
Semaine du développement durable : Add'Age sélectionnée parmi les 100 initiatives de My Positive Impact



my positive impact
À l'initiative de la Fondation Nicolas Hulot

Du samedi 30 mai au vendredi 5 juin se déroule la [Semaine du développement durable](#), qui cette année se fait européenne. L'occasion de revenir sur des initiatives exemplaires. Dont celle de [My positive Impact, lancée et portée par la Fondation Nicolas](#)

[Hulot](#).

My positive Impact est une campagne de sensibilisation mais surtout d'action et d'engagement de la société civile.

Convaincue que les solutions existent mais restent expérimentales ou isolées, trop souvent confrontées à un mur de conformisme ou de scepticisme, la Fondation Nicolas Hulot veut les faire changer d'échelle, "pour que les bonnes idées de quelques-uns deviennent la chance de tous".

Le principe de la campagne est de mettre les médias et internet au service de la transformation sociétale la plus importante de notre génération, la lutte contre le réchauffement climatique.

La mécanique est simple. Il suffit de 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.

C'est ainsi que tout au long de l'année, 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 www.mypositiveimpact.org. Elles répondent toutes aux enjeux liés au changement climatique : habitat, transport, alimentation, énergie, aménagement du territoire, citoyenneté, biens et services.

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.

La première session de vote s'est achevée le 19 avril. Mais la seconde vient tout juste de démarrer et sera active jusqu'au 5 juillet.

10 solutions remporteront une campagne de communication

A l'issue de chacune des deux périodes de votes, 5 solutions remportent 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 régions et partenaires médias, les 10 lauréats se partageront pour une valeur d'1,2 millions d'euros d'espaces média et hors média au printemps et à l'automne.

A noter que l'expérimentation Add'Age que nous avons présentée il y a quelques semaines, [fait partie des 100 initiatives retenues par la Fondation](#) ! Nous leur souhaitons bonne chance. Vous aussi votez !!

Juliette Viatte
mis à jour le 01/06/2015