



DOSSIER DE PRESSE

11 MARS 2015



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

[mypositiveimpact.org](http://mypositiveimpact.org)  
#mypositiveimpact



FONDATION  
NICOLAS HULOT  
POUR LA NATURE  
ET L'HOMME

# SOMMAIRE

Edito . . . . .	3
De la visibilité pour donner le pouvoir aux solutions en faveur du climat . . . . .	4
100 solutions soumises au vote du public, 10 lauréats distingués . . . . .	4
My Positive Impact, c'est aussi aider l'Afrique à s'adapter au changement climatique . . . . .	7
Un dispositif de communication exceptionnel . . . . .	8
Le soutien de nombreuses personnalités . . . . .	9
Nos partenaires et mécènes . . . . .	10
Changement climatique, l'urgence d'agir : chiffres clés . . . . .	12



# EDITO



© Franck Crusiaux/Rea

*2015 est une année décisive pour le climat et donc pour l'humanité toute entière. La COP 21, Conférence internationale sur le climat, se réunira à Paris en décembre prochain. 195 pays, devront impérativement parvenir à un accord si nous voulons éviter des changements climatiques irréversibles et leurs conséquences dramatiques pour la vie sur notre planète et pour des millions d'habitants.*

*Henri Bergson disait: «L'avenir de l'humanité est incertain car il dépend de nous». Pour le climat, on n'a pas le choix de faire ou de ne rien faire. Il n'y a pas d'alternative et je crois vraiment que nous sommes à un moment déterminant. C'est maintenant que nous allons faire les bons ou les mauvais choix.*

*Demain, peut-être serons-nous passés d'une économie de compétition et de prédation à une économie de coopération et de protection, d'une mondialisation de libre-échange à une mondialisation de juste échange, d'un modèle énergétique polluant à un modèle énergétique abondant ayant un impact positif sur la planète. Tout est possible puisque le génie humain ne fait pas défaut. Des forces créatives, apaisées, humanistes sont en marche, seule manque une volonté coordonnée. Des solutions existent, il faut se donner les moyens de les mettre en œuvre.*

*Alors, pour impulser cette volonté, notre Fondation lance My Positive Impact, une grande campagne dont chacun peut être acteur. Notre objectif : sortir de l'anonymat ceux qui déploient des solutions pour le climat en leur donnant le pouvoir qui leur manque, la visibilité. Car sans elle, difficile de se forger une légitimité, de rencontrer son public, de trouver des financements, des débouchés, des partenaires... Sans visibilité, toutes ces forces créatives, modernes et enthousiasmantes ne deviendront jamais la norme... ou pas assez vite.*

*Après le Défi pour la Terre et le Pacte écologique, nous souhaitons favoriser l'émergence d'un autre état d'esprit où le fatalisme cède la place à l'action. Nous souhaitons participer à créer les conditions pour faire émerger un nouveau modèle de société, où les bonnes idées de quelques-uns deviennent la chance de tous.*

## DE LA VISIBILITÉ POUR DONNER LE POUVOIR AUX SOLUTIONS EN FAVEUR DU CLIMAT

Depuis près de 25 ans, la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme identifie, soutient financièrement et valorise des projets individuels et collectifs qui contribuent à la transition écologique des territoires. Désireuse d'encourager davantage ces projets créatifs et innovants, la Fondation se mobilise désormais pour les accompagner et favoriser leur déploiement à plus grande échelle.

Le constat est toujours le même, **de nombreuses solutions et innovations pour le climat existent, mais elles peinent à émerger**. Sans visibilité, difficile de se faire connaître, de rencontrer son public, de se forger une légitimité, de trouver des financements.

Moyens d'expression et de communication incontournables, les médias et les réseaux sociaux sont plus que jamais au cœur de notre vie quotidienne. Ils 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, avec l'agence Havas Paris, a imaginé **My Positive Impact**.

En ligne avec la volonté annoncée de la Conférence Paris Climat 2015 d'être la « Conférence des solutions », **My Positive Impact** vise à :

1. Démontrer l'absurde d'une situation où les solutions pour lutter contre les changements climatiques existent... mais ne parviennent pas à émerger.
2. 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 permettre aux plus soutenues de bénéficier d'une campagne de relais médiatique. L'enjeu : leur offrir ce dont elles ont le plus besoin ; de la notoriété, de la crédibilité, de la considération.

Pour l'internaute, c'est l'occasion de voter « utile », de découvrir et de prendre au sérieux les solutions concrètes pour le climat, et in fine, de décider à qui il souhaite offrir de l'espace média. Grâce à leurs votes, les citoyens vont ainsi permettre aux solutions jugées les plus innovantes d'être vues, partagées, déployées à très large échelle.

### Près de 60 régies et partenaires médias soutiennent My Positive Impact !

Près de 60 régies et partenaires médias ont déjà manifesté leur soutien à la campagne. Rédactionnel, reportages, annonces presse, bannières web et mobile, etc... les récompenses prendront diverses formes en média et hors média.

Grâce au soutien déjà acquis, les 10 lauréats de **My Positive Impact** se partageront un plan de communication d'une valeur d'1 million d'euros.

#### Parmi nos soutiens :

mBrand3, Adikteev, MinuteBuzz, SocialMediaEvent, Rue du Commerce, MediaBong, Viacom, RTL, Skyrock, Viadeo, InMobi, Piximedia, Outbrain, Teads.tv, Adman-Media, 20 Minutes, AuFéminin.com, DynAdmic, Groupe Canal +, Groupe TF1, Europe 1, Direct Matin, L'Express, Pariscope, Psychologies, Le Point, 20 Minutes, Facebook ...

