

ENTREPRISE DIGITALE ÉCO-RESPONSABLE

Comment le devenir ?

REMERCIEMENTS

Merci à Yann Rimbaud, mon tuteur de Mémoire, mentor avisé et clairvoyant. Pour toutes ses qualités et ses connaissances dans les domaines de l'entreprise, du digital, et de l'écologie. Nos échanges m'ont toujours été agréables et source d'inspiration.

Je remercie aussi toutes les personnes qui ont pris le temps de participer à mon projet en répondant au formulaire quantitatif. Les réponses obtenues ont appuyé plus concrètement mes recherches.

Un très grand merci à Frédéric Bordage, créateur de Green IT, de m'avoir accordé une interview très instructive et très formatrice sur l'éco-responsabilité dans le monde du digital.

Merci Thomas Parouty, créateur de l'agence Mieux et de l'animation No Impact Week, pour cette échange vocal très agréable. Au plaisir de te voir sur la péniche Mieux à Paris !

Je remercie tout particulièrement ma famille, Ingrid, Dominique, et Emmanuel, qui m'ont soutenus dans cette réflexion et cette démarche à la fois personnelle et professionnelle qui me tient à cœur.

Merci Léana Comerro, pour nos longues et passionnantes conversations, sans lesquelles mon mémoire n'aurait aucun sens.

Je remercie mes amis proches, les différents échanges que j'ai eu la chance d'avoir m'ont apportés ouverture d'esprit.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	4
PRÉSENTATION ET MOTIVATIONS PERSONNELLES.....	8
INTRODUCTION.....	10
1. POURQUOI ENVISAGER DE DEVENIR UNE ENTREPRISE ÉCO-RESPONSABLE ?.....	14
1 Parce que notre vie digitale a un réel impact sur la planète	
2 Parce que vous valorisez votre image de marque et votre e-réputation	
3 Parce que vos clients se sentent concernés par l'écologie	
4 Parce que les salariés sont sensibles à la stratégie RSE de l'entreprise	
5 Parce que c'est symbole de croissance et de longueur d'avance sur vos concurrents	
6 Parce que c'est moins de financement et plus de confort	
7 Parce que vous donnez une seconde vie à vos déchets	
2. COMMENT DEVENIR UNE ENTREPRISE ÉCO-RESPONSABLE ET LE PROUVER ?.....	22
1 Mobiliser ses équipes dans la stratégie RSE de son entreprise	
2 Éviter à tout prix le Greenwashing	
3 Communiquer RSE avec ses entreprises de sous-traitance et ses fournisseurs	
4 Opter pour des partenariats avec des organisations à but non lucratif	
5 Penser éco-conception web	
6 Préférer un hébergement vert	
7 Naviguer sur Internet de façon plus responsable	
8 Utiliser le Cloud avec modération	
9 Nettoyer sa boîte mail et optimiser ses e-mails	
10 Limiter les déplacements professionnels, opter pour le télétravail et le coworking	
11 Choisir son matériel informatique et le recycler en fin de vie	
12 Imprimer vert	
13 Choisir un fournisseur d'électricité verte	
14 Communiquer transparent avec ses clients et prospects	
3. ÉTUDES QUALITATIVES.....	50
1 Interview de Frédéric Bordage du Collectif Green IT	
2 Interview de Thomas Parouty de l'agence Mieux	
4. ÉTUDES QUANTITATIVES.....	56
5. REVUE LITTÉRAIRE.....	64
6. RECOMMANDATIONS.....	72
7. CONCLUSION.....	74
ANNEXES.....	78
1 Bibliographie	
2 Lexique	
3 Sources	



PRÉSENTATION ET MOTIVATIONS PERSONNELLES

8

Hello world !

Je suis Jérémie Jung, un jeune homme de 26 ans à la fois curieux et dynamique. Étudiant en Master 2 Création Digitale à l'École Supérieure du Digital, je réalise mon Mémoire de fin d'études sur un sujet que j'affectionne tout particulièrement : l'éco-responsable dans le digital à l'ère du tout numérique.

Amoureux de Mère Nature depuis toujours (cf photo ci-contre) et végétarien depuis maintenant plus de deux ans, mes valeurs ainsi que ma vision du Monde et de l'Autre évoluent constamment et continuellement.

Notamment sensible à l'écologie, à l'éco-conception et à l'éthique dans tous types de conceptions, je cherche perpétuellement des méthodes et des procédés dans le but de diminuer au maximum l'impact de ma vie et notamment l'impact de ma vie digitale.

Étudiant alternant pendant plus d'un an, j'ai eu la chance et l'opportunité de travailler chez un grossiste de bijoux fantaisie situé à Lyon dans le somptueux quartier de Foch. Dans cette boutique physique aussi présente sur le web, j'apprécie en apprendre plus sur le e-commerce ainsi que sur la création de bijoux. De plus, permettre les ventes Internet de la boutique croître de 1000% en moins d'un an — grâce à mes interventions et au soutien remarquable de mon maître de stage — me prouve que je suis capable de comprendre des situations complexes et à réagir en fonction.

Cette expérience représente la plus longue période de travail professionnel dans le monde du digital que j'ai pu avoir jusqu'ici. Elle me permet de cibler mes aspirations professionnelles et de mettre en exergue une valeur que je souhaite absolument porter dans mon activité : l'écologie. Désormais à la recherche d'un travail dans une entreprise partageant mes valeurs morales et éthiques, j'observe que de plus en plus de sociétés digitales se disent écologiques, responsables, et déontologiques.

C'est avec regret que je me rends compte que beaucoup d'entreprises pratiquent soit le *greenwashing* — pratique de marketing trompeuse que nous verrons tout à l'heure — soit sont peu informées et pensent réaliser des actions écologiques suffisantes et rationnelles.

Cependant, pour être véridiques, les entreprises prônant des valeurs écologiques et responsables se doivent d'être infaillibles, en garantissant une transparence totale de leurs produits, services, et supports de communication vis-à-vis de leurs clients, prospects, collaborateurs, et fournisseurs. C'est tout un ensemble de règles inaliénables et indissociables qui doivent être mises en œuvre afin de prouver la bonne intention environnementale et sociétale de l'entreprise digitale éco-responsable.

Ainsi, je souhaite informer et accompagner les entreprises présentes sur le web — la vôtre ? — à opter pour les meilleurs choix écologiques et sociétaux et ainsi devenir une entreprise éco-responsable véritable et transparente.

9

INTRODUCTION

Ce 1er août 2018, notre planète est entrée en situation de dépassement écologique mondial : en sept mois nous avons consommé plus que ce que la planète bleue peut nous procurer en une année entière¹. Les activités humaines utilisent des ressources naturelles que la Terre ne pourra pas reproduire d'ici à la fin de l'année, et de ce fait empiètent sur les ressources disponibles pour notre génération et inéluctablement pour les générations futures. Ce jour est nommé, à juste titre, « Le jour du dépassement de la Terre » (*Earth Overshoot Day* en anglais).

Cette date, fatidique, est toujours plus précoce² : le 19 décembre en 1987, le 21 novembre en 1995, le 25 septembre en 2011 ... et le 1 août en 2018, devenant le Jour du Dépassement Mondial le plus prématuré jamais enregistré. Ainsi, depuis les années 1980, l'Humanité est en situation de surconsommation écologique et cette tendance ne cesse de croître.

« On dit que l'humanité consomme 1,7 planète Terre. Nous pouvons inverser la tendance. Si nous faisons reculer la Journée du Dépassement Mondial de 4,5 jours chaque année, nous retrouverons l'équilibre de notre consommation avec les ressources d'une seule planète d'ici 2050. »

WWF

Les dégradations de la planète Terre causées par l'homme — comme le réchauffement climatique et la perte de biodiversité par exemple — sont les conséquences d'une mauvaise gestion des ressources naturelles, matérielles, immatérielles, humaines et financières. Alors que seulement 20% de la population mondiale consomme plus de 80% des ressources

naturelles actuelles et que ces ressources diminuent d'année en année, de plus en plus d'êtres humains ont accès à la vie numérique depuis un ordinateur, une tablette, ou encore un smartphone, avec des objets connectés toujours plus nombreux. Tous les appareils (ordinateurs, téléphones, serveurs, ...), les périphériques (imprimante, disque dur,...) et les consommables (cartouche d'encre, papier,...) ont un impact sur la consommation d'énergie et sur l'empreinte carbone.

Pour vous donner une idée, d'après un rapport de Statista³, 54% de la population mondiale a accès à Internet en 2018 — ce qui représente 4,28 milliards d'internautes dans le monde.

Ainsi, les outils digitaux nous séduisent de plus en plus et font maintenant partie de notre quotidien tant personnel que professionnel. Et cette évolution quantitative augmente l'impact associé à la fabrication et à l'utilisation du matériel. Le digital permet la communication instantanée, et présage moins de déplacements pour plus de collaborations, de partages, et d'échanges. Mais nous sommes de plus en plus équipés et nous renouvelons ce matériel de plus en plus rapidement.

Les objets connectés fonctionnent souvent 24 heures sur 24 et 365 jours par an. D'après une étude réalisée par We Are Social⁴, le temps moyen passé sur le web est de six heures par jour, soit près de 30% du temps hors heures de sommeil.

« La consommation d'internet dans le monde en 2030 sera l'équivalent de la consommation de l'humanité en 2008. »

UNIVERSITÉ DE DRESDE⁵

¹ WWF, Article Internet, *Le jour du Dépassement Mondial 2017*. ² Le Monde, Article Internet, *Depuis aujourd'hui, l'humanité vit à crédit*, 2017. ³ Statista, Article Internet, *Internet : 54 % de la population mondiale est connectée*, 2018. ⁴ We Are Social, Article Internet, Nathan Blaison, *Global Digital Report 2018*. ⁵ Université de Dresde, PDF.

La dématérialisation a donc un impact réel et quantifiable. D'où l'importance, tout au long de leur cycle de vie, de bien utiliser les objets qui nous sont devenus indispensables, qui sont devenus des outils de travail incontournables.

Et en tant qu'utilisateur, acteur, et aussi influenceur, l'entreprise digitale doit agir dès aujourd'hui pour en alléger ces retombées : il est fondamental d'acquiescer des éco-gestes en entreprise, autant pour les éléments matérialisés que dématérialisés, afin de devenir une entreprise digitale éco-responsable.

QU'EST-CE QU'UNE ENTREPRISE ÉCO-RESPONSABLE ?

L'éco-responsabilité en entreprise digitale, c'est prendre en compte les différents impacts environnementaux de son fonctionnement numérique. C'est une démarche qui consiste à intégrer des éco-gestes concrets. Pour mettre en place une dimension écologique 360° de façon optimale, il faut prendre en compte sa stratégie sur tous les niveaux : l'adhésion de son personnel et aussi de la direction, la mobilisation, les déplacements professionnels, la communication, son site Internet, ses services, ses produits, ses fournisseurs, ... et plein d'autres domaines d'application. En d'autres mots : bien définir la stratégie RSE avant de réaliser toute action éco-responsable. L'objectif à terme est d'économiser au maximum les ressources naturelles et de minimiser l'impact environnemental et l'empreinte carbone de l'entreprise.

De ces statistiques intéressantes et de ces observations personnelles en résulte la problématique ci-dessous :

Comment une entreprise digitale peut-elle devenir éco-responsable ?

Dans une première partie, nous aborderons quelles sont les motivations pour devenir une entreprise digitale éco-responsable.

Nous montrerons ensuite dans une seconde partie comment en devenir une et comment le prouver au monde extérieur à l'entreprise.

1.

POURQUOI

DEVENIR UNE ENTREPRISE DIGITALE ÉCO-RESPONSABLE

À l'ère du réchauffement climatique, devenir éco-responsable n'est plus une préoccupation à prendre à la légère : la réduction de l'empreinte carbone devient un véritable enjeu pour toutes les entreprises digitales, et pour tous secteurs confondus.

Dans cette première partie, je vous laisse découvrir différentes raisons et bons sens, dans l'intention que vous envisagiez, dès aujourd'hui, à devenir une entreprise numérique éco-responsable.

1. Parce que notre vie digitale a un réel impact sur la planète

Il est irréfutable que l'industrie et les activités humaines transforment et agitent le climat. C'est pourquoi, en 2015, lors de la COP21¹, il a été question de mobiliser chaque pays du monde afin d'essayer de construire une réflexion collective. Je décide de ne pas porter mon Mémoire sur cette conférence : au delà de la dimension politique, je suis convaincu que chaque entreprise a un rôle à jouer pour protéger l'environnement.

À l'échelle mondiale, l'écosystème numérique, les NTIC — Nouvelles Technologies de l'information et de la communication — consomment plus de 10% de la production électrique². Pour donner un ordre d'idée, si Internet était un pays, il serait le troisième consommateur mondial d'énergie après la Chine et les États-Unis.

D'après le collectif Green IT³, l'empreinte environnementale moyenne actuelle et annuelle d'Internet, au niveau mondial, se traduit par 1 037 TWh d'énergie (soit 40 centrales nucléaires ou 140 millions de français), 608 millions de tonnes de gaz à effet de serre (soit ou l'équivalent de l'ensemble des vols civils mondiaux ou de 86 millions de français), et 8,7 milliards de m³ d'eau (soit la consommation annuelle de 160 millions de français).

Il faut savoir que ces impacts sont différents en fonction des étapes du cycle de vie. L'utilisateur émet 47% de gaz à effet de serre (électricité + fabrication), les réseaux 28%, et les serveurs (data center) 25%.

Thomas Parouty, créateur de l'agence Mieux⁴ et de No Impact Week⁵, souligne que 92% des déchets sont produits par les entreprises.

Les entreprises et la vie numérique ont bel et bien un impact écologique vérifiable et considérable. Par conséquent, l'écologie devient une valeur incontournable dans la stratégie de développement de votre entreprise présente sur le web. Les entreprises digitales, au bureau comme sur la toile, doivent dès aujourd'hui intégrer la notion de développement durable pour réduire au maximum leur empreinte carbone et de prévenir au maximum les risques environnementaux et sociaux.

¹ COP 21, Conférence de Paris sur les changements climatiques, 2015. ² Sciences Pour Tous, Article Internet, *Le numérique écologique, c'est possible ?*, 2015. ³ Green IT, Article Internet, *Quelle est l'empreinte environnementale du web ?*, 2015. ⁴ Agence Mieux, Agence conseil en communication, Paris. ⁵ No Impact Week, Mouvement de sensibilisation au développement durable dans les entreprises, Paris.

2. Parce que vous valorisez votre image de marque et votre e-réputation

Comme le souligne Pierre Trémolières, PDG du site internet Delamaison.fr⁶, la réputation d'une marque est un indicateur qui compte dans toutes les mesures prises pour satisfaire les clients.

Ceci est vrai pour toutes les entreprises, qu'elles soient présentes sur Internet ou non.

Si vous vous souciez de l'image que vous renvoyez face à votre client, il est incontestable et indissociable de se soucier aussi de l'image que vous renvoyez sur Internet, et par extension sur les réseaux sociaux.

les entreprises peuvent par exemple s'associer avec une ou plusieurs organisations à but non lucratif. Et ces partenariats parlent à votre cible.

