

my
positive
impact

« Mobilisons-nous pour que les bonnes idées de quelques-uns deviennent la chance de tous ».

NICOLAS HULOT



© Frank Crustiaux/Rea

CONFÉRENCE DE PRESSE | 11 MARS 2015

Une conviction : les solutions existent mais restent expérimentales ou isolées, trop souvent confrontées à un mur de conformisme ou de scepticisme.

Un objectif : les faire changer d'échelle, pour que les bonnes idées de quelques-uns deviennent la chance de tous.

Un principe : mettre le pouvoir majeur du 21^e siècle, les médias et internet, au service de la transformation sociétale la plus importante de notre génération, la lutte contre le réchauffement climatique.

Une mécanique : liker pour changer la donne ! Pour la première fois avec un simple clic, le public peut offrir à la solution jugée la plus pertinente la chance de faire la une de l'actualité et donc de pouvoir devenir le standard de demain.



FONDATION
NICOLAS HULOT
POUR LA NATURE
ET L'HOMME



Retrouvez le dossier de presse en flashant ce code ou sur le site :
mypositiveimpact.org |  [@FNH](https://twitter.com/FNH) | [#mypositiveimpact](https://www.facebook.com/mypositiveimpact)

Téléchargez les photos sur Flickr :
<https://www.flickr.com/photos/fondation-nicolas-hulot>

UNE CAMPAGNE CITOYENNE DÉDIÉE AU CLIMAT POUR FAIRE DES SOLUTIONS ISOLÉES LES STANDARDS DE DEMAIN

A l'occasion de la Conférence Internationale sur le Climat (COP 21), organisée en décembre à Paris, la Fondation Nicolas Hulot met en lumière les solutions concrètes et efficaces pour lutter et s'adapter au changement climatique. Des solutions issues d'entreprises, de collectivités, d'associations... qui restent expérimentales ou isolées, trop souvent confrontées à un mur de conformisme ou de scepticisme. En lançant **My Positive Impact**, nouvelle campagne de mobilisation citoyenne, la Fondation entend ainsi offrir aux solutions pour le climat le pouvoir qui leur manque : la visibilité. Tout au long de l'année, 100 initiatives seront soumises au vote du public sur www.mypositiveimpact.org. Les plus plébiscitées remporteront une grande campagne de communication. Un appel à projets est ouvert jusqu'au 13 avril sur le site de la campagne.

De la visibilité pour donner le pouvoir aux solutions en faveur du climat

Il est urgent de changer d'échelle, de donner de la notoriété et de la considération aux solutions pour le climat. En effet, malgré la mobilisation et la bonne volonté des acteurs de terrain, elles peinent à émerger. Il suffirait pourtant de presque rien pour faire de ces bonnes idées isolées les standards de demain.

Nous en avons la preuve tous les jours : les médias et les réseaux sociaux sont capables de transformer un inconnu en phénomène de société ou de faire d'une initiative locale une tendance incontournable. C'est sur la base de ce constat que la Fondation et l'agence Havas Paris ont imaginé *My Positive Impact*. En ligne avec la volonté annoncée de la Confé-

rence Paris Climat 2015 d'être la « Conférence des solutions », *My Positive Impact* vise à :

- Démontrer l'absurdité d'une situation où de nombreuses solutions pour faire face au changement climatique existent... mais ne parviennent pas à émerger.
- Pousser tous les citoyens à donner de la voix, à utiliser la force collective du vote pour soutenir ceux qui ont des solutions.

Comment ? En votant sur www.mypositiveimpact.org, les internautes ont le pouvoir de décider des solutions de demain et de faire bénéficier d'espaces média aux plus soutenues.

“liking is changing”... sur www.mypositiveimpact.org

Par un geste devenu anodin, la Fondation souhaite donner aux citoyens le pouvoir d’agir et de bâtir les fondations du monde dans lequel ils souhaitent vivre demain.