## 100 SOLUTIONS SOUMISES AU VOTE DU PUBLIC, 10 LAURÉATS DISTINGUÉS

### Une plate-forme web qui rassemble toutes les solutions : [www.mypositiveimpact.org](http://www.mypositiveimpact.org)

Partant du postulat que chaque jour, sur les réseaux sociaux, les citoyens aiment et apportent leur soutien à quelque chose ou à quelqu'un, la Fondation souhaite transformer un geste devenu anodin, en bénéfice important.

100 solutions portées par des petites et moyennes entreprises (PME), des collectivités et des associations, présélectionnées par un jury pluridisciplinaire composé de membres de la Fondation et d'experts externes, sont ainsi soumises au vote du public sur le site **www.mypositiveimpact.org**. Les internautes sont invités à voter pour celles qui leur « parlent » ou qui les convainquent le plus.

Pour plus de lisibilité, deux sessions de votes sont proposées, 50 projets étant soumis au vote à chaque fois :

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

Chaque participant peut voter pour une ou plusieurs solutions qu'il préfère dans la limite de 5 votes par jour, parmi les 50 solutions proposées, cela lors de chacune des sessions de vote.

*Vitrine des 100 solutions sélectionnées et espace de vote, la plate-forme regroupe aussi tous les messages de soutien des personnalités ambassadrices, des contenus sur le changement climatique, les propositions de la Fondation ainsi que les moyens d'aller plus loin, notamment en faisant un don pour des projets en Afrique.*

*Un dispositif de valorisation des votants est également mis en place. Une dizaine de missions sont proposées aux votants, leur permettant de remporter des badges, symboles de leur mobilisation pour le climat, et d'accumuler des points. A l'issue de chaque période de vote, les 100 premiers votants remporteront des offres par les partenaires de l'opération.*

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

Les campagnes de valorisation des lauréats se déclineront également en deux temps :

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

## Des solutions qui répondent aux enjeux majeurs liés au changement climatique

Afin d'identifier les 50 solutions pour le climat mises en avant au lancement de la campagne, la Fondation Nicolas Hulot a notamment fait appel à des acteurs impliqués dans l'identification, l'accompagnement et la valorisation de solutions durables et innovantes.

Ainsi, ce sont près de 300 solutions (toutes catégories d'acteurs confondues) qui ont été présélectionnées par la Fondation. Parmi elles, 65 ont été soumises, début février, à l'instruction d'un jury constitué de 9 membres, dont 4 issus de la Fondation, ainsi que :

- d'un expert du conseil scientifique de la Fondation Nicolas Hulot
- un représentant des collectivités/administrations publiques
- un représentant des réseaux associatifs
- un représentant des réseaux « incubateurs de solutions ».

Ils ont abouti à la sélection des 50 premières solutions de **My Positive Impact**, établie sur la base de notes attribuées selon 4 critères :

- leur impact positif sur le climat
- leur capacité d'innovation
- les autres impacts sur le territoire (santé, emploi, insertion, etc.)
- leur capacité de « contamination positive ».

**Les solutions sélectionnées par le jury sont réparties en 7 thématiques :**

**Habitat** : isolation ou rénovation thermique, éco-construction, habitat collectif, écoquartier, bâtiment positif, lutte contre la précarité énergétique...

*En 2012 en France, le secteur du logement, résidentiel et tertiaire, a contribué à près de 25% des émissions de gaz à effet de serre liées à l'utilisation de l'énergie, soit plus de 17% des émissions totales.*

**Transport** : mobilité douce, énergie renouvelable, mobilité partagée, intermodalité, logistique, véhicules du futur, plan de déplacement (urbain, d'entreprise)...

*En France, le transport contribue à plus d'1/4 des émissions de gaz à effet de serre, occupant la première place devant le secteur du bâtiment et l'agriculture.*

**Alimentation** : agriculture de qualité, saisonnalité, manger local, gaspillage, agriculture biologique, agroécologie, agroforesterie, cantines...

*En France, plus de 18% des émissions de gaz à effet de serre sont spécifiquement liées au secteur agricole (13,5% au niveau mondial). Au niveau planétaire, notre alimentation en général, de la fourche à la fourchette, contribue à hauteur de 30% aux émissions de gaz à effet de serre.*

**Energie** : production énergétique renouvelable, réseaux intelligents, bois, biomasse...

*Les énergies fossiles (charbon, pétrole, gaz) représentent près de 80% de la consommation d'énergie dans le monde et les deux tiers en France. En brûlant, elles émettent du CO<sub>2</sub> et deviennent la plus grande cause des changements climatiques. Ainsi, la consommation d'énergie est responsable de 70% des émissions de gaz à effet de serre françaises.*

**Aménagement du territoire** : nature, biodiversité, écotourisme, forêt, paysages...

**Citoyenneté** : participation citoyenne, démocratie locale, dialogue, concertation...

**Biens et services** : nouveaux produits, économie circulaire, recyclage, éco-conception, économie de fonctionnalité, éco-innovation, économie collaborative...

## Zoom sur les 50 premiers projets sélectionnés par le jury

### Catégorie Alimentation

**Microferme expérimentale de la Bourdaisière** : la permaculture à petite échelle pour des fermes durables, un modèle à tester et à démultiplier.

