

LA VIE APRÈS LE TRI : CITEO FAIT DÉCOUVRIR LE VOYAGE D'UN EMBALLAGE TRIÉ, DU GESTE JUSQU'À SA NOUVELLE VIE

Communiqué de presse,
Paris, le 29 septembre 2026

Avec une nouvelle campagne publicitaire signée BELLE et un écosystème de communication 360 ambitieux, Citeo rappelle que le tri est bien plus qu'un geste : c'est la première étape d'un parcours vertueux qui permet de donner une nouvelle vie.

Un geste, un parcours, une nouvelle vie

Le geste est aujourd'hui largement entré dans les habitudes ; encore faut-il continuer à lui donner du sens pour qu'il garde toute sa portée. Car un geste dont on ne perçoit plus la finalité s'essouffle : seul un Français sur trois se sent bien informé sur les étapes que suivent les emballages après le tri. À l'inverse, un geste dont on voit concrètement le résultat gagne en évidence, et s'installe plus durablement encore dans le quotidien.



C'est tout l'enjeu de cette campagne : suivre le parcours d'un emballage trié, de sa collecte par les ripeurs, son passage entre les mains des agents de tri, sa transformation par les opérateurs, pour le voir renaître en objet du quotidien ou en un nouvel emballage. Un parcours rendu possible par des milliers de femmes et d'hommes, aussi essentiels qu'invisibles, qui actionnent chaque jour la recyclabilité et la circularité de la matière.

Et les chiffres le prouvent* :

- 99,5 % des emballages en métal peuvent renaître en emballages ou en objets du quotidien — jusqu'à devenir, pourquoi pas, le cadre d'un vélo.
- 75 % des emballages en plastique peuvent aujourd'hui connaître une nouvelle vie sous forme d'objets ou d'emballages.
- 99 % des emballages en carton peuvent, eux aussi, renaître en objets ou en emballages.

**Chiffres clés Citeo, 2024-2025 (www.citoyens.citeo.com)*

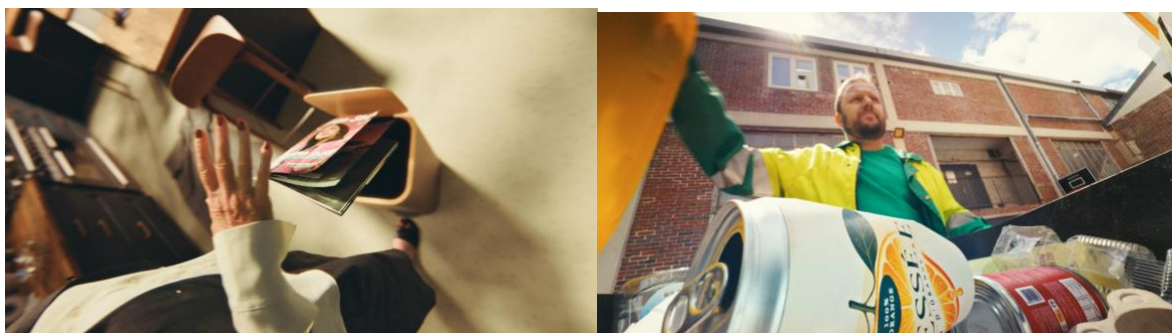
Le geste de tri, premier pas d'un cercle vertueux

En reliant le geste de tri au recyclage effectif des emballages qui gagne à être réactivé par le sens, Citeo entend consolider une habitude déjà bien installée. Trier, ce n'est pas un geste isolé : c'est le premier pas d'un cercle vertueux dans lequel collectivités, entreprises et citoyens ont chacun un rôle à jouer.



« Si 9 Français sur 10 déclarent trier leurs emballages au quotidien, 58% d'entre eux nous disent qu'ils trieraient davantage s'ils étaient certains que les emballages sont bien recyclés ensuite, » explique Dorian FLEURANCEAU, Directeur de la Mobilisation Citoyenne chez Citeo. « Cette campagne est née de ce constat. Nous voulions rendre visible l'utilité du geste et tous les acteurs de la chaîne qui se met en mouvement pour redonner vie à la matière au travers d'un dispositif 360 ambitieux, avec notamment :*

- *un dispositif national en TV, VOL et Billboards qui explicitent ce que deviennent les emballages,*
- *une expérience en ligne « [Faites le tri](#) » pour permettre à chacun d'explorer plus en détail les différentes étapes de la chaîne du tri et du recyclage,*
- *des prints adaptés aux collectivités pour mettre en avant les acteurs locaux au plus proche du terrain.*



BELLE transforme une chaîne complexe en voyage immersif

Pour les films, BELLE s'est confrontée à un défi créatif : comment donner à comprendre, en quelques secondes, une succession d'étapes industrielles complexes sans tomber dans le film démonstratif ? La réponse de l'agence tient dans un principe de réalisation simple : ne jamais perdre l'emballage de vue.