« 85% des consommateurs ont une bonne image des sociétés qui soutiennent une cause qui leur est chère. »

CONE COMMUNICATION⁷

Ainsi, soigner l'image de marque de votre entreprise influe de manière positive sur votre e-réputation.

16 C'est-à-dire que les entreprises qui communiquent en faveur du développement durable doivent impérativement le faire et en toute transparence, sans exagération et fausse modestie : communiquer en faveur de l'environnement permet d'améliorer son image de marque. Attention au Greenwashing : c'est une démarche commerciale qui consiste à utiliser des arguments environnementaux — le plus souvent faux — afin de vendre des produits qui ne le sont pas ; c'est une pratique qui est souvent vite découverte par le consommateur, et donc votre notoriété peut vite chuter voire décliner irrévocablement.

Afin d'accroître votre e-réputation, il ne suffit plus de réaliser des dons à des associations ou à des projets de protection de l'environnement : aujourd'hui,

3. Parce que vos clients se sentent concernés par l'écologie

D'après une enquête d'Ethicity-Greenflex⁸ réalisée en 2015, un français sur deux prend en compte dans ses achats la dimension sociale et environnementale, contre 39 % en 2004.

De plus, selon un sondage Ipsos⁹, 80% des consommateurs français regardent l'origine d'un produit avant de l'acheter, et 1 français sur 2 se renseigne sur Internet avant d'acheter un produit en magasin. Pour appuyer ces statistiques, l'agence Comeen¹⁰ affirme que 85% des consommateurs français ont déjà réalisé un achat supportant une cause, 78% ont déjà acheté un produit avec un atout environnemental. 90 % des consommateurs pensent que les marques ont aujourd'hui un rôle important à jouer dans la protection de l'environnement et de la biodiversité. La transparence n'est pas à négliger : elle est le 3ème critère d'achat (51%) après la meilleure qualité (60%) et un prix similaire (71%) d'après cette même étude.

L'agence Comeen indique aussi que les clients préfèrent acheter vos produits ou vos services s'il savent que votre entreprise s'inquiète de son impact sur l'environnement et vont même dépenser jusqu'à 20% de plus pour un produit ayant des valeurs écologiques.

Là encore, il faut éviter le Greenwashing : 58% des consommateurs français ont déjà boycotté une entreprise après avoir su qu'elle usurpait son image de marque.

⁶ L'Express, *E-réputation : comment soigner votre image de marque sur internet*, 2011. ⁷ Cone Communication, *2017 Cone Communications CSR Study*.
⁸ Ethicity-Greenflex, *Communiqué de presse*, 2016. ⁹ Ipsos, *Les Français sont très attentifs à l'origine de leurs aliments*, 1998. ¹⁰ Agence Comeen, *Parties Prenantes : Pourquoi intégrer le Digital dans la stratégie RSE des entreprises ?*, 2013.

4. Parce que les salariés sont sensibles à la stratégie RSE de l'entreprise

Adopter des éco-gestes c'est préserver la planète, la diversité animale et végétale mais aussi les hommes et par extension la santé des employés de votre entreprise. Vos salariés sont sensibles au bien être au travail et au bien être mental s'ils travaillent en plus pour une cause qui leur est chère. D'ailleurs, les salariés demandent de plus en plus à être considérés comme des personnes responsables.

D'après une étude de l'agence Comeen¹¹, plus d'un salarié sur deux est sensible aux démarches écologiques de son entreprise, et 44% des chercheurs d'emploi sont prêts à accepter un salaire inférieur pour travailler dans une entreprise éco-responsable¹².

Ainsi, il est important de mobiliser vos salariés afin qu'ils suivent votre démarche volontaire et responsable et d'adopter dès aujourd'hui une stratégie RSE — Responsabilité Sociétale des Entreprises — qui se qualifie par la mise en place d'éco-gestes en entreprise en ayant pris le soin de mobiliser vos collaborateurs.

Pour cela, il est concevable de faire participer vos salariés à des réflexions collectives sur le thème du développement durable dans l'entreprise digitale. Chacun a son mot à dire et ses idées à partager. C'est cette ambiance que recherchent vos collaborateurs présents et futurs : aujourd'hui, ce critère fait partie des 5 priorisés par le personnel.

¹¹ Agence Comeen, *Parties Prenantes : Pourquoi intégrer le Digital dans la stratégie RSE des entreprises ?*, 2013. ¹² Digital Corner, *COP21 : Le digital au service du développement durable des entreprises ?*, 2018.

5. Parce que c'est symbole de croissance et de longueur d'avance sur vos concurrents

Grâce à l'intégration d'une politique de responsabilité sociale et environnementale réfléchie, l'entreprise digitale se positionne sur de nouveaux marchés. Ainsi, vous serez perçu comme étant une entreprise qui se démarque et qui se différencie de ses concurrents. Et par extension comme une entreprise qui se soucie de l'avenir de la planète et aussi de l'avenir des parties prenantes¹³, des stakeholders : actionnaires, fournisseurs, clients, salariés, environnement, ...

Pour celà, il faut dans l'idéal s'adapter autant au point de vue stratégique, écologique et sociétal, en prenant en compte les besoins de vos clients de manière plus globale. S'harmoniser avec l'environnement et avec vos prospects, c'est permettre l'amélioration de vos performances et de votre croissance¹⁴.

De plus, il faut s'accorder à la multiplication des mesures gouvernementales mises en place pour préserver l'environnement¹⁵ — instaurées par l'Union Européenne et traduites dans le droit français — voire les anticiper ce qui vous permettra de voir l'avenir sereinement.

Dans un futur proche, il est fort probable que les réglementations en terme de déchet, d'émission de CO2, d'usage énergétique et d'utilisation

de matières premières se renforcent. Et il sera difficile voire impossible de commencer une transition écologique pour votre entreprise.

¹³ Digital Corner, *COP21 : Le digital au service du développement durable des entreprises ?*, 2018. ¹⁴ Small Business Act, *Comment se différencier de la concurrence ? 8 Astuces utiles*, 2017.

¹⁵ Axellescom, *7 Raisons de passer le cap de l'entreprise éco-responsable*, 2018.

6. Parce que c'est moins de financement et plus de confort

Devenir éco-responsable, c'est tout d'abord une conviction. C'est en choisissant les bonnes stratégies que l'on devient une entreprise écologique à moindre coût : cela va dépendre des orientations stratégiques que vous voulez donner à votre entreprise digitale.

Les démarches intéressantes sont par exemple : préférer la visioconférence aux déplacements onéreux en temps et en argent et par extension le télétravail ; utiliser un service de covoiturage pour les déplacements, ... nous verrons tout à l'heure pourquoi elles le sont.

Instaurer des éco-gestes et éco-habitudes permettrait une économie de temps et d'argent. De plus, vous soignez votre image de marque et vos collaborateurs, vos partenaires, et vos clients y sont forcément sensibles voire même vous envient d'avoir trouvé toutes ces solutions.

Ces bonnes pratiques demandent à ce qu'elles soient pensées sur le long terme et raisonnées. Elles demandent aussi d'avoir une bonne organisation et stratégie interne, du bon sens et un effort collectif simultané.

« À l'Ademe, on est persuadés qu'on peut changer nos habitudes sans que ça soit douloureux. C'est à dire qu'on va tous y trouver plus de confort. »

ADEME¹⁶

En terme d'investissement financier, plusieurs grandes entreprises pensent déjà à votre future transition écologique. La banque HSBC¹⁷ finance exclusivement les projets environnementaux et sociaux. Quand à l'assureur Generali¹⁸ — qui considère les entreprises éco-responsables comme étant des assurés moins risqués — bénéficiez de 30 % de réduction sur l'ensemble de leurs tarifs.

7. Parce que vous donnez une seconde vie à vos déchets

Chaque entreprise produit ses propres déchets. Tout d'abord, il est intéressant se poser la question si les déchets d'équipements électriques et électroniques — DEEE — sont réellement inutilisables. Ensuite, s'ils ne sont pas réutilisables dans votre entreprise, le mieux semble de les confier à des organismes de recyclages spécialisés ou encore à des associations qui récupèrent nos vieux matériels informatiques pour les réparer et leur donner une seconde vie¹⁹.

Il faut savoir que la vision du déchet est très personnelle : des sociétés peuvent avoir besoin de vos déchets pour fabriquer leurs produits. Cette démarche s'appelle le Zéro déchet²⁰. Par exemple, on peut fabriquer du papier waterproof — appelé feuille de pierre²¹ — à partir de gravats de chantier réduits en poudre ; ou encore concevoir des tasses de café avec du marc de café.

Différents secteurs d'activité peuvent donc s'allier afin de récolter ce qui est inexploitable chez l'un et qui peut être un réel besoin chez l'autre.

Et vous, quel déchet pourriez vous échanger en base de production ?

¹⁹ Recyclage Informatique Net par Green IT, *Annuaire des prestataires de collecte, de re-conditionnement et de traitement des déchets informatiques (DEEE)*, 2018. ²⁰ Enzynov, *Passer au zéro déchet, c'est possible*, 2018. ²¹ Feuille de Pierre, *Passez en mode minéral*, 2018.

2.

COMMENT

DEVENIR UNE ENTREPRISE DIGITALE ÉCO-RESPONSABLE

À l'ère du réchauffement climatique, devenir éco-responsable n'est plus une préoccupation à prendre à la légère : la réduction de l'empreinte carbone devient un véritable enjeu pour toutes les entreprises digitales, et pour tous secteurs confondus.

Dans cette première partie, je vous laisse découvrir différentes raisons et bons sens, dans l'intention que vous envisagiez, dès aujourd'hui, à devenir une entreprise numérique éco-responsable.

Chaque entreprise présente sur le web consomme des énergies différentes qui influent sur l'avenir de la planète. Ces consommations ont comme impact l'augmentation de la production de gaz à effet de serre, la baisse des ressources naturelles, et la production de déchets multiples.

Heureusement, les entreprises ne se sont jamais autant investies dans l'écologie : d'après le rapport annuel du magazine GreenBiz¹, près de 450 entreprises dans le top 500 des entreprises mondiales, soit 89% d'entre elles, ont un département RSE – Responsabilité Sociétale des Entreprises.

Alors si vous souhaitez aller au delà de :

- jeter vos déchets dans des poubelles de tri ;
- éteindre les éclairages lorsque vous quittez votre bureau ;
- imprimer au dos des brouillons ;

vous êtes sûrement sur le point de découvrir des conseils, des techniques et des bonnes pratiques écologiques numériques à intégrer dès aujourd'hui dans votre entreprise digitale.

Avant de mettre en place toute action permettant de réduire l'impact sur l'environnement de votre entreprise, il est capital d'en cibler les pratiques éco-responsables prioritaires. Ainsi, je vous laisse découvrir quelques idées d'éco-gestes simples et plus complexes à mettre en œuvre afin que vous deveniez, dès aujourd'hui, une entreprise digitale éco-responsable.

Je tiens à vous informer que ces recommandations ne s'adressent pas aux entreprises digitales qui cherchent une solution miracle afin de devenir éco-responsable et à court terme. En revanche, si vous souhaitez mettre toutes vos chances de votre côté en adoptant plusieurs stratégies à long terme, avec persévérance et mobilisation, je vous invite à poursuivre la lecture de mon étude.

¹ Greenbiz, Rapport annuel, *The state of the sustainability profession, 2016.*

1. Mobiliser ses équipes dans la stratégie RSE de son entreprise

Au-delà des obligations légales, la RSE — Responsabilité Sociétale d'Entreprise — regroupe l'ensemble des engagements environnementaux mis en place par une entreprise. Avoir une bonne stratégie RSE permet d'encadrer son impact sur la société et sur l'environnement et de penser développement durable sur le long terme.

Les valeurs environnementales au cœur de la mobilisation de l'entreprise sont les enjeux éthiques et sociétaux, le respect des droits de l'homme, les conditions salariales, l'égalité homme-femme, la transparence financière, les investissements responsables, le bien-être au travail, le soutien d'une cause à but non lucratif, ... et bien d'autres.

POURQUOI MOBILISER SES ÉQUIPES ?

Avant de mobiliser les équipes, celles-ci doivent déjà savoir pourquoi elles le sont¹ :

- Faire prendre conscience de l'impact environnemental et sociétal de l'entreprise ;
- Expliquer que la démarche RSE porteuse de sens va (re)motiver, mobiliser et fédérer les équipes internes et ainsi favoriser l'esprit d'équipe ;
- Informer que la stratégie RSE invite chaque collaborateur à s'épanouir dans un engagement plein de sens et à acquérir de nouvelles compétences.

Les engagements environnementaux et sociétaux nous animent tous personnellement et aussi professionnellement. Ils donnent un autre sens sur le pourquoi nous travaillons. Nombreuses sont les personnes qui se sentent concernés par une bonne stratégie RSE car c'est ressenti par vos collaborateurs comme signe de croissance de l'entreprise.

« 70% des salariées souhaitent s'investir plus dans des actions RSE et 64% des salariés estiment que la RSE améliore la qualité des relations de travail. »

CONE COMMUNICATION²

COMMENT LES MOBILISER ?

Afin de garantir un engagement maximal des équipes, il faut^{3 et 4} :

- Analyser les besoins RSE de l'entreprise ;
- Provoquer un déclic et sensibiliser les équipes par des rencontres de professionnels du RSE, des événements ciblés comme La Semaine du Développement Durable, des conférences, des films sur les enjeux environnementaux ;
- Communiquer en interne par des réunions, des déjeuners, des rencontres afin de fidéliser vos équipes, de les dynamiser, de les (re)motiver ;

- Communiquer la promotion de l'éco-responsable à vos équipes avec sincérité et transparence.
- Identifier les compétences et motivations de toutes les équipes internes afin d'en nommer un responsable et assigner des responsabilités RSE aux différentes équipes.
- Définir les différentes interventions éco-responsables digitales de chaque équipes et ancrer de nouvelles pratiques quotidiennes pour éviter un retour aux « mauvaises habitudes ».
- Enfin, en fonction de la taille de l'entreprise, implanter une équipe RSE.

Mobiliser son équipe, c'est bien. Mobiliser ses futurs collaborateurs, c'est un plus : les jeunes talents des générations Y et Z sont sensibles à une politique et stratégie RSE transparente et constamment en croissance avec son temps⁵.

« Les jeunes de la génération Y (20-35 ans) sont 79% à placer la RSE comme critère de leurs recherches d'emploi, et 76% à placer la RSE au dessus du salaire dans ces critères. »

CONE COMMUNICATION⁶

L'entreprise doit apprendre à dialoguer avec ses équipes et ses collaborateurs et non plus monologuer. Alors informez, échangez, engagez, et analysez !

LES NORMES ET LABELS RSE

Il existe plusieurs normes et labels afin de montrer l'investissement et l'accompagnement d'une entreprise dans la RSE.

La norme ISO 26000⁷ clarifie la notion de Responsabilité Sociétale des Entreprises alors que les labels Lucie⁸ et AFAQ 26000⁹ certifient la notion de responsabilité sociétale.

La certification iso 14001¹⁰ qui concerne le management environnemental. Elle repose sur le principe d'amélioration continue de la performance environnementale par la maîtrise des impacts liés à l'activité de l'entreprise.