**Les « Gueules Cassées »** : une action anti-gaspillage revendant les aliments non vendus en raison de leur apparence.

**Restauration collective responsable** : un programme de restauration collective qui permet de préserver la qualité de l'eau, les paysages et de protéger les emplois locaux.

**Une régie municipale agricole pour alimenter la restauration scolaire** : l'assiette des enfants devient un allié pour leur santé, pour l'éducation à l'environnement et pour le développement de l'agriculture biologique sur le territoire.

**PUR etc.** : une restauration rapide locavore à base de produits de saison cuisinés « maison ».

**Uniterres** : un petit pas pour l'agriculture, un grand pas pour la solidarité : quand les épiceries solidaires et leurs bénéficiaires aident les petits agriculteurs, et réciproquement !

### Catégorie Aménagement du territoire

**Système de traitement des eaux de ballast BIO-SEA by BIO-UV** : BIO-SEA® s'inscrit dans un projet de R&D visant à proposer un système complet et innovant de traitement des eaux de ballast par ultraviolets.

**Cœur de forêt Cameroun** : préservation et valorisation d'un arbre sacré, le Moabi, grâce à l'agroforesterie.

**Restauration des derniers grands marais maritimes et zones humides associées de la Pointe du Médoc** : pour la mise en œuvre d'une planification transparente des actions pour la restauration des fonctions écosystémiques de ces milieux et le partage des bonnes pratiques de gestion avec les acteurs de l'eau sur le territoire.

**Fonds Régional Carbone du Plan Midi-Pyrénées Energies** : un outil financier qui permet l'adaptation des territoires en favorisant la plantation d'arbres sous toutes ses formes.

**Phénoclim** : les sciences participatives en montagne - Un réseau de bénévoles qui observent les effets du changement climatique sur la faune et la flore.

**Pocheo Canopée Reforestation** : pour le reboisement de la région Nord-Pas-de-Calais, qui agit concrètement en plantant des arbres et par des animations d'éducation à l'environnement.

**Périmètre de Protection des Espaces Agricoles et Naturels Périurbains (PPEANP) en Seine-et-Marne** : pour garantir le maintien d'espaces ouverts dans des zones urbaines fortement artificialisées.

### Catégorie Biens et services

**Algopack** : première entreprise française au monde et la seule qui réussit à remplacer le plastique par l'algue.

**Programme Boréal** : un ambitieux programme pour réduire les déchets et sensibiliser aux gestes écocitoyens impliquant tous les acteurs du territoire (Nord-Pas-de-Calais).

**Canibal et «The Recycling Digital Machine»** : ce collecteur unique au monde et made in France reconnaît, compacte et trie les bouteilles, gobelets et canettes tout en étant une véritable interface digitale interactive qui communique et interagit de façon intelligente et ludique avec les utilisateurs.

**Commerce Engagé** : Un réseau de producteurs et de commerçants engagés pour une consommation plus durable.

**Ecolo Crèches** : engager les crèches dans une démarche écoresponsable.

**FreeWater Box** : système, autonome en énergie, fonctionnant en boucle courte, qui permet de doubler les volumes actuels de traitement des eaux usées.

### Catégorie Citoyenneté

**Les forums de la transition** : impliquer les citoyens et les acteurs du territoire pour construire ensemble les fondements d'une station de montagne en transition.

**Citègreen** : un programme grand public « dématérialisé » (portail Web et mobile) de récompense de l'éco-mobilité et de la « multimodalité ».

**DARWIN écosystème** : un tiers-lieu inédit situé dans le cadre d'une ancienne friche militaire éco-rénovée au cœur de Bordeaux.

**Label Flocon Vert** : les stations de montagne évaluées sur tous les piliers du développement durable.

**Parcours Métiers Verts** : former les acteurs du changement de demain pour atténuer et s'adapter au changement climatique.

### Catégorie Energie

**Bardzour** : programme unique au monde, conjuguant une centrale solaire innovante aux grandes capacités de stockage d'énergie et une initiative de réinsertion sociale.

**Réseau de chaleur** : récupérer la chaleur des effluents de station d'épuration pour chauffer et rafraîchir des logements sociaux, des bureaux et des commerces.

**TEPOS1 du Thouarsais** : vers une autonomie énergétique du territoire.

**Comwatt** : le leader français de l'autoconsommation d'électricité.

**Dual Sun** : le panneau solaire nouvelle génération qui fournit électricité et eau chaude en même temps.

**Enercoop** : fournisseur d'électricité 100 % renouvelable.

**Parcs éoliens citoyens en Pays de Vilaine** : quand l'union fait la force pour rendre des territoires autonomes avec de l'énergie éolienne.

**Energy Via Exhaust d'EXOES** : un module breveté qui convertit la chaleur perdue des gaz d'échappement en énergie utile.

**Le Module Photovoltaïque Light** : une nouvelle génération de panneaux solaires plus performants, moins chers à produire et à installer.

**CAJOUVALOR** : quand un déchet devient une ressource et augmente la compétitivité d'une filière locale face au marché international.

**Programme de Thalassohermie de la Seyne-sur-mer** : un système qui récupère les calories présentes dans l'eau de mer pour chauffer des logements.