Le principe : 100 initiatives portées par des PME, des collectivités et des associations, présélectionnées par un jury pluridisciplinaire composé de membres de la Fondation et d’experts externes, sont soumises au vote du public sur le site www.mypositiveimpact.org. Pour plus de lisibilité, deux sessions de votes sont proposées, 50 projets étant soumis au vote à chaque fois. Les internautes sont invités à voter pour celles qui leur « parlent » ou qui les convainquent le plus et, avec ses partenaires médias, la Fondation transformera les votes en visibilité.

Deux sessions de vote du public

- Pour les 50 premiers projets : du 11 mars au 19 avril.
- Pour les 50 projets suivants : du 25 mai au 5 juillet.

Deux campagnes de valorisation des lauréats

- Session 1 (5 projets) : du 18 mai au 30 juin.
- Session 2 (5 projets) : du 8 septembre au 26 octobre.

Demain, ce seront 50 autres solutions d’avenir ! *Candidatures jusqu’au 13 avril*

Pour la première session de vote, 50 premières initiatives ont été sélectionnées : 16 sont proposées par des collectivités, 16 autres par des associations et 18 émanent de PME.

Les associations, collectivités et PME qui souhaitent soumettre leur solution pour la seconde vague de vote (du 25 mai au 5 juillet) ont jusqu’au 13 avril pour le faire depuis le site mypositiveimpact.org.

Ces solutions répondent toutes aux enjeux liés au changement climatique : habitat, transport, alimentation, énergie, aménagement du territoire, citoyenneté, biens et services.

10 solutions remportent une campagne de communication

A l’issue de chacune des deux périodes de votes, 5 solutions remporteront ainsi une véritable campagne de communication média et hors média, en mesure de leur apporter la crédibilité, la notoriété nécessaire pour attirer investisseurs, compétences, partenaires et débouchés.

Grâce au soutien de près de 60 régies et partenaires médias, les 10 lauréats se partageront pour 1 million d’euros d’espaces média et hors média au printemps et à l’automne.

Un dispositif de communication exceptionnel, le soutien de nombreuses personnalités

Pour accompagner *My Positive Impact* tout au long de l'année, et assurer la visibilité médiatique des lauréats, un important dispositif de communication est déployé avec notamment :

- Une campagne publicitaire décalée et humoristique visible en TV et sur le web ;
- Des annonces presse, bannières web, affiche, spots radios ;
- Un dispositif viral et ludique s'appuyant notamment sur le soutien de près de 40 personnalités : *Mouloud Achour, Isabelle Adjani, Agnès B. , Samuel Le Bihan, Enki Bilal, Flavia Cohelo, Nathalie Dechy, Gregori Dérangère, Evelyne Dhéliat, Stéphane Diagana, Annie Duperey, Thomas Dutronc, Cyril Garnier, Garnier & Sentou, Guizmo, Gush, Alex Jaffray, Alexandre Jardin, Marc Jolivet, Claire Keim, Michèle Laroque, Nolwenn Leroy, Bixente Lizarazu, Laure Ma-naudou, Inna Modja, Edgar Morin, Erik Orsenna, Isabel Otero, Shaka Ponk, Rufus, Elie Semoun, Fredrika Stahl, Twin Twin, Les Frero de la Vega, Astrid Veillon, Lambert Wilson...*

My Positive Impact a reçu le label **COP 21**
et la labellisation **PARIS 2015** par la Ville de Paris.

NOS PARTENAIRES & MÉCÈNES :

ADEME, CARREFOUR, HAVAS
WORLDWIDE PARIS, IKEA, PHILIPS,
SNCF, GROUPE TFI, VIVENDI



FONDATION
NICOLAS HULOT
POUR LA NATURE
ET L'HOMME

CONTACTS PRESSE | AGENCE THE DESK

Elodie Lenoir - 01 40 54 19 72 - e.lenoir@thedesk.fr

Stéphanie Kanoui - 06 11 66 00 50 - s.kanoui@thedesk.fr