¹ ADEME, ÉCO-COMMUNICATION : MOBILISER LES ACTEURS, 2016. ² Élan des Talents, RSE : un vent de mobilisation et de bien-être sur l'entreprise !, 2018. ³ E-RSE, 100 actions et bonnes pratiques RSE à mettre en place en entreprise, 2016. ⁴ E-RSE, Les conditions indispensables pour mobiliser ses collaborateurs autour de la RSE, 2016.

⁵ E-RSE, Génération Millenium : une Nouvelle Vision du Travail et de la RSE, 2015. ⁶ E-RSE, Pour engager vos salariés, investissez dans la RSE, 2016. ⁷ ISO, ISO 26000 – Responsabilité sociétale, 2018. ⁸ Label Lucie, 2018. ⁹ Label AFAQ 26000, 2018. ¹⁰ ISO 14001, Article Internet, Ressources sur la norme iso14001, 2018.

2. Éviter à tout prix le greenwashing et communiquer transparent

Le greenwashing¹¹ est traduit en français par plusieurs expressions comme le « blanchiment écologique », l'« éco-blanchiment », ou encore la « désinformation verte ».

C'est une méthode de marketing fallacieuse ayant comme moyen l'utilisation de publicité mensongère afin d'induire le consommateur en erreur dans le but de faire passer un produit/service/entreprise ordinaire pour un produit/service/entreprise éco-responsable.. Pratiquer le greenwashing c'est donner une image et un argument écologique d'un produit/service/entreprise qui ne l'est pas en utilisant la couleur verte, en renseignant des labels officiels, en transmettant une promesse excessive voire fausse, en intégrant un visuel trompeur, en communiquant avec des argumentaires faux.

Les ONG¹² — Organisations Non Gouvernementales — encouragent une consommation matérialisée et dématérialisée plus respectueuse de l'environnement. Le terme greenwashing est utilisé par les ONG afin de stigmatiser les entreprises qui affirment des préoccupations environnementales qu'elles sont loin d'avoir dans leurs valeurs.

« Depuis 2009, le nombre de produits soi-disant « verts » a augmenté de 73 %, alors que plus de 95 % d'entre eux commettent au moins un des 7 péchés du greenwashing¹³. »

GREEN IT¹⁴

POURQUOI S'INTERDIRE LE GREENWASHING ?

Parce qu'aujourd'hui le visiteur et consommateur souhaite plus de transparence de la part de l'entreprise digitale qu'il convoite, le discours trompeur des sociétés pratiquant le greenwashing a un impact négatif sur le changement de comportements des français.

« 78% ne font pas confiance aux discours environnementaux des entreprises. 80% estiment que le terme « développement durable » est galvaudé et que les entreprises communiquent de façon incohérente sur ces sujets. Logiquement, 75% des consommateurs ont une opinion détestable de ces entreprises. »

QUINTESS¹⁵

COMMENT SE PRÉSERVER DU GREENWASHING ?

Afin de gagner la confiance du visiteur et du prospect, il faut prôner la transparence, expliquer et argumenter clairement et intelligemment comment l'entreprise fonctionne.

Par exemple publier un support de communication numérique renseignant

les caractéristiques écologiques et la démarche de développement durable de l'entreprise afin de renseigner raisonnablement et convenablement le visiteur. Agir en toute transparence c'est influencer positivement le visiteur et consommateur qui instaure un climat de confiance envers l'entreprise.

Pour garantir les éco-gestes entrepris, il est intéressant voire même indissociable d'allier discours éco-responsable et labels officiels adéquats. Par exemple, le label écologique européen garantit l'aptitude à l'usage des produits et services, et une réduction de leurs impacts environnementaux tout au long de leur cycle de vie¹⁶.

Pour terminer, voici une citation inspirante sur l'avis des consommateurs sur le greenwashing :

« 78% ne font pas confiance aux discours environnementaux des entreprises. 80% estiment que le terme « développement durable » est galvaudé et que les entreprises communiquent de façon incohérente sur ces sujets. Logiquement, 75% des consommateurs ont une opinion détestable de ces entreprises. »

CARGLASS¹⁷

¹¹ Définition Marketing, Définition : Greenwashing, 2017. ¹² The Conversation, Protéger les consommateurs du « greenwashing » subliminal, 2016. ¹³ Green IT, Les 7 péchés du GreenWashing appliqués aux Technologies de l'Information, 2010. ¹⁴ Green IT, 95% de greenwashing dans les rayons, 2011. ¹⁵ Quintess, Site Internet, 2018. ¹⁶ Ecolabels, À quoi sert-il ?, 2018. ¹⁷ Christophe Toutin, Relayé par l'ADN, Stopper la pollution numérique : le prochain enjeu des entreprises ?, 2018.

3. Communiquer RSE avec ses entreprises de sous-traitance et ses fournisseurs

Une entreprise est composée non seulement de son environnement interne mais aussi de son environnement externe. Dans le cadre d'une entreprise digitale qui se veut éco-responsable, il ne faut pas négliger cet environnement extérieur, constitué des divers sous-traitants.

La sous-traitance se définit par un contrat : l'entreprise demande à une autre entreprise de réaliser une partie de sa production et/ou certaines parties de son travail.

POURQUOI COMMUNIQUER ?

La supply chain — ou chaîne logistique — est l'ensemble des étapes de la logistique d'approvisionnement : achats, gestion des stocks, production, manutention, stockage, distribution, et livraison. Le but de maîtriser la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise est d'avoir bonne conscience de l'empreinte environnementale de ses activités, de la production jusqu'à la vente.

« Une supply chain plus verte est la condition nécessaire pour développer un business model durable. »

ONU¹⁸

Que ce soit Apple, Adidas ou encore H&M, toutes ces grandes marques affirment que le supply chain est l'un des points les plus importants dans leur stratégie RSE¹⁹.

COMMENT COMMUNIQUER ?

La célèbre marque de vêtements Kering¹⁹ affirme que plus de 90% de son impact environnemental provient de sa supply chain. De plus, si une entreprise proposant un produit ou un service met en place une stratégie RSE n'incluant pas sa supply chain, elle ne prend en compte que les activités directes, correspondant à 10% des activités totales.

Afin de réduire son empreinte écologique, la solution est donc de communiquer avec ses fournisseurs et d'instaurer ensemble une stratégie RSE dans toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement. Et ceci pour — en plus de réaliser des économies d'énergie — réaliser des économies financières : Nestlé¹⁹ et UPS¹⁹ ont vu leurs revenus augmenter de 20% grâce à une politique de RSE instaurée dans sa supply chain.

De plus, une entreprise digitale peut choisir de favoriser les circuits de distribution locaux, dans le cadre de fourniture de bureau et autres

consommables. Sans oublier que choisir des partenaires locaux, c'est participer au développement économique local et favoriser l'emploi régional.

Enfin, intégrer l'éco-achat dans les relations fournisseurs en proposant des critères de réduction GES¹⁹ — Gaz à Effet de Serre — dans le cahier des charges et les processus d'achat IT (Informatiques et Télécoms) permet la contribution à la réduction de l'impact carbone des prestataires externes.

¹⁸ ONU, Rapport, *Greening the Building Supply Chain*, 2014. ¹⁹ E-RSE, Article Internet, *Une supply chain plus verte, une priorité pour la RSE des grandes entreprises.*, 2015.

4. Opter pour des partenariats avec des organisations à but non lucratif

Jusqu'alors, afin de soigner leur image de marque, la majorité des entreprises se contente simplement d'effectuer des dons à des associations ou à des projets environnementaux par des versements d'argent.

Les sociétés doivent imaginer une autre stratégie RSE concernant les dons : l'idéal est de convenir un partenariat avec une ou plusieurs associations/organisations à but non lucratif. Un partenariat est le fait d'être associé avec une ou plusieurs entreprises dans le but d'une coopération ayant comme but ultime un objectif commun, de nature économique, financière, scientifique, culturelle, ou encore artistique. Dans le cas d'une entreprise numérique éco-responsable, c'est être partenaire avec des entreprises partageant les mêmes valeurs et mêmes objectifs environnementaux — ou complémentaires. De plus, ces prestataires sont des acteurs actifs de l'économie sociale et sociétale.

POURQUOI UN PARTENARIAT ?

Parce que d'une part les partenariats aident à mobiliser et à lier vos équipes, vos collaborateurs, vos visiteurs, et vos clients et ils ont le bon ressenti de participer à une cause qui leur importe. Il est bon pour l'entreprise de

favoriser la mise en place de partenariats gagnants-gagnants entre les entreprises et leur environnement interne et externe.

« 85% des consommateurs ont une bonne image des sociétés qui soutiennent une cause qui leur est chère. »

AGENCE COMEEN²⁰

COMMENT S'Y PRENDRE ?

L'idéal de s'associer avec des organisations/associations ayant une synergie entre les valeurs et champs d'actions de votre entreprise et ce qu'ils défendent. Ensuite, définir une stratégie d'action réfléchie. eBay²⁰ a par exemple proposé à ses visiteurs de verser des dons à des associations lorsqu'ils effectuent un achat sur leur site. Ce géant du e-commerce a vu ses ventes croître de 29% et son *churn rate* a chuté de 67%. Le *churn rate* — taux d'attrition — mesure le taux de perte de clientèle.

Ainsi, instaurer des partenariats avec des organisations/associations permet de contribuer au bon reflet de son image de marque, de partager ses valeurs avec ses clients, et de fidéliser encore plus sa cible digitale comme réelle.

5. Penser éco-conception web

Selon le livre Éco-conception web : les 115 bonnes pratiques de Frédéric Bordage²¹ — que je vous recommande fortement — l'éco-conception web consiste à doper son site et réduire son empreinte écologique. En d'autres mots : à trouver le meilleur compromis entre performance et réduction de l'impact environnemental et à prendre en compte le cycle de vie complet du site Internet.

POURQUOI ?

Entre 2008 et 2015 — en 7 ans — le poids des pages Internet a été multiplié par 6²². On est amené à penser que c'est pour de meilleurs contenus et pour répondre à des besoins plus ciblés. C'est loin d'être le cas : ceci résulte d'une conception non adaptée au besoin utilisateur au détriment de l'expérience utilisateur (des pages longues à charger), et, par extension, de l'environnement.

Choisir l'éco-conception web permet notamment de réduire la consommation d'énergie, de minimiser les requêtes aux serveurs, d'afficher le contenu rapidement, d'avoir un support malléable et durable, de proposer des fonctionnalités véritablement utiles, et de lutter contre l'usure du matériel informatique.

PENSER MULTI-SUPPORTS

L'accessibilité des contenus web multi-supports et multi-niveaux est à

prendre en compte lors de tout type de service Internet. Ainsi, il n'est plus nécessaire de rappeler qu'un site Internet doit s'adapter à la mise en forme et au contenu des pages en fonction de l'appareil utilisé par l'utilisateur : écran d'ordinateur, tablette, ou smartphone. Adopter le responsive design c'est afficher les contenus en fonction du matériel et aussi garantir le confort utilisateur.

On peut aussi penser accessibilité pour les personnes en situation de handicap²³ (déficients visuels, malentendants, ...).

RÉFLÉCHIR AUX FONCTIONNALITÉS VRAIMENT UTILES AU BESOIN CONSOMMATEUR

Avant de commencer à développer un support web, il est important de définir quelles fonctionnalités seront réellement utiles par rapport au besoin utilisateur.

Préférer la sobriété sur votre site Internet ou application mobile permet une économie de ressources nécessaires au temps de chargement des pages, en évitant les fonctionnalités artificielles. Ainsi, vous éliminez le superflu et le service proposé est plus fluide et plus agréable à utiliser.

« L'essentiel, ce n'est pas d'optimiser un code déjà écrit mais de supprimer des fonctionnalités qui ne servent à rien. »

FRÉDÉRIC BORDAGE²⁴

²⁰ Comeen, Relayé par Influencia, *Les marques tentent de coller aux attentes éco-responsables des millennials*, 2018.

²¹ Frédéric Bordage, *Éco-conception web : les 115 bonnes pratiques*, 2015. ²² Zdnet, *12 bonnes pratiques pour faire un site web écologique*, 2015. ²³ ADEME, *Site Internet et blog : les bonnes pratiques*, 2016. ²⁴ Frédéric Bordage, Relayé par L'Infodurable, *Le green code : mieux coder pour moins polluer*, 2017.

Il faut savoir que 45% des fonctionnalités proposées ne sont jamais utilisées²⁵. Si vous possédez déjà un site Internet et/ou application mobile, identifiez ces fonctionnalités boudées et revoyez-en leur intérêt. Par exemple, les boutons de partage des réseaux sociaux sont très énergivores, et souvent mal exploités. Les effets de survol et les animations sur les boutons et images sont à proscrire.

OPTER POUR DES TECHNOLOGIES DE LANGAGE DE PROGRAMMATION CIBLÉES ET ÉCONOMES

Quand on pense au développement d'un site web ou d'une application éco-conçue, on pense au « green programming²⁶ », soit la programmation verte. C'est penser à utiliser la technologie de développement la moins énergivore possible en fonction des besoins utilisateur tout en proposant un service aussi écologique que performant.

Choisir une solution packagée n'est donc sûrement pas la meilleure solution : plus un outil web comprend des fonctionnalités, plus vous prenez le risque d'avoir des options inutiles. Pour parler technique, un site Internet statique réalisé avec un éditeur de code tel Atom ou Sublime Text est plus vert qu'un site Internet créé avec un CMS²⁷ — Content Management System. Sur les sites Internet dynamiques, utiliser des langages serveurs comme le php, l'asp, et le jsp n'est pas des plus écologique. Il est évident qu'au delà des multiples problèmes de sécurité, il ne faut plus avoir recours au Flash. En contre partie, le duo HTML et Javascript garantissent des performances

de FPS — Frame Per Second — suffisantes. Selon les co-fondateurs de Green Code Lab, le langage HTML serait le plus vert des langages.

Ainsi, en sélectionnant des technologies de développement web économes ciblées et réfléchies, on utilise moins d'énergie nécessaire au bon fonctionnement du support web et donc on garantit une excellente expérience utilisateur.

« Au-delà de modifications superficielles, qu'un développeur peut mener en 2 ou 3 jours, une véritable évolution semble nécessiter un changement de modèle. »

GREEN CODE LAB²⁸

COMPRESSER LES DIFFÉRENTS MÉDIAS ET TOUS LES FICHIERS

Le contenu écrit et visuel a un impact sur la consommation énergétique d'un service numérique. Penser éco-conception web c'est aussi optimiser les fichiers multimédia en les compressant au maximum.

D'après le site Internet Econom²⁹, 75% de l'empreinte carbone d'un site Internet est généré par la consommation électrique et peut être considérablement réduite en compressant les fichiers.

De ce fait, la rédaction de contenu doit être réfléchi en privilégiant les

textes courts et concis. Choisir une police de caractère standard³⁰ — déjà installée sur votre appareil informatique — permet de réduire grandement les requêtes Internet.

Avant de transférer vos fichiers de votre ordinateur au serveur, il est conseillé de réduire la taille des images en les compressant, par exemple en les enregistrant dans un format Internet et non dans un format impression. Si vous avez des images vectorielles svg³¹, les optimiser en supprimant les métadonnées du fichier.

Il ne faut pas oublier la compression des vidéos³² : l'idéal est de proposer plusieurs tailles de vidéos en fonction du support utilisé afin d'éviter à un smartphone de charger une vidéo trop énergivore.