**Biovalsan** : des eaux usées à l'énergie !

### Catégorie Habitat

**COAB** : le 1<sup>er</sup> réseau social de l'habitat participatif.

**Campagne d'isolation thermique Mur/Mur** : une campagne pour encourager les copropriétaires à isoler leur appartement.

**PICARDIE PASS RENOVATION** : un accompagnement de A à Z, jusqu'à 5 ans et avec des financements, pour les particuliers qui ont un projet de rénovation.

**Energies POSIT'IF** : l'accompagnement des propriétaires lors de rénovation et de travaux d'isolation.

**Soli'Bât** : une plate-forme logistique aux allures de Robin des bois de la construction pour lutter contre la précarité énergétique.

Les voûtes nubiennes : une réponse adaptée à la problématique de l'habitat durable en Afrique.

### Catégorie Transport

**Changer d'approche** : une plate-forme Internet collaborative recensant plus de 14 000 itinéraires de montagne accessibles en transports en commun pour encourager l'utilisation des trains, bus, transports à la demande pour aller en montagne à des fins de loisirs.

**Cycle N'Go** : des vélos à assistance électrique (VAE) mis gratuitement à disposition des salariés par les employeurs.

**Rezo Pouce** : un petit coup de pouce pour le covoiturage spontané, un grand coup de pouce pour le climat.

**Mobilités durables** : des transports en commun à la promotion de la mobilité durable, un programme complet pour des déplacements humains durables (Le Val d'Ille).

**Agence Ecomobilité** : faire ses courses à vélo ! Proposition faite à 130 ménages de l'agglomération chambérienne.

**Wimooov** : un réseau de plates-formes de mobilité durable et solidaire de 7 à 77 ans !

**OUI CAR** : plateforme collaborative de prêt de voiture entre particulier. Parce qu'une voiture reste immobilisée 95% du temps, autant la partager !

Les associations, collectivités et PME qui souhaitent soumettre leur solution pour la seconde vague de vote ont jusqu'au 13 avril pour le faire depuis le site [www.mypositiveimpact.org](http://www.mypositiveimpact.org)

## Tout au long de l'année, une montée en puissance de la campagne avec, en point d'orgue, la COP 21

A l'issue des deux périodes de votes et de la valorisation des lauréats, **My Positive Impact** se clôturera en décembre 2015 à l'occasion de la Cop 21, lors d'une grande soirée de remise de trophées « Best Of » aux lauréats.



### Les Best of grand public

Les 10 solutions les plus plébiscitées lors des deux sessions seront à nouveau soumises au vote du public en septembre et octobre prochains. Les 3 premières remporteront les prix d'or, argent et bronze.

### Les Best of PME, Associations et Collectivités

Dans le même temps, un jury sera constitué par catégorie de porteurs de projets afin d'examiner à nouveau l'ensemble des 100 solutions ayant été présentées sur le site **My Positive Impact**. Des trophées (or, argent, bronze) seront décernés aux 3 meilleurs projets PME, associations et collectivités.



### Un trophée « My Artistic Impact »

Valorisant les créations artistiques des internautes dans les catégories « vidéos » et « créations graphiques ».

**Et quelques semaines avant la COP 21, un appel à l'action adressé aux chefs d'Etat et de gouvernement** qui soulignera la mobilisation autour de la campagne et invitera les grands de ce monde à agir pour le climat.

## MY POSITIVE IMPACT, C'EST AUSSI AIDER L'AFRIQUE À S'ADAPTER AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Bien qu'il ait faiblement contribué aux émissions de gaz à effet de serre mondiales, le continent africain subit la modification du climat de plein fouet : désertification, sécheresses à répétition, diminution des stocks de poisson... autant de désordres environnementaux qui concourent à fragiliser davantage les populations locales. La sécurité alimentaire, le développement économique, la santé des populations sont en effet menacés. Et comme tous les continents, l'Afrique doit donc s'adapter au changement climatique notamment en déployant des innovations techniques et sociales. Pour ce faire de nombreuses associations se mobilisent.

Depuis sa création, la Fondation Nicolas Hulot soutient des initiatives dans les Pays du Sud et dans le but de les aider à poursuivre leur travail de terrain, elle propose aux participants de **My Positive Impact** de les aider financièrement par un don. Trois associations sont présentées sur le site :

### Développement du concept de voûtes nubiennes pour les bâtiments à usage agricole et d'élevage dans le Sahel.

En Afrique sahélienne, des millions de personnes n'ont plus les moyens d'avoir un habitat décent. La déforestation galopante a transformé le bois, matériau autrefois disponible, en véritables denrées rare. Les matériaux de substitution sont la tôle ondulée, les parpaings de ciment et de béton. Mais ils coûtent chers et ne sont clairement pas adaptés pour des raisons thermiques, acoustiques ou esthétiques. Ils sont précaires (remplacement à prévoir tous les 7/10 ans) et peuvent même se révéler dangereux (impacts sanitaires / mauvaise résistance aux vents).

Une solution existe pourtant, durable, peu coûteuse et adaptée aux conditions climatiques et au style de vie local : la voûte nubienne. Cette technique connue depuis l'anti-

quité permet de bâtir, avec un outillage de base, des matériaux locaux et des compétences simples, des habitations aux toitures voûtées. Ses spécificités consistent en l'utilisation de terre crue, matière première abondante, malaxée sous forme de mortier et de briques séchées au soleil et en l'absence de coffrage pour construire la partie voûtée. Qui plus est, ces voûtes mises en charge permettent l'usage de toits-terrasses utiles pour sécher certains produits agricoles par exemple.