**L'Observatoire du Geste de Tri, 2024*



Un pot de yaourt en plastique, une canette en aluminium et un emballage en carton sont ainsi suivis de la collecte jusqu'aux différentes étapes de tri, de traitement et de transformation. La caméra accompagne leur parcours en continu, créant un lien direct entre le geste initial et ce qu'il rend possible.

« On s'est tous déjà demandé ce qui se passait derrière notre geste de tri. Alors on a voulu montrer ce parcours de la manière la plus immersive possible : suivre l'emballage, ne jamais le lâcher et traverser avec lui toutes les étapes du tri et du recyclage, jusqu'à sa nouvelle vie. »

Linda Bouderbala & Rémy Maufangeas, Creative Leads chez BELLE

Une réalisation entre prises de vues réelles et 3D

Réalisés par Fred de Pontcharra et produits par Obvious, les films reposent sur un travail de continuité entre prises de vues réelles et séquences 3D conçues par Orage. Cette hybridation permet d'accompagner les emballages jusque dans des espaces, des machines et des transformations difficilement accessibles en prise de vues traditionnelle, sans jamais rompre le mouvement. Plutôt que d'expliquer la chaîne du tri et du recyclage, les films proposent ainsi de la traverser.

À travers ce parti pris, BELLE transforme une mécanique industrielle complexe en un récit visuel immédiat, capable de relier en quelques secondes le geste de tri, la transformation de la matière et sa nouvelle vie.

Une musique qui donne le mouvement

Pour accompagner cette traversée, le choix s'est porté sur Move Your Feet de Junior Senior. Un morceau immédiatement reconnaissable, joyeux et entraînant, dont le rythme accompagne naturellement le mouvement continu des emballages. La musique apporte une énergie presque chorégraphique à la chaîne du recyclage et transforme ce parcours industriel en une expérience vivante et positive.

LIENS VERS LES FILMS : <https://smash.agencebelle.com/SSdri~oA5D-ct>

La campagne est diffusée pendant 2 semaines, le dispositif Print prendra le relai courant octobre, et l'expérience digitale vous attend déjà en ligne!

À propos de Citeo

Citeo est une entreprise à mission créée par les entreprises du secteur de la grande consommation et de la distribution pour réduire l'impact environnemental de leurs emballages et papiers, en leur proposant des solutions de réduction, de réemploi, de tri et de recyclage. Depuis la création de Citeo, les entreprises de la grande consommation et de la distribution ont investi plus de 13 milliards d'euros pour développer l'éco-conception, pour installer et financer la collecte sélective et pour créer des filières de recyclage, avec leurs partenaires collectivités locales, filières et opérateurs. Aujourd'hui, 69 % des emballages ménagers et papiers graphiques sont recyclés grâce au geste de tri des Français devenu premier geste éco-citoyen.

Contacts presse : Citeo@havas.com

À propos de BELLE

Élue Agence de publicité indépendante de l'année 2024

Labellisée Agence Active et Badge Bronze Ecovadis



Plus d'infos sur www.agencebelle.com

Contact : Laure Kuntzinger - presse@agencebelle.com

Fiche technique

Annonceur : CITEO

Directeur de la communication : Dorian Fleuranceau

Responsable Pôle Campagnes Nationales : Rija Goldscheider

Responsable campagnes : Claude Bozion

Agence : BELLE

Co-fondatrices : Solène Madec et Nathalie Alves

Directrice Conseil : Clémence Cocheton

Directeur de la création : Jean-François Goize

Creative leads : Linda Bouderbala et Rémy Maufangeas

Cheffe de Groupe : Jeanne Baccaïni

TV Productrices : Léa Triolet & Diane De Bretteville

Production : Obvious

Réalisateur : Fred de Pontcharra

Post-production image & 3D : Orage

Studio Son : Aurevoir Charlie

Agence media : Publicis Media

Eco-production, cost control & gestion des droits : Precious