Pour les PDF, préférer le découpage des chapitres afin de ne télécharger que la/les partie.s qui intéressent le lecteur. Minimiser leur taille en enregistrant en format web et en compressant les images.

Pour les fichiers de programmation web, il est recommandé de compresser les fichiers de types css³³, html, javascript, de grouper les déclarations similaires, d'abrégier leurs notations. Sur la navigation Internet, utiliser le système de mise en cache permet au visiteur de gagner du temps de chargement des pages. Enfin, pour avoir un site web répondant aux normes standards W3C³⁴, respectez au minimum 70 % des règles du W3C. Pour

terminer, en fin de vie, il est conseillé de migrer les contenus de votre site Internet et ainsi libérer les ressources consacrées.

Ces actions n'impactent pas sur la qualité visuelle de vos médias et de la navigation de votre service digital, mais ont une influence sur l'écologie qui est non négligeable.

²⁵ Eco Conception Be, Article Internet, *Développeurs: minimiser l'impact des sites web/logiciels/applications*, 2018. ²⁶ L'Infodurable, Article Internet, *Le green code : mieux coder pour moins polluer*, 2017. ²⁷ ActuEnvironnement, Article Internet, *Le site web que vous êtes en train de lire est-il «écologique» ?*, 2014. ²⁸ GreenCodeLab, Site Internet, *Pour un développement logiciel plus durable et plus responsable*, 2014. ²⁹ Econom, Article Internet, *Green IT: the importance of hardware and software ecodesign*, 2013.

³⁰ ActuEnvironnement, Article Internet, *Le site web que vous êtes en train de lire est-il «écologique» ?*, 2014. ³¹ Zdnet, *12 bonnes pratiques pour faire un site web écologique*, 2015.

³² ActuEnvironnement, Article Internet, *Le site web que vous êtes en train de lire est-il «écologique» ?*, 2014. ³³ Zdnet, *12 bonnes pratiques pour faire un site web écologique*, 2015.

³⁴ ADEME, Site Internet et blog : *les bonnes pratiques*, 2016.

6. Préférer un hébergement vert

Un site Internet consomme de l'énergie électrique 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, et ce depuis le serveur qui l'héberge.

Afin de diminuer l'impact environnemental d'un site Internet, il est recommandé de sélectionner un hébergement écologique certifié par les normes 14001³⁵ et 50001³⁶.

Ces certifications qui sont créées par l'Organisation Internationale de Normalisation — qui est une organisation internationale non gouvernementale — ont comme but de promouvoir et d'encadrer une démarche de management environnemental. Ces normes garantissent une reconnaissance officielle de la démarche environnementale de l'hébergeur.

Par delà des certifications, voici ce que ces hébergeurs revendiquent :

- Des sources d'énergie renouvelable ; de l'électricité créée par le soleil, l'eau, et l'air ;
- Des hébergements locaux (en France, si votre entreprise y est basée) : l'énergie dépensée pour acheminer les informations sera moindre, car la distance entre les visiteurs et les serveurs est réduite. De plus, vous contribuez au développement économique du pays ;
- Des *datacenters* sans aucune climatisation et le refroidissement se réalise par l'air extérieur ou alors par le biais de refroidissement par échange thermique naturel ;
- Des achats de proximité de serveurs écologiques ;
- Une préférence pour la dématérialisations afin de réduire les déchets physiques, qu'ils recyclent ;

- Des aides aux collaborateurs comme l'accès aux transports en communs et aux covoiturages ;
- Des actions environnementales mais aussi sociales : caisses de pensions, projets associatifs, ...

Ainsi, votre site Internet peut être hébergé localement, sur un serveur éco-responsable, alimenté à 100% par des sources propres, tout en participant à des actions collaboratives, associatives, et environnementales.

34

³⁵ ISO14001, *Ressources sur la norme iso14001*, 2018. ³⁶ ISO, *ISO 50001 – Management de l'énergie*, 2018.

7. Naviguer sur Internet de façon plus responsable

POURQUOI NAVIGUER RESPONSABLE ?

« La consommation électrique d'internet dans le monde en 2030 sera l'équivalent de la consommation électrique de l'humanité en 2008. »

WE ARE SOCIAL³⁷

Chaque recherche lancée sur un moteur de recherche et chaque clic effectué signifie un envoi de données et une connexion à plusieurs serveurs. Rechercher subtilement et sauvegarder des clics, c'est économiser de l'énergie. Il existe plusieurs solutions afin de pallier à cela.

UN MOTEUR DE RECHERCHE ÉCO-RESPONSABLE

Le moteur de recherche Google enregistre pas moins de 90% des recherches effectuées sur Internet³⁸. Dans le but d'acquérir des données de façon plus responsable, vous pouvez faire vos recherches sur un moteur de recherche alternatif³⁹.

Vous pouvez pencher pour Ecosia⁴⁰, qui est un moteur de recherche qui plante des arbres dans des zones géographiques dans le besoin. L'entreprise solidaire allemande reverse plus de 80% de ses revenus et

offre aux internautes le choix de réaliser des dons lors d'achats en ligne et de participer à des programmes de reforestation.

Il existe aussi Lilo⁴¹, moteur de recherche responsable né d'une startup française. À chaque recherche, on gagne une goutte d'eau. Les gouttes d'eau s'accumulent, et il suffit de transvaser ces gouttes obtenues pour les reverser à des projets sociaux et environnementaux choisis par Lilo, et, bien entendu, qui vous animent.

Ces moteurs de recherches garantissent un respect total de votre vie privée. En terme d'utilisation, il faut dans l'idéal lancer une recherche avec les mots clés les plus adéquats et précis possibles, dans le but de trouver rapidement la réponse souhaitée et donc de réaliser des économies d'énergie non négligeables.

SAUVEGARDER LES SITES SOUVENT FRÉQUENTÉS DANS LES FAVORIS

Épingler les sites dans sa barre personnelle ou en favoris⁴² plutôt que de lancer une recherche à chaque fois divise par quatre les gaz à effets de serre émis : les fenêtres ouvertes consomment de l'énergie et de la bande passante. Il est conseillé de fermer celles qui ne sont plus utilisées.

35

³⁷ We Are Social, Nathan Blaison, *Global Digital Report 2018*. ³⁸ BDM, *Chiffres Google – 2018*. ³⁹ L'ADN, *Top 5 des moteurs de recherche solidaires*, 2018. ⁴⁰ Ecosia, *Moteur de recherche*, 2018. ⁴¹ Lilo, *Moteur de recherche*, 2018. ⁴² Sciences Pour Tous, *Le numérique écologique, c'est possible ?*, 2015.

8. Utiliser le cloud avec modération

Nous stockons presque tous certaines données en ligne sur un ou plusieurs Cloud — nuage de données — ce qui est très pratique pour sauvegarder et stocker ses fichiers sur Internet et y avoir accès à tous moments. Le Cloud est constitué d'équipements terminaux (ordinateurs, mobiles...), de réseaux (fibre, ADSL, réseaux mobiles 3G, 4G...) et de serveurs.

POURQUOI NE PLUS AVOIR LA TÊTE DANS LES NUAGES ?

En entreprise comme à la maison, une box ADSL est, la plupart du temps, allumée 24 heures sur 24 et 365 jours par an. Le réseau 4G consomme 23 fois plus d'énergie qu'une connexion en wi-fi⁴³. Le Cloud consomme 120 tranches de centrales nucléaires, quand la France en consomme 58. Entre 2011 et 2016, le trafic mondial de donnée a été multiplié par 4,5⁴⁴.

Utiliser un Cloud (DropBox, iCloud, OneDrive, ...) est plus énergivore que d'utiliser un espace de stockage sur son ordinateur personnel ou professionnel ou encore disque dur externe. Stocker une donnée en externe sur le Cloud est 2 fois plus énergivore que de la stocker en interne⁴⁵. Il faut se poser la question à savoir si l'utilisation d'un Cloud est réellement nécessaire ou non.

COMMENT RÉDUIRE SON IMPACT SUR LE CLOUD ?

Si vous devez tout de même avoir recours à un Cloud, il est conseillé d'en

vérifier régulièrement son espace de stockage en vue d'en conserver les fichiers importants et d'en supprimer les fichiers obsolètes. De plus, limitez-en l'usage : stocker vos fichiers comme les photos, les vidéos, les musiques, les PDF, les rapports, ... et tout autres fichiers génère des allers-retours entre votre appareil et les serveurs sur lesquels sont enregistrées vos données.

En mode de consommation statique⁴⁶, c'est à dire quand vous n'utilisez pas vos appareils numériques, il faut couper la connexion Internet ou éteindre vos appareils.

En mode de consommation dynamique, c'est à dire quand vous utilisez vos appareils numériques — ce qui correspond à 80% de la consommation énergétique — il faut prioriser au maximum la connexion wi-fi. Sans oublier que ces box consomment entre 15 et 30 watt en continu sans être sollicitées pendant presque 90% du temps.

Afin de réduire l'impact écologique du Cloud, il est donc nécessaire d'adopter des éco-gestes comme éteindre et même débrancher sa box lorsqu'on ne l'utilise pas, limiter les accès 3G et 4G et préférer se connecter à un réseau wi-fi, et utiliser un Cloud avec parcimonie.

⁴³ Green IT, *Internet mobile : la 4G est-elle une abomination énergétique ?*, 2016. ⁴⁴ Echo Science Grenoble, *Big Data : le coût énergétique de nos données*, 2018. ⁴⁵ Green IT, *Numérique et environnement : en finir avec les idées reçues 2/3*, 2016. ⁴⁶ Sciences Pour Tous, *Le numérique écologique, c'est possible ?*, 2015.

9. Nettoyer sa boîte mail et optimiser ses e-mails

Chaque e-mail que nous recevons est stocké non seulement dans notre messagerie mais aussi sur des serveurs qui consomment de l'énergie 24h sur 24h.

« Le stockage inutile de 30 mails gaspille 222 Wh, soit autant qu'une lampe basse consommation 9Wh laissée allumée une journée entière. »

CARBONE 4⁴⁷

Gérer le contenu de sa messagerie en ligne et en optimiser ses envois est primordial dans une entreprise digitale qui souhaite communiquer le plus responsablement possible.

AVOIR UNE BOÎTE DE RÉCEPTION AÉRÉE

Avoir une boîte de réception aérée c'est avoir une boîte mail contenant peu de mails, en archivant les plus importants. Moins vous recevez et stockez d'e-mail, moins vous consommez d'espace sur le Cloud. Un e-mail stocké génère environ 19g de CO₂ par an⁴⁸ : alors trie, organise, archive, et supprimez : votre boîte mail et votre esprit en seront allégés.

De plus, il est intéressant de se désabonner de toutes les Newsletters

et autres promotions publicitaires auxquelles vous n'êtes plus intéressées. Pour cela il existe un outil numérique efficace et rapide d'utilisation : CleanFox⁴⁸. Le concept est simple : nettoyer sa boîte mail tout en plantant un arbre en Zambie, menacé de déforestation.

OPTIMISER LA TAILLE DES PIÈCES JOINTES ET RÉDUIRE L'ENVOI D'E-MAILS

Afin de réduire son impact écologique lors de l'envoi d'e-mail, il est conseillé d'éviter d'envoyer des e-mail contenant des pièces jointes attachées massives. Pour pallier à cela, il est recommandé de compresser les images, de créer des PDF en basse définition, de privilégier les liens hypertextes aux fichiers joints. Préférer le partage via support USB plutôt que par des FTP comme WeTransfer : toujours éviter le Cloud au maximum⁴⁹.

« 80% des e-mails ne sont jamais ouverts. »

CLEANFOX⁴⁸

Alors ciblez les destinataires et limitez les envois groupés et en nombre : multiplier par 10 le nombre des destinataires d'un mail multiplie par 4 son impact⁴⁹. Au risque de ne pas être lu, tentez de capter votre interlocuteur en écrivant des e-mails courts, ciblés, rapides à l'envoi et à la réception, et

⁴⁷ Carbone 4, Étude, Relayé par Image Conseil, Article Internet, *Effacer ses e-mails : un geste eco-citoyen ?*, 2016. ⁴⁸ Cleanfox, *Nettoyez votre boîte mail, Plantez des arbres !*, 2018. ⁴⁹ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017.

donc moins gourmands en énergie.

Pour aller plus loin, évitez les écrits et réponses groupées : réfléchir si toutes les personnes sont réellement concernées et intéressées par votre e-mail ou non.

OPTER POUR UN SERVICE DE MESSAGERIE DIGITAL RESPONSABLE

Ecomail⁵⁰ est le seul service de messagerie éco-responsable à ce jour. L'atout technique, c'est que toutes vos données sont stockées en France. L'atout responsable, c'est qu'Ecomail permet de d'accumuler des fonds — via un abonnement de 10 euros par ans — dans le but d'investir dans plusieurs projets écologiques, de réaliser des dons à des associations, et enfin de développer l'écologie en France.

⁵⁰ Ecomail, Boîte de messagerie, *L'informatique au service de l'écologie*, 2018.

10. Limiter les déplacements pros, opter pour le télétravail et le coworking

Le trafic routier en France est responsable de 15% la pollution de l'air et connaît des pics de pollutions⁵¹. Chaque français se déplace autant personnellement que professionnellement et émet chaque année des tonnes de CO₂⁵².

Les divers déplacements de vos collaborateurs ont un impact sur le réchauffement climatique. La question du travail à distance, des audioconférences, des visioconférences et des déplacements professionnels doivent être inclus dans votre stratégie RSE.

LE TÉLÉTRAVAIL, L'AVENIR POUR LES ENTREPRISE

Un avenir pour les entreprises qui veulent allier responsabilité et performance. Le télétravail se caractérise par moins de temps de transports et donc moins de pollution, par moins de transports et donc plus de temps pour vos employés et plus de confort. Cette pratique de travail très en vogue permet un meilleur équilibre de vie professionnelle et de vie privée. Elle est aussi signe de plus de productivité pour l'entreprise et surtout une alternative éco-responsable⁵³.

Afin d'intégrer le télétravail dans votre entreprise digitale, il faut pratiquer

⁵¹ Le Monde Planète, Article Internet, *Quelle est la responsabilité de la voiture dans la pollution de l'air ?*, 2014. ⁵² Digital Colab, Article Internet, *Soyons éco-responsable ! Le digital nous le permet*, 2015. ⁵³ E-RSE, Article Internet, *Télétravail : l'Avenir des Entreprises Responsables et Performantes ?*, 2015. ⁵⁴ L'Usine Digitale, Article Internet, *Le télétravail : une réponse aux défis écologiques et sociétaux*, 2015. ⁵⁵ Université de Stanford, Relayé par BenefitsNews, Article Internet, *Even in a blizzard, teleworking offers higher productivity, employee engagement*, 2015. ⁵⁶ ADEME, Article Internet, *Le plan de mobilité, qu'est-ce que c'est ?*, 2018.

le dialogue social⁵⁴ : c'est un moyen de donner des avantages différenciant à votre personnel, se caractérisant par exemple par des avantages de confort de travail et une autonomie renforcée. Les entreprise ayant intégré le télétravail constatent des performances économiques supérieures et une productivité supérieure.