### *Donner pour former les artisans qui construiront les voutes nubiennes*

Avec 25.000 euros, l'association pourra former 40 artisans maçons dans des chantiers écoles. A eux tous, ils pourront construire près de 250 bâtiments par an (habitations privées ou bâtiments communautaires comme des salles de classe, des dispensaires ou des maternités).

La Fondation Nicolas Hulot soutient l'association depuis 2011 pour le déploiement de la technique au Mali. Aujourd'hui plus de 17.000 personnes dorment déjà sous une voûte nubienne.

### **Développement d'une filière de foyer amélioré et de biocombustible au Mali et au Burkina-Faso avec Projets Solidaires.**

Au Mali, le bois reste la principale source d'énergie pour la cuisson des aliments. C'est un matériau de première nécessité, particulièrement pour les populations les plus pauvres. Il représente un poids important dans l'économie des ménages mais surtout il entraîne des coupes abusives qui sont une des principales causes du déboisement qui contribue non seulement au changement climatique mais accentue aussi la désertification. Limiter la consommation de bois a donc un impact direct sur les conditions de vie des populations et sur la lutte contre le déboisement. Le développement de foyers améliorés (ou cuiseurs à économie de bois) contribue à apporter des solutions à ces problèmes.

### *Des cuiseurs produits à Bamako 50% plus économes en bois*

Depuis 2011, l'association Projets Solidaires a donc créé un atelier de fabrication qui permet à des artisans de Bamako de produire des cuiseurs à bois qui économisent 50% de combustible par rapport aux solutions traditionnelles. Ce foyer amélioré fonctionnant au bois ou au charbon de bois réduit également les émissions de fumées nocives grâce à un dispositif astucieux qui permet de brûler les gaz émis par la combustion du bois et d'augmenter ainsi le rendement de l'appareil.

### *Un don pour diffuser ce foyer plus largement dans le pays*

Avec 10.000 euros, l'association pourra créer 3 nouveaux points de vente à Bamako et 3 autres dans 3 nouvelles villes. Elle va également pouvoir former 5 nouveaux artisans au sein de son atelier.

Avec 20.000 euros, elle va pouvoir améliorer les perfor-

mances de son cuiseur et porter la production de l'atelier à 3.000 pièces par an. Elle va également former 15 nouvelles animatrices de distribution et intégrer 3 nouveaux groupements de femmes dans la distribution.

### **Développement de l'agriculture écologique et restauration de l'environnement dans l'Est du Burkina Faso**

Au Burkina Faso comme dans une majorité des pays du Sud, une grande partie de la population vit encore directement des produits de la terre qu'elle cultive. Or celle-ci subit de plein fouet le changement climatique : appauvrissement des sols, baisse des rendements, désertification... La sécurité alimentaire est donc menacée. C'est pourquoi, trouver et diffuser des techniques agricoles auprès des paysans est une solution vitale pour réduire la pression du changement climatique sur leur vie et maintenir une agriculture productive et saine pour tous !

### *Un centre de formation à l'agroécologie à l'est du Burkina*

Depuis plus de 10 ans, l'association française Loos N'Gourma soutient les paysans de la commune de Kantchari au Burkina Faso dans un programme de développement rural par l'agroécologie<sup>2</sup>. En partenariat avec le groupement paysan Fiimba et l'association burkinabé AVAPAS (Association pour la Vulgarisation et l'Appui aux Paysans Agroécologistes du Sahel), un centre de formation a été créé à Sampiéri. 650 paysans ont été formés depuis 2004 aux techniques de l'agroécologie. En 2015, une école paysanne a également vu le jour et une ferme pédagogique est en cours de construction.

L'agroécologie a permis une nette amélioration des rendements depuis sa mise en œuvre en 2005. Sur cette base, d'autres secteurs économiques se développent comme la transformation, la vente et l'artisanat.

Grâce aux dons, l'association va pouvoir poursuivre ses formations pour toucher un plus grand nombre de paysans. Elle va également pouvoir mettre en place sa ferme pédagogique, accessible aux personnes en formation mais aussi à tous les autres publics.

## **UN DISPOSITIF DE COMMUNICATION EXCEPTIONNEL**

Pour lancer et faire connaître la campagne, inviter le public à découvrir les solutions et assurer la visibilité médiatique des 10 lauréats, un important dispositif de communication est déployé. Développé par l'agence Havas Paris, sous la direction créative de Christophe Coffre, **My Positive Impact** casse les codes des campagnes d'intérêt général et ose une campagne décalée, humoristique et positive.

<sup>2</sup> L'agroécologie est une méthode qui permet de répondre à la fois aux enjeux de sécurité alimentaire, de lutte contre la désertification et du changement climatique. Son objectif est de maintenir la fertilité des sols et de produire sans intrants dangereux pour la santé des hommes et de l'environnement.

Loin des discours usuels des ONG ou des grandes causes, notamment écologiques, la campagne n'évoque pas les risques provoqués par les comportements égoïstes des hommes, ni les catastrophes prochaines, inéluctables et mortifères.

Ont notamment été mis en œuvre dans le cadre de **My Positive Impact** :

### Un site web, lieu de vote unique

C'est en s'inspirant des codes des sites de crowdfunding, et en y ajoutant une touche de modernité et une pointe d'élégance, qu'Havas Paris a créé le premier site de « crowdadvertising ».

