testés. Avec cette campagne imaginée par Babel, Surfrider Europe souhaite alerter sur les dangers qui nous attendent si nous ne limitons pas l'invasion du plastique dans notre quotidien.



Crédit : Surfrider Foundation Europe

Le plastique coule dans nos veines

Après avoir été retrouvé aux endroits les plus inaccessibles de notre planète, à savoir les plus hauts sommets et les fonds marins les plus profonds, le plastique coule désormais dans nos veines.

La présence [d'une douzaine de particules plastiques dans les organes tels que le placenta](#) est révélateur de l'ampleur de cette pollution qui touche nos existences dès leurs premiers instants. Ces micro plastiques peuvent entraîner une **réduction de la croissance du fœtus** et provoquer de **mauvaises réponses du système immunitaire**.

Certaines études ont commencé à pointer du doigt [les effets néfastes du plastique sur nos cellules](#). En moyenne, chaque semaine, [nous ingérons 5g de plastique](#), l'équivalent d'une carte bancaire.

De nombreux additifs toxiques dits "préoccupants" (comprendre présentant potentiellement des risques pour la santé) sont utilisés dans la fabrication de nos objets plastiques du quotidien : les retardateurs de flamme, les produits chimiques perfluorés, les phtalates, les bisphénols et les nonylphénols. **Une grande partie de ces additifs sont considérés comme des perturbateurs endocriniens.**

PLASTIC BLOOD, une campagne qui fait couler le sang

Face à ce constat alarmant, plutôt que d'inciter directement à réduire notre consommation de plastique, l'agence Babel a imaginé une campagne qui met en exergue les effets sur la santé de chacun.

La campagne met en scène une vue microscopique du sang plutôt banale, qui se révèle quand on y regarde de plus près, être faite de plastique.

"Nous savions déjà que la pollution plastique était un gros problème, mais apprendre aujourd'hui que ça pollue aussi notre sang et nos organes est incroyable. Nous voulions avec Surfrider Foundation Europe parler de ce problème de façon impactante, en faisant en sorte que le passant "ressente" la nouvelle. C'est comme ça que nous sommes arrivés à cette idée de trompe-l'œil, pour révéler en deux temps que ce que nous pensions être dans nos veines n'est pas forcément que du sang..." **Jean-Laurent Py, Directeur de création Babel.**

Cette campagne sera déployée avec le soutien du réseau DOOH Mediatransports ainsi qu'en affichage et affichage digital avec le soutien de JCDecaux. Il sera aussi diffusé sur les réseaux sociaux en vidéo et stories.

"Les conséquences sur la santé humaine des perturbateurs endocriniens couramment utilisés dans les plastiques comprennent la perturbation de la fonction thyroïdienne, les effets sur la reproduction, l'obésité, le système immunitaire, l'augmentation des dommages, l'augmentation du risque de cancer et les impacts sur le cerveau et le développement neurologique".

"Plus le temps d'exposition aux microplastiques est long, plus les impacts seront importants. Il est donc urgent d'adopter et d'investir dans des mesures préventives dès maintenant, afin de traiter les causes, plutôt que de chercher infiniment les multiples effets de la pollution plastique. La prévention s'impose!" **Diane Beaumenay-Joannet, Chargée de mission plaidoyer thématique déchets aquatiques.**

Prudence est mère de toutes les vertus

La production de plastique est en constante augmentation et devrait **doubler d'ici à 2040**. Suite à ce constat, il est donc nécessaire et urgent de limiter notre mode de consommation et notre production, et d'appliquer le **principe de précaution** en **limitant au maximum notre exposition au plastique** afin de réduire les impacts sur la santé humaine.

Avec cette campagne, Surfrider Foundation Europe souhaite alerter sur les dangers qui nous attendent si nous ne limitons pas l'invasion du plastique dans notre quotidien.



FICHE CRÉDITS

Responsables annonceur : Florent Marcoux, Lucille Arbeille, Rémi Sico

Responsable agence Babel : Alain Roussel

Directeur de création : Jean-Laurent Py

Équipe creative : Julian Brice, Benjamin Coché, Louis Grzeskowiak

Production : Oriana Berzig

3D : Walee.com

Motion : Romuald Kabala

CONTACTS PRESSE

BABEL

Maud Paget

Chargée de communication

maud.paget@agencebabel.com

T + 01 53 00 11 86

SURFRIDER FOUNDATION

Lionel Cheylus

Responsable relations médias

lccheylus@surfrider.eu

M +33 6 08 10 58 02

Cristina Barreau

cbarreau@surfrider.eu

M + 33 6 32 67 81 18

À propos de Surfrider Foundation Europe

ONG créée en 1990, Surfrider Foundation Europe, agit pour la protection des océans, du littoral, des vagues et de leurs usagers. Depuis 30 ans, fort d'une équipe d'experts et de 50 antennes bénévoles réparties sur 12 pays européens, l'association travaille avec les parties prenantes (citoyens, secteurs privé et public) sur plusieurs grands thèmes : les déchets aquatiques, l'artificialisation du littoral, le changement climatique, la qualité de l'eau et la santé des usagers.

Découvrez l'association sur <https://surfrider.eu/>

À propos de Babel

Babel a pour ambition d'articuler la communication à la stratégie des entreprises et des organisations. Première agence intégrée indépendante de France, elle réunit près de 170 talents multidisciplinaires managés par une quinzaine d'associés qui allient intelligence stratégique et excellence créative pour bâtir des marques fortes, singulières et rayonnantes. Ses cinq champs d'expertise : management de marque, management des contenus, accompagnement de la transformation, communication d'intérêt général, réputation et thought leadership.

<http://agencebabel.com> et <https://www.linkedin.com/company/agence-babel/>