« Un employé qui télétravaille régulièrement est 13% plus productif et est 50% moins enclin à démissionner. »

UNIVERSITÉ DE STANDFORD⁵⁵

METTRE EN PLACE UN PLAN DE DÉPLACEMENT D'ENTREPRISE

Le Plan de Déplacement d'Entreprise est obligatoire depuis la loi SRU de l'an 2000⁵⁶. Les entreprises de petites et grandes tailles sont dans l'obligation de le mettre en place dans le but de mieux gérer les déplacements de son personnel de leur domicile à leur travail, et inversement.

Ceci se résume par l'encouragement de vos collaborateurs à utiliser le système de covoiturage entre collègues, à préférer les transports en

communs, et pourquoi pas le vélo, qui sont des moyens de transports plus écologiques afin de limiter l'impact environnemental des déplacements professionnels⁵⁷.

Il est bon à savoir que chaque collaborateur effectue en moyenne 15 km par jour pour se rendre sur son lieu de travail, ce qui représente pas moins de 6600 kilomètres à l'année.

Pour les voyages de longue distance, le train est le transport à privilégier en premier : il émet 30 fois moins d'émissions de CO2 qu'un avion et même qu'une voiture.

LE COWORKING, ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DURABLE

Pour supprimer le temps et la pollution des trajets domicile-travail, les espaces de coworking génèrent moins de stress et se traduisent par plus de productivité des salariés. Ces espaces collaboratifs sont signe d'économies pour l'entreprise : entre dépôt de garantie, cautions bancaires, frais d'agence, taxe foncière, taxe bureau, cotisation foncière des entreprises, charges multiples, préférer le coworking permet de préserver ces budgets⁵⁸.

« Les espaces de coworking ont permis de réduire les embouteillages de 20 % de 2008 à 2013 et d'améliorer la productivité des individus d'environ 20 jours par an. Quant aux locaux administratifs, la surface qu'ils occupaient a pu être réduite de 40 %. »

GER BARON⁵⁹

Pour terminer, il est intéressant de trouver l'espace de coworking partageant les mêmes valeurs et les mêmes activités : cela aura comme impact de favoriser le développement de votre entreprise par des échanges enrichissants.

⁵⁷ ADEME, Article Internet, *Les 10 conseils pour une attitude éco-responsable en entreprise*, 2018. ⁵⁸ E-RSE, Article Internet, *Réduire l'Impact de ses Déplacements en Entreprise*, 2016.

⁵⁹ The City Factory, Article Internet, *(dé)mobilité, des mobilités : l'expérience néerlandaise des «Smart work centers»*, 2013.

11. Choisir son matériel informatique et le recycler en fin de vie

Les étapes d'un appareil électronique les plus polluantes sont sa fabrication et sa fin de vie. Choisir son matériel informatique est donc important et doit se faire de façon réfléchie et informée.

« SEULS 12% DES PERSONNES INTERROGÉES DANS LE CADRE DE L'ENQUÊTE SE SENTENT BIEN INFORMÉES SUR LES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE LIÉES AUX ÉQUIPEMENTS INFORMATIQUES. CONTRE 45% QUI DÉCLARENT « NON » ET 43% « EN PARTIE ». »

ADEME⁶⁰

PRÉFÉRER DES ÉQUIPEMENTS INFORMATIQUES LABELLISÉS

Achetez du matériel informatique adapté à vos besoins : éviter d'acheter le dernier téléphone en vogue et réfléchissez à l'usage et aux fonctionnalités vraiment pertinentes afin d'économiser de l'énergie grise⁶¹.

Il existe plusieurs éco-labels certifiés et reconnu qui peuvent vous influencer positivement dans l'achat de votre matériel. Acheter un appareil électronique comportant un écolabel ne signifie pas que ses performances sont minimales : la plupart sont performants et répondent amplement à

⁶⁰ ADEME, Article Internet, *Digital : bonnes pratiques individuelles*, 2016. ⁶¹ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017. ⁶² Label Energy Star, Article Internet, *Label Energy Star*, 2018. ⁶³ Certification 80 Plus, Article Internet, *80Plus Platinum : un éco-label toujours plus exigeant*, 2009. ⁶⁴ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017.

vos besoins. L'écolabel informatique garantit le bon choix des matières premières utilisées et la faible consommation d'énergie.

Ensuite vient l'écolabel Energy Star⁶², créé en 1992. Ce label officiel est un programme à la base européen qui consiste à garantir l'efficacité énergétique des équipements électriques comme les ordinateurs, les imprimantes, et les écrans. Acheter du matériel éco-conçu, c'est économiser de l'énergie grise — de l'électricité.

Enfin vient la certification 80 Plus⁶³. Lancée en 2004 par Ecos Consulting, elle promeut le bon rendement électrique des blocs d'alimentation des ordinateurs, certifiant qu'au moins 80% de l'énergie entrée est transmise à l'ordinateur. Ainsi, vous êtes sûrs de réaliser des économies d'énergie. Depuis son lancement et par soucis de recherche d'écologie encore plus poussée, cette certification acquiert plusieurs paliers augmentant à chaque fois le rendement exigé. Ces différents niveaux sont le Plus Bronze, le Plus argent, le Plus Or, et enfin le Plus Platinum. Opter pour le dernier représente le meilleur rendement et donc la meilleure économie d'énergie.

Ces deux écolabels garantissent une réduction de la consommation électrique de 20 à 50% par rapport à un matériel informatique standard⁶⁴.

À chaque Label son type de matériel informatique : pour les écrans et ordinateurs, préférer les labels EPEAT et Ecolabel Européen. Pour les

écrans, le Labels Energy Star et Blue Angel. Pour les imprimantes, Energy Star et Blue Angel. Pour les ordinateurs, écrans, tablettes et téléphones portables, TCO. Enfin, pour les consommables d'impression, Blue Angel et FSC.

ALLONGER LA DURÉE DE VIE DES APPAREILS INFORMATIQUES

Afin d'allonger la durée de vie de vos équipements informatiques, il existe plusieurs bonnes pratiques faciles à mettre en place.

Tout d'abord, mettre en veille, et même mieux, éteindre vos appareils électroniques lorsqu'ils sont inutilisés. Cela passe de la box Internet de l'entreprise à son poste de travail personnel. De plus, il est conseillé de débrancher les prises et les multiprises..

« MIEUX GÉRER LA MISE EN VEILLE ET L'EXTINCTION DE CES ÉQUIPEMENTS EN DEHORS DE LEUR PLAGE D'UTILISATION, PERMETTRAIT D'ÉCONOMISER ENVIRON 40% DE LA CONSOMMATION ÉLECTRIQUE ANNUELLE. »

ADEME⁶⁵

... Et de préserver vos outils numériques de l'usure, et d'en diminuer leur impact environnemental.

Enfin, limiter les besoins des logiciels en ressources en supprimant les logiciels inutiles et les doublons. cette bonne pratique garantit un gain de la capacité de votre appareil informatique de 10% à 30%⁶⁶.

IMAGINER LA FIN DE VIE DE VOTRE MATÉRIEL INFORMATIQUE

Avant de jeter et de remplacer votre ancien compagnon informatique — appelé plus communément DEEE (Déchet d'Équipement Électrique et Électronique, dont la collecte et le traitement sont obligatoires) — pensez à la réparation, au don, et au troc.

Concevez que votre appareil informatique en fin de vie peut en acquérir une autre : le réemploi prolonge leur durée de vie. Afin d'être sûr de cette renaissance, contactez des professionnels agréés par l'État et conformes aux standards Européens⁶⁷.

Il est bon de savoir que ces équipements informatiques contiennent des matériaux recyclables et réutilisables, voire précieux, quand d'autres sont dangereux pour l'environnement et la santé. On estime à 30 millions le

nombre de téléphones dormant dans nos placards⁶⁸. Ainsi, rapportez chez un revendeur ou recycler vos anciens matériels comme les ordinateur et smartphones, contenant des précieux matériaux pouvant être réutilisés.

Si vous êtes dans le besoin de remplacer votre vieux matériel informatique, ne sautez pas directement sur une occasion promotionnelle : préférez acheter un appareil informatique d'occasion, remis à neuf par des professionnels.

⁶⁸ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017.

⁶⁴ ADEME, Article Internet, *Digital : bonnes pratiques individuelles*, 2016. ⁶⁶ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017. ⁶⁷ E-dechet, Site Internet, *Le web au service de l'environnement*, 2018.

12. Imprimer vert

Avec le développement de la dématérialisation, nous pourrions être amenés à penser que l'utilisation de papier ait diminuée. Or il se trouve que la consommation de papier est en constante augmentation⁶⁹.

Bien gérer son pôle impression c'est faire des économies de matériel, de consommable, d'argent, et d'énergie.

IMPRIMER INTELLIGEMMENT

44

Avant d'imprimer, choisir le matériel : préférer une imprimante jet d'encre à une imprimante laser, qui est 5 fois moins énergivore, et de préférence reconditionnée. En ce qui concerne les cartouches d'encre, privilégier l'Écolabel Européen, l'Écolabel Nordique ou encore l'Ange Bleu⁶⁹.

Au préalable, penser si l'on a réellement besoin d'imprimer un fichier. Il est parfois préférable d'imprimer les documents longs et les documents importants, car la vitesse de lecture sur papier est plus rapide et plus agréable aux yeux. Si vous êtes amené à le faire, il est conseillé d'imprimer en recto-verso, en noir et blanc — en aplat de couleur — et d'imprimer que les parties qui vous intéressent plutôt que le document entier⁷⁰.

« CHAQUE SECONDE, DANS LE MONDE, ON PRODUIT ET ON UTILISE 54 CARTOUCHES D'ENCRE. »

CONSOGLOBE⁷¹

Paramétrer son imprimante en mode éco c'est dégager deux fois moins d'émissions de CO₂⁷². Garder les papiers déjà imprimés plutôt que de les jeter afin d'en faire des brouillons : le papier imprimé sur une seule face peut être réutilisé.

Pour vos réunions, privilégier les présentations numériques. Une information importante à relayer ? Préférer un affichage centralisé plutôt qu'une distribution individuelle. Enfin, limitez le nombre d'imprimantes personnelles et préférez les imprimantes multifonctions.

CHOISIR SON PAPIER

Il faut 60 à 500L d'eau pour produire 1kg de papier⁷³ et 80% du papier utilisé est jeté plutôt que recyclé⁷¹. De plus, le papier standard contient des produits polluants comme le chlore pour blanchir le papier. Pour une utilisation plus éco-responsable de l'impression et ainsi limiter le gaspillage, il est donc important de bien rationaliser ses habitudes et de sélectionner subtilement son papier d'impression.

À cet égard, il est conseillé d'acheter du papier qui certifie à la fois la qualité et le faible impact sur l'environnement.

Il en existe plusieurs, tous certifiés et conformes⁶⁹ :

- Ange Bleu : fibres 100% recyclées et sans substances dangereuses ;
- Ecolabel Européen : garantit que le produit respecte l'environnement ;

- Ecolabel Nordique : de même que l'Ecolabel Européen ;
- FSC : papier fabriqué à partir de bois en provenance d'une forêt durable et dont l'origine peut être prouvée ;
- PEFC : bois issu de forêts durables ;
- Eco Emballages : indique seulement que le fabricant du produit cotise à l'organisme Eco Emballages qui finance en France les collectes sélectives des collectivités.

Le papier à prioriser est le papier recyclé à 100% sans traitement au chlore. Facilement repérable, il a l'aspect gris-beige⁷⁴.

SE LABELLISER IMPRIM'VERT

Quelles que soient les impressions que vous réalisez — offset, impression numérique, typographie, sérigraphie, flexographie, héliogravure... — vous pouvez obtenir le Label Imprim'Vert⁷⁵.

Ce label est fortement reconnu par vos clients parce que les engagements sont clairs et la protection de l'environnement est prouvée.

POLICE DE CARACTÈRE POUR L'IMPRESSION

Lors de l'impression, nous utilisons du papier mais aussi de l'encre. Afin de réaliser des économies d'encre, il est possible d'utiliser des typographies éco-conçues.

Pour le choix d'une typographie sans sérif — sans empattements — je vous conseille la police de caractère Eco Font⁷⁶. Sa caractéristique est que les lettres comportent des trous internes en forme de rond qui font économiser jusqu'à 50% d'encre — et donc 50% d'argent — sans en altérer la lisibilité.

Pour le choix d'une typographie sérif — avec empattements — je vous suggère Rymaneco⁷⁷. Cette police de caractère est design et permet une lisibilité accrue, tout en économisant elle aussi jusqu'à 50% d'encre.

45

⁶⁹ Eisenia, Article Internet, *Le papier*, 2018. ⁷⁰ Digital Solutions, Article Internet, *Ecoimpression : quand économie rime avec écologie*, 2017. ⁷¹ Consoglobe, Article Internet, *Consommation mondiale de cartouches d'encre pour imprimantes*, 2018. ⁷² ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017. ⁷³ Officie International de l'Eau, Article Internet, *Volume d'eau nécessaire pour fabriquer 1 kg de papier*, 2018.

⁷⁴ Officie International de l'Eau, Article Internet, *Volume d'eau nécessaire pour fabriquer 1 kg de papier*, 2018. ⁷⁵ Label Imprim'Vert, Label, 2018. ⁷⁶ EcoFont, Typographie, *Start saving ink today*, 2018. ⁷⁷ Rymaneco, Typographie, *Alphabet Poster Project*, 2018.

13. Choisir un fournisseur d'électricité verte

Pour alimenter son entreprise en énergie électrique, il existe les méthodes classiques et les méthodes alternatives. On peut se demander lesquelles sont les plus judicieuses et si le choix d'un fournisseur d'énergie verte est plus coûteux financièrement parlant.

POURQUOI PASSER À L'ÉLECTRICITÉ ALTERNATIVE ET RENOUELABLE ?

L'énergie nucléaire est la principale source afin de produire de l'électricité en France : elle représente 73% de la production française⁷⁸. Elle émet de faibles émissions de CO2 mais les risques d'accidents de réacteur, les nombreux déchets radioactifs que nous ne savons pas traiter, et le coup important des centrales nucléaires remet en question l'avenir du nucléaire⁷⁹. Les autres sources à remettre en question sont des énergies fossiles qui nécessitent des millions d'années pour se former comme le charbon, le pétrole et le gaz naturel, qui représentent presque 10% de la production électrique en France⁸⁰.

Les deux distinctions principales entre les énergies fossiles et les énergies renouvelables sont la disponibilité et le renouvellement rapide de la biomasse. Ainsi, l'EnR — énergie renouvelable — se traduit par l'utilisation de ressources propres et inépuisables comme l'énergie solaire, l'éolien,

l'hydraulique, la géothermie, et la biomasse. L'hydraulique représente près de 60% de la production électrique renouvelable française⁷⁹.

Ainsi, il est important de prendre en compte sa consommation électrique en entreprise et opter pour un fournisseur d'électricité verte.

SÉLECTIONNER UN FOURNISSEUR D'ÉLECTRICITÉ VERTE

Que ce soit par choix militant ou par stratégie de développement RSE de développement durable ou de communication, il est intéressant de changer son fournisseur d'électricité par un fournisseur garantissant une électricité provenant à 100% de sources renouvelables et propres.

C'est en se fournissant d'énergies vertes que l'on soutient leur extension. De plus, choisir un fournisseur d'électricité verte c'est réaliser des économies financières car certains fournisseurs d'électricité verte sont souvent moins onéreux que les fournisseurs classiques.