Le site web [mypositiveimpact.org](http://mypositiveimpact.org) présentera en effet 2 x 50 solutions pour le climat, innovantes et répliquables, sélectionnées par un jury d'experts. Le grand public sera alors invité à voter pour les initiatives qui leur parlent ou les convainquent le plus. A la fin du vote, les votes se verront attribuer une toute autre valeur... et seront transformés en espaces médias : les solutions les plus plébiscitées par le grand public auront leur propre campagne de pub !

### Un film publicitaire (45s, 30s, 20s et 15s)

Le film met en scène 4 personnes en situation de grand danger. A chaque fois, un proche ou un anonyme tente de porter secours à la victime, mais celle-ci esquive ou rejette la solution ! En voix-off, Nicolas Hulot interpelle le spectateur : « **Et si on prenait enfin au sérieux ceux qui peuvent nous sauver ? Donnons le pouvoir à ceux qui ont des solutions pour le climat, en votant sur [www.mypositiveimpact.org](http://www.mypositiveimpact.org)** »

### Des annonces presse, un spot radio, une affiche et des bannières web

Ces créations proposent à l'auditeur, au lecteur, à l'internaute ou au passant de décider ce que pourront bientôt contenir ces espaces publicitaires. Des publicités qu'ils auront choisies ... s'ils vont voter sur [mypositiveimpact.org](http://mypositiveimpact.org) ! Et plus encore, des publicités qui seront utiles au climat et à la planète.

### Une campagne virale

Création de contenus et d'animations sur les réseaux sociaux, organisation de défis vidéos... tout un dispositif digital original et d'animation des réseaux sociaux est mis en œuvre pour créer du dynamisme, de l'interaction et de l'émulation autour de la plate-forme.

### Un nouveau logo pour la Fondation Nicolas Hulot

**My Positive Impact** a également été l'occasion pour Havas Paris de revoir le logo de la Fondation. Un logo plein de sens, qui mêle une planète et une empreinte. Un mélange qui rappelle le rôle joué par l'homme dans le dérèglement climatique, qui montre son impact sur la planète tout en démontrant le lien immuable entre la nature et l'homme. Mais plus encore, une empreinte qui souligne le rôle à jouer et l'entrée dans une nouvelle ère plus positive, plus active... une entrée dans l'ère des solutions.



FONDATION  
NICOLAS HULOT  
POUR LA NATURE  
ET L'HOMME

## LE SOUTIEN DE NOMBREUSES PERSONNALITÉS

Dans le cadre de cette campagne, la Fondation fédère à nouveau des acteurs, chanteurs, humoristes, sportifs, écrivains, mais aussi des leaders d'opinion issus du monde économique ou des médias pour qu'ils soutiennent eux aussi des solutions, relaient **My positive impact** et encouragent à voter.

### Près de 40 personnalités ont déjà rejoint la mobilisation !

Mouloud Achour, Isabelle Adjani, Agnès B. , Luc Besson, Samuel Le Bihan, Enki Bilal, Flavia Cohelo, Marion Cotillard, 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, Mélanie Laurent, Michèle Laroque, Nolwenn Leroy, Bixente Lizarazu, Laure Manaudou, Inna Modja, Edgar Morin, Erik Orsenna, Isabel Otero, Shaka Ponk, Rufus, Elie Semoun, Fredrika Stahl, Twin Twin, Les Freres de la Vega, Astrid Veillon, Lambert Wilson...



# NOS PARTENAIRES ET MÉCÈNES



## Ademe

«La transition énergétique est en marche, des solutions existent pour lutter contre le changement climatique et chacun peut agir à son échelle: citoyens, associations, collectivités, entreprises. L'ADEME accompagne tous ces acteurs et s'associe donc naturellement à la campagne My Positive Impact qui valorise leurs bonnes idées et leurs engagements.»

Bruno Lechevin,  
Président de l'ADEME

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable.

À l'occasion de la grande conférence internationale sur le climat qui se tiendra à Paris en décembre 2015, la COP 21, l'ADEME s'engage aux côtés de la société civile pour l'informer et l'associer à la réflexion sur le changement climatique.

L'ADEME souhaite valoriser les solutions contribuant à la lutte et l'adaptation au changement climatique, des solutions d'innovation technologiques, méthodologiques ainsi que des bonnes pratiques. Dans cette optique, l'ADEME participe aux événements majeurs de l'année, portés par les différents acteurs (communauté scientifique, entreprises, collectivités, associations) dans le domaine technique mais également culturel et artistique.

En soutenant la campagne **My Positive Impact** de la Fondation Nicolas Hulot, l'ADEME participe au mouvement d'implication des citoyens. Rendre visibles les solutions concrètes qui existent, les aider à être pérennisées et développées en leur permettant d'être connues de tous sont autant d'objectifs communs à l'ADEME, à la Fondation et aux citoyens.

[www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)

## Carrefour

Depuis plus de 20 ans, Carrefour fait preuve d'un engagement pionnier en matière de RSE et intègre les principes du développement durable à tous les niveaux de son activité. Carrefour est convaincu que la performance se mesure également par sa contribution positive à la société et à la planète. Avec une politique globale centrée autour de l'anti-gaspillage, Carrefour s'est ainsi fixé des objectifs ambitieux de réduction de la consommation énergétique, de maîtrise des déchets et de respect la biodiversité.