« LES SOCIÉTÉS ONT L'IMPRESSION QU'IL S'AGIT DE GROS CHANTIERS, QUI VONT LEUR FAIRE PERDRE DE L'ARGENT. EN RÉALITÉ, C'EST TRÈS SIMPLE, ET ON VOIT DIRECTEMENT LE

RÉSULTAT, AVEC UNE DIMINUTION DE 20 À 30% SELON LES SERVICES ! »

DIGITAL FOR THE PLANET⁸¹

Pour se lancer dès maintenant, il existe Enercoop, fournisseur d'électricité renouvelable et coopérative, situé en France : Greenpeace a réalisé un benchmark de plusieurs fournisseurs et selon plusieurs critères⁸², et Enercoop a obtenu une note de 17,1/20. À titre de comparaison, EDF GDF n'a obtenu que 4,9/20.

⁷⁸ Selectra, Article Internet, *Le nucléaire en France en 2018*. ⁷⁹ Green Economy, Article Internet, *Définition : énergie renouvelable ou alternative*, 2018. ⁸⁰ Wikipédia, Article Internet, *Électricité en France*, 2018.

⁸¹ Digital for the Planet, Inès Leonarduzzi, Relayé par l'ADN, Article Internet, *Stopper la pollution numérique : le prochain enjeu des entreprises ?*, 2018. ⁸² Greenpeace, *Écolo Watt Rapport Complet, Comparatif écolo des fournisseurs d'électricité*, 2018.

14. Communiquer transparent avec ses clients et prospects

Les consommateurs sont de plus en plus présents sur les réseaux sociaux : selon une enquête de We Are Social⁸³, 56% des français sont au moins présents sur un réseau social et 84% des français de moins de 40 ans en utilisent au moins un. Une confiance digitale doit être instaurée dès aujourd'hui dans votre entreprise.

« LES FRANÇAIS SERAIENT DE MOINS EN MOINS NOMBREUX À ADHÉRER AUX ALLÉGATIONS DES ENTREPRISES. POUR REMÉDIER À CETTE SITUATION, LES MARQUES SE RISQUENT À DE NOUVELLES APPROCHES BASÉES SUR UN DISCOURS PLUS PROCHE DES CONSOMMATEURS. »

MAKHEIA⁸⁴

COMMUNIQUER TRANSPARENT À VOS CLIENTS ET PROSPECTS

Communiquer à sa cible de façon responsable, c'est tout d'abord porter et poster des messages clairs et transparents. C'est aussi instaurer une écoute et un dialogue clair et précis. Utilisez subtilement les réseaux sociaux : communiquer responsable, c'est porter des messages claires

et transparents. C'est aussi tenir ses engagements et ses promesses. Communiquez moins, mais mieux.

Il est important d'instaurer un dialogue sans filtres entre votre entreprise et vos clients qui soit à double sens. Posez des questions à vos clients, écoutez ce qu'ils ont à vous reprocher : ça ne peut que vous aider à vous améliorer.

COMMUNIQUER TRANSPARENT À VOS CLIENTS ET PROSPECTS

Si vous pensez qu'il est impossible de montrer publiquement le chiffre d'affaire de l'entreprise en temps réel, la rémunération individuelle de vos salariés, la répartition du capital dans l'entreprise ainsi que l'équation qui donne droit à une entrée au capital, la manière dont est utilisé l'argent collecté suite à une souscription à un service, ainsi que les conversations e-mails de l'intégralité de l'entreprise, alors vous n'êtes pas prêt de communiquer responsablement et en transparence. Il vous faut donc repenser l'e-communication de vos engagements de façon transparente afin de créer un climat de confiance entre vos clients et votre entreprise⁸⁵.

À titre de motivation, il existe beaucoup d'entreprises qui communiquent toutes ces données et qui ne cessent de croître et de fidéliser des clients. Buffer par exemple, est une startup nomade qui travaille 100% en télétravail et qui communique en transparence totale depuis 2013. Ses valeurs ? Le bonheur et la gratitude⁸⁵.

Communiquer en transparence totale et pouvoir être en mesure d'appuyer cette communication par des preuves est indissociable.

« IL FAUT ABSOLUMENT ATTENDRE DES AVANCÉES CONCRÈTES AVANT DE COMMUNIQUER. »

LES ECHOS⁸⁶

Enfin, vous pouvez participer à des concours afin de montrer votre motivation et votre engagements auprès des organisateurs et aussi des clients en publiant publiquement les résultats obtenus lors de ces concours. Même si vous n'êtes pas premier, cela montre que vous êtes motivés à développer des démarches plus écologiques et que vous vous souciez de l'avenir. Si votre entreprise aime le challenge, il existe le Prix Entreprise et Environnement⁸⁷.

« EXPOSER SES DÉFAUTS D'EMBLÉE PERMET DE FAIRE BAISSER LE NIVEAU D'ATTENTE DES CONSOMMATEURS. »

MIK PARTNERS⁸⁸

⁸³ We Are Social, Article Internet, Nathan Blaison, *Global Digital Report 2018*. ⁸⁴ Étude de Makheia, Relayé par L'équation de la confiance par Deloitte, Article Internet, *Transparence, sincérité : les nouveaux défis de la communication d'entreprise*, 2018. ⁸⁵ Green Economy, Article Internet, *Définition : énergie renouvelable ou alternative*, 2018. ⁸⁶ Florence Touzé de Les Echos, Relayée par L'équation de la confiance par Deloitte, Article Internet, *Transparence, sincérité : les nouveaux défis de la communication d'entreprise*, 2018. ⁸⁷ Ministère de la Transition Écologique et Solidaire, Article Internet, *Les prix entreprises et environnement*, 2018. ⁸⁸ Yonnel Poivre-Le Lohé de MİK Partners, Relayé par L'équation de la confiance par Deloitte, Article Internet, *Transparence, sincérité : les nouveaux défis de la communication d'entreprise*, 2018.

3.

ÉTUDES QUALITATIVES

1. Interview de Frédéric Bordage

EXPERT NUMÉRIQUE RESPONSABLE À GREEN IT. ÉCO-CONCEPTION SITE WEB ET LOGICIEL.

Le jeudi 30 août 2018. Via appel téléphonique.

Bonjour Frédéric Bordage. Pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Je m'appelle Frédéric Bordage, père d'une petite fille de 3 ans. J'ai codé ma première page web en 1997.

C'est en 2004 avec mon frère que nous faisons émerger cette idée de numérique responsable. Ensemble, nous créons Green IT¹ ayant comme but l'application du prisme du développement durable chez les entreprises digitales afin de réduire leur empreinte environnementale. Je suis actuellement actif chez Green IT et au le collectif Conception Numérique Responsable², comprenant 72 entreprises contributrices dont AACC³.

Notre mission est de proposer des méthodologies, des guides de bonnes pratiques. Nous en avons édité un sous forme de livre : *Éco-conception web, les 115 bonnes pratiques*⁴.

Nous avons aussi des formations, qui se divisent en deux niveaux. Un niveau stratégique : afin de changer petits pas par petits pas. Un niveau radical, plus compliqué à ingérer pour les entreprises. Par exemple, si nous leur proposons une solution sms, pour les entreprises c'est vécu comme

étant une décroissance. Alors qu'intellectuellement c'est super balèze ! Le radical c'est aller trop à contre courant du monde actuel. Et c'est sociétal.

Il y a deux ans de cela, j'ai acheté votre livre *Éco-conception web : les 115 bonnes pratiques*. Comment avoir eu l'idée de l'écrire ?

Pour la petite histoire, l'idée de ce livre émerge en 2010. Un de nos clients a besoin d'un référentiel pour leur site Internet, nous lui créons donc cet outil. Complet et formateur, nous décidons d'en éditer un livre puis de le diffuser. Le format est pragmatique afin de donner des outils opérationnels sur le terrain. Cet ouvrage représente le premier et l'unique référentiel d'éco-conception web dans le monde.

On parle de réchauffement climatique, de surconsommation, ... Pensez-vous que les entreprises digitales doivent intégrer dès aujourd'hui une démarche éco-responsable ?

Oui, j'en suis même certain. Les clients avec qui je travaille en prennent très vite conscience. Une agence qui travaille pour un client doit dès le

¹ Green IT, Communauté des acteurs du numérique responsable. ² Collectif Conception Numérique Responsable, Pour une conception responsable des services numériques. ³ AACC, Association des Agences-Conseil en Communication. ⁴ Frédéric Bordage, Livre, Éco conception web, les 115 bonnes pratiques, 2015 (2^{ème} édition).

début intégrer l'éco-conception dans son produit/service auquel cas son produit/service va mourir.

Comment penser et adopter l'éco-conception ?

Avant de commencer le développement, il faut penser UX — expérience de l'utilisateur. Optimiser le code « ne sert à rien » — bien entendu, minimiser les css, html, et js est fort apprécié — ce que je veux faire entendre, c'est qu'il faut penser la conception et les fonctionnalités réellement nécessaires avant de passer au développement.

Nous pouvons prendre l'exemple de Yahoo⁵ (portail avec des Flash) et Google⁶ (barre de recherche seule sur un écran 27 pouces). Google prône la sobriété numérique, il n'y a pas de « gras numérique », les publicités en texte plutôt qu'en Flash comme sur Yahoo, ... Google c'est sobre et simple donc plus accessible. Et ça fonctionne : plus de 90% des recherches sont effectuées sur Google.

La sobriété et l'accessibilité numérique sont fondamentales et vitales pour une entreprise. De plus, si on mange grâce au digital, il n'y a pas le choix.

Une bonne pratique d'éco-conception digitale c'est le développement sur mesure. Une entreprise doit penser au cycle de vie complet, et non sur le court terme. Les sites Internet statiques sont de très bons exemples. L'idéal est de créer un site *mobile first* et — si nécessaire — avoir en plus un site pour grands écrans. Le responsive, c'est une pratique de fainéantise.

Dans les pays émergents, les *progressive apps* sont la solution : on y repense totalement la conception afin d'en réaliser une moins énergivore. Plus c'est simple, mieux ça fonctionne et moins c'est énergivore.

Est-ce que devenir une entreprise digitale éco-responsable est onéreux ?

Il y a toujours un investissement initial. Prenons l'exemple de ce que nous proposons : des formations sur les services numériques, ce qui signifie acquérir de nouvelles compétences. Ces apprentissages se déroulent sur 3 jours de formation et sont suivis d'un accompagnement.

Quelles influences un écolabel peut avoir sur le consommateur ?

Selon moi les écolabels fonctionnent bien pour les matériels informatiques.

⁵ Moteur de recherche Yahoo. ⁶ Moteur de recherche Google.

Pour tout ce qui est digital et logiciel, il n'en existe pas. L'humain n'est pas encore en capacité de créer un audit robotisé, seul l'humain est capable de le faire. Un audit c'est subjectif, la seule façon c'est d'avoir plusieurs experts qui analysent l'écologie d'un site Internet et ça coûte plus de 1000 euros par label. L'audit robotisé viable, ça n'existera jamais.

En interne, nous avons tous les outils qui permettraient d'en créer un. Mais c'est un investissement trop onéreux pour l'association que nous sommes. En revanche, les compteurs de vitesse existent, ainsi que les certificats environnementaux, comme le référentiel de l'accessibilité en France RGAA⁷ qui a comme but de rendre accessible les site web publiques.

Buffer communique en transparence totale. Pensez-vous que l'entreprise digitale doit être à 100% transparente afin de rassurer et de fidéliser ?

La transparence est fondamentale. Et c'est plus facile d'être transparent quand on propose un service simple. En ce qui nous concerne, nous diffusons tous nos contenus en open source, en creative content, ...

En vue d'avoir un concept viable à long terme, il faut penser à la règle des

trois P. Planet = écologie. People = transparence, respect de la vie privée, accessibilité, éthique. Profit : bénéfices. Ces trois P sont indissociables.

Je viens d'apprendre que Nicolas Hulot, Ministre de la Transition écologique et solidaire, a démissionné du gouvernement. Qu'est-ce que cela évoque pour vous ?

Ça m'évoque plusieurs choses.

La première, c'est que le développement durable est trop souvent ramené sur un seul pilier : soit uniquement social, soit uniquement environnemental. Or, c'est une posture globale qu'il faut adopter et dès aujourd'hui.

La seconde, c'est que le développement durable n'est pas compris par la société, et c'est catastrophique. On n'a pas conscientisé le développement durable : tout le monde croit savoir ce que c'est, mais personne ne s'y engage. Il faut être radical, et la société ne s'en rend pas compte, n'en a pas conscience. Aujourd'hui, nous connaissons les enjeux établis, les efforts à réaliser dans la conception digital, et ce n'est pas conçu de manière radicale. Google est radical : très vite, il a fuit l'époque de bannières Flash,

⁷ RGAA, Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations.

des publicités en images, de la sur-information, du gras numérique, ... Nicolas Hulot est le seul à être radical, et c'est pour ça qu'il est parti.

Le point compliqué se trouve dans le changement d'état d'esprit : expliquer le « less is more ». La société veut pouvoir suivre un exemple concret comme Trainline⁸ et Google, qui utilisent à merveille la sobriété numérique et l'accessibilité. Il faut montrer des exemples concrets à la société.

On entend de plus en plus parler d'effondrement mondial comme par exemple dans le livre Effondrement de Jared Diamond⁹ ou encore dans le livre Petit manuel de collapsologie à l'usage des générations présentes de Pablo Servigne et Raphaël Stevens¹⁰. Nous avons conscience depuis plus de 100 ans que les énergies fossiles libèrent des gaz à effets de serre, nous les utilisons toujours.

Nous sommes dans une ère de surconsommation, et nous utilisons notre téléphone portable pour regarder des vidéos de chats dans le train. J'ai une fille de 3 ans : si nos enfants veulent avoir un avenir, il faut changer. Pas demain, mais tout de suite.

⁸ Trainline, Vente en ligne de billets de train et de bus en Europe. ⁹ Jared Diamond, Livre, *Effondrement : Comment les sociétés décident de leur disparition ou de leur survie*, 2009. ¹⁰ Pablo Servigne et Raphaël Stevens, Livre, *Petit manuel de collapsologie à l'usage des générations présentes*, 2015.

2. Interview de Thomas Parouty

FONDATEUR DE L'AGENCE MIEUX. INITIATEUR DE LA NO IMPACT WEEK.

Le vendredi 31 août 2018. Via appel téléphonique.

Bonjour Thomas, Pouvez-vous vous présenter ?

Bonjour Jérémie. Tout d'abord, nous pouvons nous tutoyer : je n'ai que 20 ans d'écart avec toi !

Je suis Thomas Parouty, j'ai fait une école de commerce puis je suis allé travailler au Chili pour l'accessibilité des vaccins aux chiliens. Puis j'ai été happé par le digital : ça fait maintenant plus de 20 ans que j'exerce dans le monde numérique. J'ai fondé l'agence Mieux¹¹ en 2009 dans le but d'accompagner des entreprises vers la transition digitale et l'économie circulaire. Nous travaillons sur la ville de demain, sur les sujets de mobilité, d'énergie, d'économie circulaire. Nous avons eu l'opportunité de travailler avec de grands groupes — pour n'en citer que quelques-uns — comme Ekibio¹², Véolia¹³, Vélib¹⁴, et Keolis¹⁵.

Qu'est-ce qui t'a fait prendre conscience qu'il faut adopter l'éco-conception web ?

C'est dans l'optique de réduction d'impact écologique que j'ai créé l'agence Mieux il y a 9 ans. Il fait de plus en plus chaud, on a un mode de vie de

¹¹ Agence Mieux, Agence conseil en communication, Paris. ¹² Ekibio, Fournisseur de produits alimentaires, Peaugres. ¹³ Véolia, Multinationale française, chef de file mondial des services collectifs, Paris. ¹⁴ Vélib Métropole, Système de vélos en libre-service de Paris. ¹⁵ Keolis, Opérateur privé de transport public de voyageurs, engagé pour une mobilité durable et connectée, Paris. ¹⁶ No Impact Week, Mouvement de sensibilisation au développement durable dans les entreprises, Paris.

surconsommation qui ne pourra pas continuer longtemps. On voit bien que certaines habitudes que l'on a depuis plus de 100 ans — comme le charbon et l'essence par exemple — ne sont pas viables écologiquement. Mais nous les avons toujours.

Ma prise de conscience s'est faite progressivement : tous les ans et depuis toujours je vais chez mon grand père, à la campagne. D'année en année, je vois le paysage se transformer.

Le problème ce n'est pas la croissance ou décroissance. Il faut changer de modèle. Et se poser les bonnes questions. Est-ce que le système économique actuel est le bon ? Selon moi, l'économie circulaire c'est ce qui fonctionne le mieux. La décroissance fait peur, il faudrait plutôt parler de recroissance.

Peux-tu me présenter plus en détails No Impact Week ?

No Impact Week¹⁶ est une animation qui a lieu sur notre péniche et qui est destinée aux entreprises souhaitant devenir éco-responsable. Nous y accueillons autant les grandes entreprises que les petites, avec des niveaux

assez hétérogènes en ce qui concerne la démarche du développement durable. Cette animation se déroule sur 5 jours et comprend 5 thématiques différentes, comprenant des modules bien spécifiques : échanges, exercices, visionnages de documentaires, formations, ... qui ont tous comme but d'en apprendre plus sur les éco-gestes en entreprise.

Nous accueillons aussi des experts hyper connus comme Emmanuel Soulias le Directeur général d'Enercoop¹⁷, Olivier Roussat le PDG de Bouygues Télécom¹⁸, les entreprises Peas and Love¹⁹ et Riposte Verte²⁰, ... et plein d'autres ! Ces experts apportent des techniques très innovantes. Lors de la No Impact Week, on y apprend constamment des choses intéressantes.

Notre ambition est de placer la RSE au cœur des activités de l'entreprise grâce à des petits pas, des activités de sensibilisation ainsi que des actions collectives concrètes. On entend souvent que c'est au consommateur de faire des efforts sur ses habitudes, alors que 92% des déchets sont produits par les entreprises ! Un salarié moyen imprime 32 pages par jours. 13 sont oubliées à l'imprimante. 12 sont jetées à la minute où elles sont imprimées. 9 sont gardées. Penser éco-responsable ce n'est pas penser à l'argent : c'est penser apporter un plus au bien commun.

Pour la petite histoire, j'ai mis en place cette animation au sein de mon agence Mieux dans le but de nous améliorer en terme de stratégie RSE et d'écologie. Toute l'équipe a été super réactive, ça a super bien fonctionné. Et puis plusieurs de mes collègues m'ont dit « C'est super ton concept, est-ce qu'on ne l'extérioriserait pas ? ». Aujourd'hui, No Impact Week se développe énormément. En juin, nous avons eu l'opportunité d'organiser notre 4^{ème} No Impact Week.

Je viens d'apprendre que Nicolas Hulot, Ministre de la Transition écologique et solidaire, a démissionné du gouvernement. Qu'est-ce que cela évoque pour toi ?

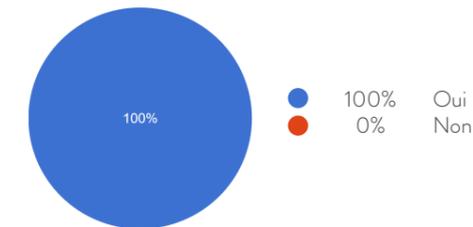
Je suis très triste qu'il parte, et très en colère sur l'incapacité des citoyens, des entreprises, des parlementaires, du gouvernement, ... de la France. C'est un énorme coup de massue pour Emmanuel Macron et surtout pour Edouard Philippe, qui s'intéresse beaucoup au développement durable. Je suis aussi en colère contre Nicolas Hulot. Je n'aurais pas joué comme ça. Il a assez d'influence sur le public pour affronter les décisions du gouvernement. Il aurait du continuer, quitte à se faire virer.

¹⁷ Enercoop, Fournisseur d'électricité 100% renouvelable. ¹⁸ Bouygues Télécom, Opérateur de télécommunication français. ¹⁹ Peas and Love, Ferme urbaine. ²⁰ Riposte Verte, Association, Pour un bureau responsable.

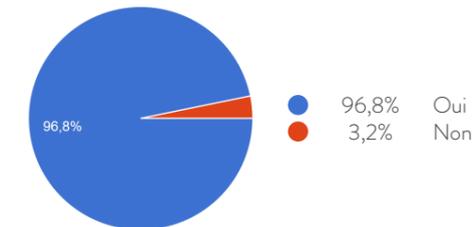
4. ÉTUDES QUANTITATIVES

Échantillon de 31 personnes
1 personne = 3,2%

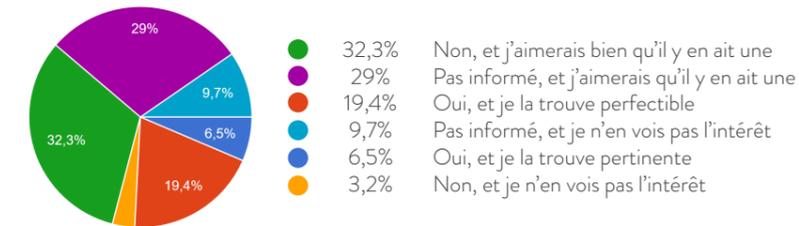
1. Est-ce que l'entreprise où vous travaillez est présente sur Internet ?
(site Internet, réseaux sociaux, ...)



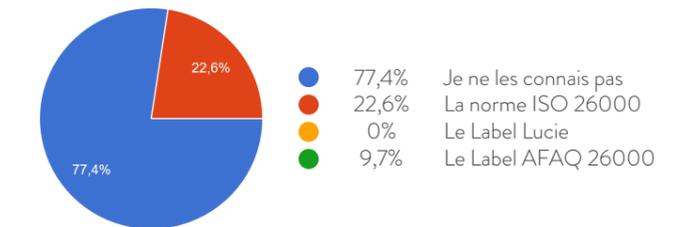
2. Pensez-vous que les entreprises digitales doivent intégrer une démarche éco-responsable ?



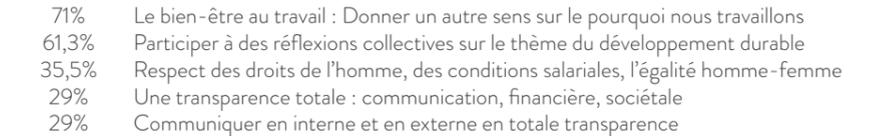
3. Une politique éco-responsable, comme par exemple une stratégie RSE, est-elle mise en place dans votre entreprise ?



4. Lesquels de ces normes et labels RSE connaissez-vous ?
(plusieurs choix possibles)



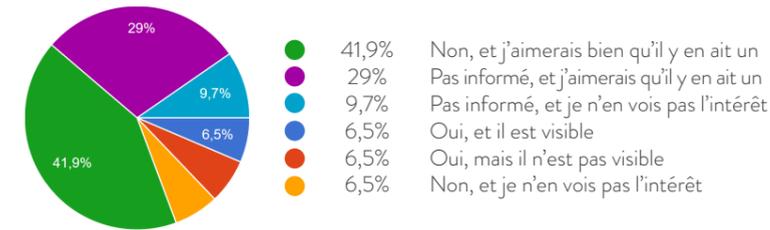
5. Selon vous, qu'est-ce qu'apporte de travailler dans une entreprise éco-responsable ? (les 5 les plus sélectionnés)



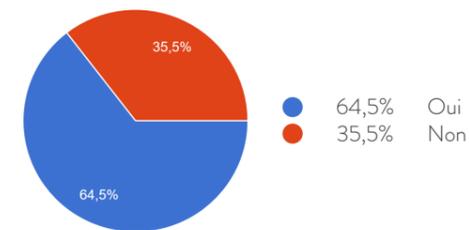
6. Selon vous, quels sont les éco-gestes les plus caractéristiques d'une entreprise digitale éco-responsable ? (les 5 les plus sélectionnés)



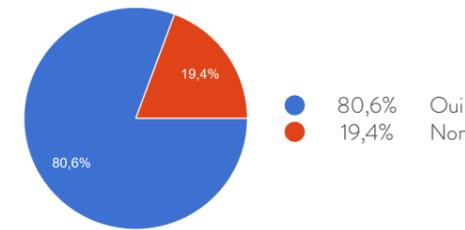
7. Votre entreprise digitale a-t-elle un écolabel certifié et visible par le consommateur ?



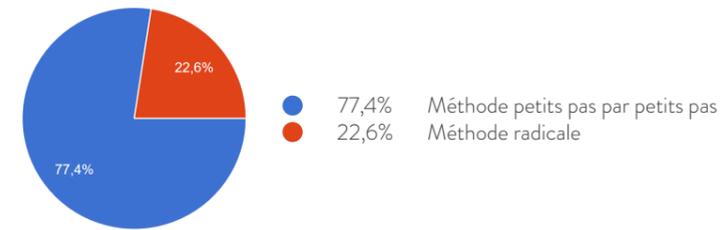
10. Pensez-vous qu'un écolabel digital présent sur le site Internet de votre entreprise appuierait la démarche éco-responsable ?



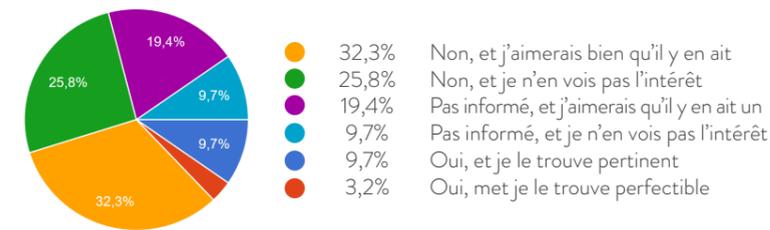
8. Pensez-vous que la présence d'écolabels conformes et officiels influent positivement sur la confiance du consommateur ?



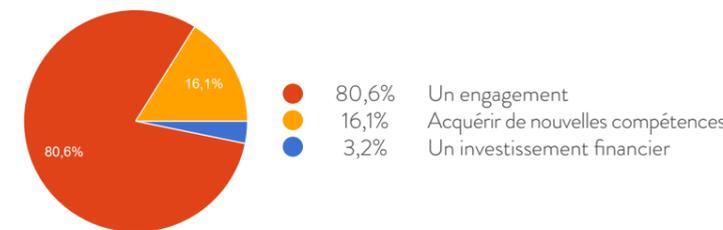
11. Laquelle de ces méthodes choisiriez vous afin de devenir une entreprise digitale éco-responsable ?



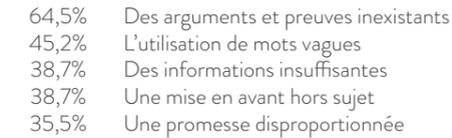
9. Sur le site Internet de votre entreprise, y a-t-il du contenu dédié aux actions éco-responsables de votre entreprise ?



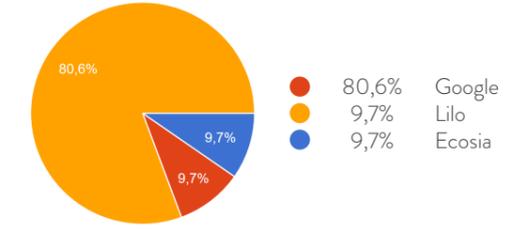
12. Selon vous, devenir une entreprise éco-responsable signifie :



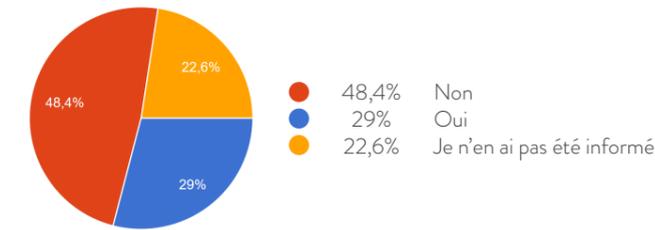
13. Qu'est-ce que le Greenwashing évoque le plus pour vous ? (les 5 les plus sélectionnés)



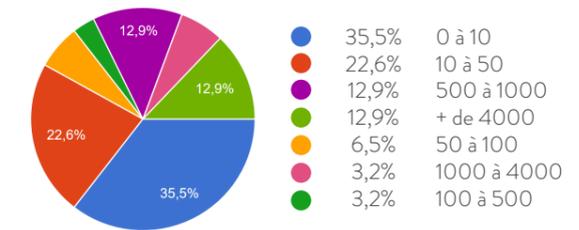
16. Quel moteur de recherche utilisez-vous quotidiennement en entreprise ?



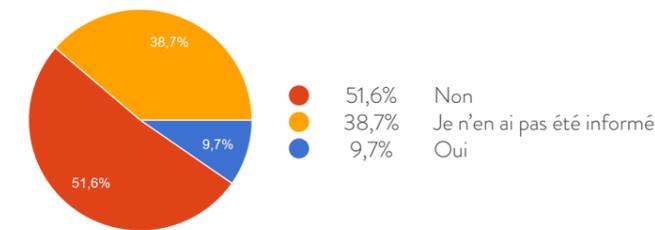
14. Est-ce que votre entreprise est en partenariat avec une organisation à but non lucratif ?



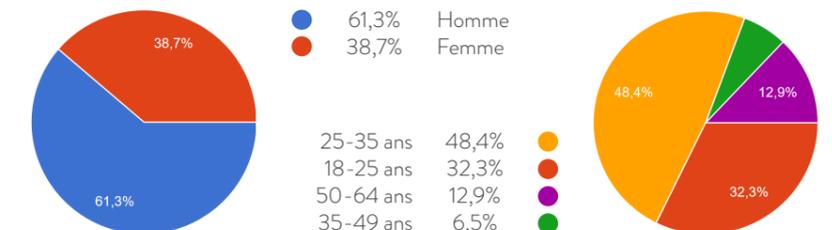
17. Combien avez-vous d'e-mail dans votre boîte de réception professionnelle ?



15. Le site Internet de votre entreprise est-il mis en ligne via un hébergeur vert ?



18. Sexe et Âge



Résumé de l'étude quantitative

Cette étude quantitative a été effectuée sur un échantillon de 31 personnes comprenant 12 femmes et 19 hommes âgés de 18 à 64 ans. Dans ce questionnaire, une personne correspond à 3,2% des résultats. Ces différents intéressés travaillent tous dans une entreprise qui est présente sur Internet.