À travers son partenariat avec la Fondation Nicolas Hulot, Carrefour donne une nouvelle dimension à son engagement pour le développement durable, notamment dans la lutte contre le changement climatique, et crée un effet d'entraînement collectif auprès de tout son écosystème (clients, fournisseurs et collaborateurs...).

## Havas

Havas Paris s'engage aux côtés de la Fondation Nicolas Hulot, aux côtés de tous ceux qui ont des solutions pour le climat. Au-delà d'un combat écologique, nous pensons que le climat est un enjeu générationnel.

Quotidiennement en prise avec les enjeux des entreprises et de leurs consommateurs, des institutions et des citoyens, nous sommes convaincus que la Conférence Paris Climat de décembre est une chance pour tous : l'occasion pour la France de montrer son engagement et sa créativité ; l'occasion pour les entreprises et les associations de se mobiliser autour des innovations et des modèles socio-économiques de demain ; l'occasion pour nous tous de soutenir les solutions concrètes qui permettraient aux hommes de renverser la vapeur et de produire un impact positif sur la planète.

À notre échelle, nous avons nous aussi voulu être source d'impact positif en imaginant une campagne qui permettrait à chacun de donner sa voix aux solutions pour le climat... pour qu'elles soient enfin prises au sérieux. Rejoignez le mouvement ! **#mypositiveimpact**

## IKEA

Convaincu du potentiel d'une approche basée sur les solutions concrètes et le partage de bonnes pratiques et d'initiatives inspirantes, IKEA soutient le message positif et pédagogique que porte **My Positive Impact**.

IKEA a toujours veillé à ce que le développement durable soit au cœur de sa stratégie et est très attentive à l'impact de ses activités sur l'environnement et les personnes qui l'entourent. La stratégie développement durable de IKEA « People & Planet Positive » s'articule autour de trois grands piliers :

- Donner au plus grand nombre les idées et les moyens d'adopter un mode de vie plus durable avec des solutions simples et accessibles à tous.
- Obtenir l'indépendance au niveau des ressources et de l'énergie à horizon 2020 grâce, par exemple, à un investissement de 1,5 milliard d'euros dans les énergies renouvelables ainsi qu'à l'écoconception de ses magasins.
- Améliorer le quotidien des personnes et des communautés.

IKEA se mobilise également pour la COP21 afin de :

- participer à l'atteinte d'un accord international ambitieux sur le climat, avec notamment la co-création de la coalition We Mean Business,
- sensibiliser le grand public en France et à l'international aux enjeux du climat
- et enfin créer les meilleures conditions possibles pour l'accueil des 40 000 délégués internationaux.

## Philips

Leader mondial des solutions d'éclairage, notamment basées sur la technologie LED, et acteur reconnu en matière d'innovation, Philips Lighting a comme priorité l'efficacité énergétique associée à l'amélioration de la qualité de vie.

Partenaire de l'année de la lumière 2015, lancée par les Nations Unies, nous avons lancé un appel aux gouvernements à agir sur les changements climatiques et garantir que la rénovation des infrastructures et bâtiments dans les villes s'accélère, en fixant des objectifs ambitieux de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et la création de normes législatives strictes pour leur mise en œuvre. A l'échelle mondiale, le passage à l'éclairage LED pourrait permettre de réaliser des économies d'énergie de l'ordre de 40%, soit l'équivalent de 130 milliards d'euros par an, représentant 670 millions de tonnes de CO<sub>2</sub>.

Nous aspirons à rendre le monde plus sain et plus durable grâce à nos innovations et à répondre aux défis de la transition énergétique en encourageant les villes et les particuliers à entreprendre des changements simples pouvant avoir un impact important sur l'environnement. Participer à **My Positive Impact** est pour nous l'opportunité de faire connaître ces solutions, ces initiatives qu'elles soient abouties ou expérimentales.

## TF1

Le groupe TF1, partenaire fondateur de la Fondation Nicolas Hulot, soutient **My Positive Impact** en relayant sur ses antennes les messages de la Fondation.

Cet engagement s'inscrit dans une démarche historique et pérenne de soutien à la Fondation et d'actions de sensibilisation des téléspectateurs au respect de l'environnement dans de nombreux programmes. Au-delà des vingt années de diffusion de l'émission Ushuaïa sur la chaîne TF1, ce sont plus de 800 sujets par an qui sont présentés dans les journaux télévisés pour informer le public sur les dérèglements climatiques mais aussi et surtout sur les solutions à apporter, sujets porteurs d'espoir. Les bulletins météorologiques, sous l'impulsion de la présentatrice Evelyne Dhéliat qui travaille avec les scientifiques du GIEC, relayent aussi pour des millions de téléspectateurs des conseils faciles et précis pour faire des économies et agir à notre échelle au quotidien.

Concernant la couverture éditoriale de la Cop21, la Direction de l'Information a mis en place une cellule de coordination avec des journalistes spécialisés et des experts externes des actions dédiées. Ushuaïa TV dressera chaque mois un panorama des constats et enjeux des dérèglements climatiques à travers des programmations thématiques s'efforçant de mettre en avant les solutions et initiatives qui existent déjà.

Les entreprises du secteur des médias sont par ailleurs redevables d'une certaine exemplarité. C'est la raison pour laquelle le groupe TF1 s'est doublement engagé : d'une part dans la démarche « Ecoprod », qui s'efforce d'introduire l'écoconception dans les productions audiovisuelles et d'autre part, dans la maîtrise de sa consommation d'énergie, en baisse de 7% depuis 2010.

## Vivendi

En tant que grand groupe de médias responsable, Vivendi s'engage en faveur de nombreux projets qui œuvrent pour une société plus durable et plus équitable. C'est dans ce cadre que le groupe soutient la campagne **My Positive Impact**, lancée par la Fondation Nicolas Hulot en vue de la Cop21. Vivendi facilite à la Fondation Nicolas Hulot l'accès à ses métiers pour accompagner cette initiative.

## SNCF

SNCF soutient la Fondation Nicolas Hulot depuis 2012. En cohérence avec l'action de la Fondation pour la prise en compte des dimensions environnementales et sociétales dans la transition écologique, ce partenariat vise à favoriser des solutions et des pratiques de mobilité durable, c'est-à-dire une mobilité plus accessible face au risque de précarité énergétique, plus sobre en consommation de ressources et moins émettrice de gaz à effet de serre.

Nos solutions pour le climat : vers une mobilité porte à porte bas carbone

La principale réponse à l'enjeu climatique pour SNCF est de développer des solutions porte à porte bas carbone, en s'appuyant sur la performance environnementale du train (1% des émissions de CO<sub>2</sub> pour 10 % des voyageurs et des marchandises transportés, en France) et sur l'ensemble des solutions multimodales proposées au sein du groupe. Pour les voyageurs, il s'agit de faciliter l'usage des transports publics et actifs dont l'efficacité énergétique est nettement meilleure que celle de la voiture et de l'avion, et de favoriser les solutions « bas carbone » en complément du train pour les parcours initiaux et terminaux, le « dernier kilomètre ». En partenariat avec SNCF, Wattmobile propose notamment la location de scooters et de véhicules électriques dans une vingtaine de gares françaises afin d'effectuer ses derniers kilomètres de manière écologique.

Pour les marchandises, SNCF Logistics propose une offre globale, multimodale toujours moins émettrice grâce aux autoroutes ferroviaires et au déploiement de véhicules hybrides et GNV ou véhicules électriques et triporteurs à assistance électrique pour le dernier km.

# CHANGEMENT CLIMATIQUE, L'URGENCE D'AGIR : CHIFFRES CLÉS

LA CONCENTRATION DE  
CO<sub>2</sub> DANS L'ATMOSPHÈRE  
A AUGMENTÉ EN 2013  
À UN RYTHME INÉGALÉ  
DEPUIS PRÈS DE 30 ANS.

*Source : Bulletin sur les gaz  
à effet de serre de l'OMM.*

ON COMPTE PLUS DE 30  
MILLIONS DE RÉFUGIÉS  
CLIMATIQUES EN 2012

*Source : «Global estimates 2012 - People  
displaced by disasters» publié par internal  
displacement monitoring centre et  
Norwegian Refugee Council*

ENTRE 1901 ET 2010,  
LE NIVEAU MOYEN DES  
MERS À L'ÉCHELLE DU GLOBE  
S'EST ÉLEVÉ DE 0,19 M. D'ICI 2100,  
LE NIVEAU DES OCÉANS POURRAIT  
AUGMENTER DE 82 CM DANS LE PIRE  
DES SCÉNARIOS.

*Citation du résumé pour décideur du GTI du  
GIEC 2014.*

JUIN 2014 EST LE  
MOIS LE PLUS CHAUD  
ENREGISTRÉ DEPUIS LE  
DÉBUT DU XX<sup>E</sup> SIÈCLE À LA  
SURFACE DE LA PLANÈTE  
(OCÉANS ET TERRES  
COMPRISES).

*Source NOAA - <http://www.ncdc.noaa.gov/sotc/global/2014/6>*

# FONDATION NICOLAS HULOT POUR LA NATURE ET L'HOMME

## Un nouveau monde est en marche

Créée en 1990, reconnue d'utilité publique, apolitique et non confessionnelle, la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme œuvre pour un monde équitable et solidaire qui respecte la Nature et le bien-être de l'Homme. Elle s'est donné pour mission d'accélérer les changements de comportements individuels, collectifs et publics en faisant émerger et en valorisant des solutions en faveur de la transition écologique de nos sociétés. Pour la Fondation, l'écologie ne doit plus être une thématique parmi d'autres mais constituer le cœur de l'action publique et privée.

Afin de mener à bien sa mission, la Fondation combine la réflexion, l'action et la sensibilisation:

Elle élabore des idées nouvelles, et porte des propositions auprès des décideurs politiques et économiques avec son Conseil scientifique et son réseau d'experts pluridisciplinaire de haut niveau.

Elle accompagne les acteurs du changement en soutenant et valorisant, en France comme à l'international des initiatives porteuses d'avenir afin de les démultiplier à plus grande échelle. Cette réalité du terrain inspire et nourrit la production intellectuelle.

Et pour que chacun puisse être moteur de la transition écologique, elle élabore des outils et des campagnes de mobilisation citoyennes.

La Fondation est également une ONG environnementale représentative. A ce titre, elle siège dans plusieurs organismes consultatifs tels que le Conseil économique social et environnemental ou le Comité national de la transition écologique.



FONDATION  
NICOLAS HULOT  
POUR LA NATURE  
ET L'HOMME

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

## 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

### FONDATION NICOLAS HULOT POUR LA NATURE ET L'HOMME

Manuela Lorand - 01 41 22 10 94 - m.lorand@fnh.org