30 personnes pensent que les entreprises doivent intégrer une démarche éco-responsable au sein de leur entreprise. 26% des sondés ont une politique éco-responsable mise en place dans leur entreprise. La norme ISO 26000 est connue par 22,6% des répondants.

Travailler dans une entreprise éco-responsable apporterait :

- Le bien-être au travail : Donner un autre sens sur le pourquoi nous travaillons ;
- La participation à des réflexions collectives sur le thème du développement durable ;
- Le respect des droits de l'homme, des conditions salariales, l'égalité homme-femme ;
- Une transparence totale : communication, financière, sociétale ;
- La communication en interne et en externe en totale transparence.

Selon les sondés, les éco-gestes les plus caractéristiques d'une entreprise digitale éco-responsable sont :

- Imprimer avec du papier recyclé et labélisé, recycler le papier et les cartouches d'encre ;
- Éviter à tout prix le greenwashing et communiquer en toute transparence ;
- Instaurer une stratégie RSE avec ses entreprises de sous-traitance et fournisseurs ;
- Mobiliser ses équipes dans la stratégie RSE de son entreprise ;
- Limiter les déplacements, opter pour le télétravail et le coworking ;

6,5% des questionnés affirment la présence d'un écolabel sur le site Internet de leur entreprise. Concernant les autres, 71% n'en ont pas connaissances ou savent qu'il n'y en a pas et aimeraient qu'il y ait la présence d'un écolabel sur le support web de leur entreprise.

80% pensent que la présence d'un écolabel influe positivement sur la confiance du consommateur. En ce qui concerne la présence de contenu

dédié aux actions éco-responsables de leur société sur le site Internet de leur entreprise, 11% affirment qu'il y en a. Pur les autres, plus de 50% trouveraient un intérêt à ce qu'il y en ait. 65% pensent que la présence d'un écolabel digital sur le site Internet de l'entreprise appuyerait la démarche éco-responsable de celle-ci.

Petit clin d'oeil à Frédéric Bordage : que 23% des sondés choisiraient la méthode radicale afin de devenir une entreprise digitale éco-responsable.

80% des questionnés pensent que devenir une entreprise éco-responsable c'est un engagement, 16% que c'est acquérir de nouvelles compétences, et 3% que c'est un investissement financier.

La majorité définit le greenwashing comme des arguments et preuves inexistantes, l'utilisation de mots vagues, des informations insuffisantes, une mise en avant hors sujet, une promesse disproportionnée

29% des questionnés affirment que leur entreprise est en partenariat avec une organisation à but non lucratif. Concernant les autres sondés, 23% n'en sont pas informés.

10% savent que le site Internet de votre entreprise est mis en ligne via un hébergeur vert.

En ce qui concerne les moteurs de recherche, Google est le plus utilisé avec 80% des votes. Ecosia et Lilo sont ex æquo avec 10%.

1/3 des sondés a plus de 100 e-mails dans sa boîte de réception professionnelle (e-mails non classés ni archivés).

5.

REVUE LITTÉRAIRE

Il était une fois, le digital

Comme l'explique Pascal Delorme, dans son livre *La transition digitale*¹, la révolution digitale que nous vivons aujourd'hui n'est pas la première révolution que connaît la terre et à échelle mondiale. L'apparition d'Internet entre 1995 et 1998 transforme fondamentalement le monde entier en terme de distribution puisque la majorité des projets ont comme but la création de sites Internet et d'accroître la vente en ligne.

La mutation numérique est spécialement difficile et complexe puisqu'elle reconsidère la façon dont les entreprises fonctionnent. Devant ces challenges, Jean Pierre Le Cam, dans un ouvrage *Pour une approche intégrée de la transformation digitale tirée par le développement business*² croit que seule une approche systémique et globale est en mesure d'amener l'entreprise vers une transition digitale réussie.

Serge Edouard explique dans la revue *Vie et Sciences Économiques*³ que les grandes entreprises comme Google, Apple, Amazon, et Microsoft veulent chacune développer une communauté de masse qui soit innovante, et ce dans le but de prescrire leurs standards techniques, processuels, et organisationnels. Serge Edouard qualifie cette définition comme étant une forme constitutionnelle originale tout en prônant une condition de concrétisation et de prouesse.

Toutefois, la prolifération des débats comme des controverses, la souscription de chartes et la demande d'application de codes éthiques sur l'utilisation des arguments écologiques mènent à une interrogation. Céline Pascual Espuny, dans son livre *Comment les organisations se saisissent-elles*

de l'« image verte » ?⁴ se demande ce quel impact a cette croissance de la communication sur le développement durable.

Pourquoi devenir une entreprise digitale éco-responsable

Selon l'article Internet *Le jour du dépassement mondial 2017* écrit par WWF⁵, la population mondiale consomme 1,7 planète Terre. Cette direction peut s'inverser à l'aide de l'intervention humaine, à condition de faire reculer la Journée du Dépassement Mondial de 4,5 jours par an. Ainsi, nous retrouverons d'ici 2050 la pondération de la consommation mondiale, et ce avec les ressources naturelles d'une seule et même planète.

Il faut prendre en compte l'article provenant du site Internet Statista⁶ : plus de la moitié de la population mondiale a eu accès à Internet en 2018, 54% plus précisément. Les appareils qui nous connectent à Internet fonctionnent le plus souvent sans interruption, 24 heures sur 24, et 365 jours par an. Une étude⁷ réalisée par l'Université de Dresde et relayée par l'organisation Green IT dans son dossier de presse relève que la consommation d'Internet mondiale en 2030 sera égale à la consommation électrique de l'humanité en 2008. Selon le *Rapport digital 2018* publié par We Are Social⁸, service de marketing internet situé à Paris, l'utilisateur lambda passe plus de 6 heures par jours sur un appareil connecté, ce qui représente près de 30% du temps hors heures de sommeil.

L'utilisation croissante des appareils connectés nécessite de l'énergie qui a

¹ Pascal Delorme, *La transition digitale*, 2017. ² Jean Pierre Le Cam, *Pour une approche intégrée de la transformation digitale tirée par le développement business*, 2017. ³ Serge Edouard, *Vie et Sciences Économiques*, 2017. ⁴ Céline Pascual Espuny, *Comment les organisations se saisissent-elles de l'« image verte » ?*, 2008. ⁵ WWF, *Le jour du Dépassement Mondial 2017*. ⁶ Statista, 2018. ⁷ Green IT, *Dossier de presse*, 2015. ⁸ We Are Social, *Global Digital Report 2018*.

un réel impact environnemental. Comme le souligne le Collectif Green IT sur son article Internet⁹, les impacts sont différents en fonction des étapes du cycle de vie des appareils de communication numérique : l'utilisateur émet 47% de gaz à effet de serre (électricité + fabrication), les réseaux 28%, et les serveurs (data center) 25%.

En terme de communication, dans le livre *Communication* de Thierry Libaert¹⁰, Valérie Martin, Chef du Service Communication Institutionnelle à l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie), explique qu'il est indispensable de prendre en considération que toute démarche de communication destinée au consommateur a, par nature, un impact sur l'environnement.

Cette communication pollue en matière de transports, d'utilisation des ressources naturelles, de déchets électriques et électroniques, et en terme de produits dangereux comme les encres et les solvants ; et ce tout au long du cycle de vie de la communication.

66

Les sites Internet, qui sont des supports de communication, représentent la plus grande part de consommation électrique. Le Collectif Green Code Lab indique sur son site Internet¹¹ que le top 100 des sites les plus consultés en France consomment en une année autant d'électricité que 25 400 foyers français.

Christine Hermann, Directrice de la Communication Qualité et Responsabilité Social d'Entreprise chez Orange, nous rappelle dans une vidéo¹² qu'en terme de communication responsable il est suggéré d'avoir recours à Internet. La numérisation a comme but de réduire, voire de remplacer le print qui a un réel impact environnemental vérifiable et quantifiable sur la planète.

L'impact environnemental, thème abordé de nombreuses fois lors de la COP 21, Conférence sur les changements climatiques qui s'est tenue en décembre 2015 à Paris. Ainsi que nous le rappelle Thierry Libaert¹³, près de 195 pays étaient présentés afin d'advenir à un accord majeur : réussir à limiter les effets du réchauffement climatique et abaisser les températures de 2 °C sur l'ensemble de la Terre. Il continue en expliquant que la venue de la COP 21 a fait place à de nouveaux discours, comme s'adapter aux conséquences du réchauffement climatique. Néanmoins, la crise financière mondiale vient freiner la considération de la crise écologique.

C'est alors qu'Inès Leonarduzzi¹⁴, fondatrice de Digital For The Planet, vient nous rassurer. Elle explique que les entreprises ont la mauvaise impression que devenir éco-responsable relève du défi et vont tout au plus en perdre leur avantage financier. Pourtant, Inès Leonarduzzi dit tout autre : selon elle, les entreprises en constatent directement le résultat qui se traduit par une réduction des investissements financiers à hauteur de 20% à 30% selon le type de société.

Fabrice Boissier vient appuyer ce point de vue en donnant celui partagé par son entreprise¹⁵, l'ADEME. Lui et son entreprise sont convaincus que chaque entreprise peut changer ses habitudes sans que cette transition soit pénible. Il ajoute que tous les salariés y trouvent plus de bien-être.

C'est sûrement pour une de ces raisons que de plus en plus d'entreprises s'impliquent dans l'écologie. En tous cas, c'est ce que soutient le rapport annuel du magazine GreenBiz¹⁶ : près de 450 entreprises dans le top 500 des entreprises mondiales, soit 89% d'entre elles, ont un département RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises). Par ailleurs, le rapport du Conseil Général de l'Industrie de l'Énergie et des Technologies¹⁷ mentionne

que la propagation de l'usage des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) participe considérablement au développement d'une entreprise plus éco-responsable.

En tous cas, d'après la réflexion optimiste et visionnaire de Dominique Wolton visible dans le livre de Thierry Libaert¹⁸, l'écologie est un porteur de vente étonnant que tous les partis, de droite comme de gauche, doivent s'approprier. Les entreprises les plus capitalistes peuvent supporter l'écologie et même devenir écologiques.

Comment devenir une entreprise digitale éco-responsable

Bien que leur idée première soit de générer des profits, les entreprises peuvent en même temps contribuer à des objectifs sociaux et à la protection de l'environnement, et ce en intégrant la responsabilité sociale comme investissement stratégique au cœur de leur stratégie commerciale. C'est l'avis d'Yvon Pesqueux partagé dans son livre *La responsabilité sociale de l'entreprise : un dialogue sans interlocuteur ?*¹⁹.

En terme de stratégie RSE, l'auteur Philippe Callo suggère dans son livre²⁰ que les sociétés digitales peuvent intégrer le concept de RSE afin de mettre en avant les éco-gestes en entreprises devant les pressions sociales et environnementales. Le site Internet réputé E-RSE rappelle, dans un article Internet dédié au RSE²¹, que la Responsabilité Sociétale des Entreprises « consiste un engagement des entreprises à évoluer dans un cadre

éthique pour participer au progrès économique et contribuer à l'amélioration de la qualité de vie de leurs salariés, de l'environnement local et de la société dans son ensemble. »

C'est une stratégie à prendre en considération en interne puisque E-RSE, dans son article Internet *Pour engager vos salariés, investissez dans la RSE*²² nous informe qu'une étude de Cone Communication soutient que plus des 2/3 des salariés souhaitent s'investir davantage dans les actions RSE de l'entreprise. De plus, 64% des collaborateurs considèrent que la RSE améliore la qualité des relations de travail.

Au delà des murs de l'entreprise, les jeunes talents de la génération Y (20 à 30 ans) sont près de 80% à prendre en compte la stratégie RSE dans leurs critères de recherche d'emploi. 76% d'entre eux placent même ce critère au dessus du salaire.

D'après l'étude *Greening the Building Supply Chain*²³ réalisée par Le Programme des Nations Unies pour l'Environnement en 2014, prendre en compte les fournisseurs dans sa stratégie RSE est primordial. Une *supply chain* (chaîne d'approvisionnement) plus verte est une condition non négligeable pour développer un *business model* durable. C'est ce qu'ont fait Nestlé et UPS, qui ont vu leurs revenus croître de 20% et ce grâce à une chaîne d'approvisionnement comportant une stratégie RSE bien ficelée.

Les éco-gestes peuvent s'appliquer dans plusieurs domaines, comme dans le domaine du web par exemple. À en croire le livre *Éco-conception web : les 115 bonnes pratiques* de Frédéric Bordage²⁴ — que je vous recommande fortement — l'éco-conception web consiste à doper son site et à réduire son empreinte écologique. En d'autres mots : trouver le meilleur compromis

67

⁹ Green IT, *Quelle est l'empreinte environnementale du web ?*, 2015. ¹⁰ Thierry Libaert, *Communication*, 2018. ¹¹ Green Code Lab, *Pour un développement logiciel plus durable et plus responsable*, 2018. ¹² Transition écologique et solidaire, *Innové en communication responsable*, 2013. ¹³ Thierry Libaert, *La communication environnementale*, 2017. ¹⁴ Inès Leonarduzzi, Article Internet de l'ADN, 2018. ¹⁵ Positivir, *Réchauffement climatique : voici comment se passer des climatiseurs*, 2018. ¹⁶ Greenbiz, *The state of the sustainability profession*, 2016.

¹⁷ CGIET, *Bien Vivre grâce au numérique*, 2011.

¹⁸ Dominique Wolton, *La communication environnementale*, 2017. ¹⁹ Yvon Pesqueux, *La responsabilité sociale de l'entreprise : un dialogue sans interlocuteur ?*, 2009. ²⁰ Philippe Callot, *Les pionniers de l'écobellisation en hôtellerie : une vision responsable, levier d'un changement durable*, 2011. ²¹ E-RSE, *RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) : définition - Qu'est-ce que la RSE ?*, 2018. ²² E-RSE, *Pour engager vos salariés, investissez dans la RSE*, 2018. ²³ E-RSE, *Une supply chain plus verte, une priorité pour la RSE des grandes entreprises*, 2014. ²⁴ Frédéric Bordage, *Éco-conception web : les 115 bonnes pratiques*, 2015.

entre performance et réduction de l'impact environnemental et prendre en compte le cycle de vie complet du site Internet.

Thierry Leboucq²⁵, fondateur de Greenspector, ajoute qu'au delà de modifications superficielles qu'un développeur peut mener en 2 ou 3 jours, une véritable évolution semble nécessiter un changement de modèle. Frédéric Bordage complète en écrivant dans son livre²⁶ que 75% de l'empreinte carbone d'un site Internet est généré par la consommation électrique et peut être considérablement réduite en compressant les fichiers et surtout en réfléchissant aux fonctionnalités réellement utiles.

L'e-mail est un autre domaine applicable. Effectivement, selon une étude de 2016 réalisée par le cabinet de conseil parisien Carbone 4²⁷, « *Le stockage inutile de 30 mails gaspille 222 Wh, soit autant qu'une lampe basse consommation 9Wh laissée allumée une journée entière.* » Le célèbre nettoyeur de Newsletter Cleanfox²⁸ informe sur son site Internet que 80% des e-mails ne sont jamais lus. Nous pouvons aisément imaginer le nombre d'énergie électrique gaspillée.

Au vu de ces chiffres, nous pouvons nous demander pourquoi de bonnes pratiques digitales ne sont pas instaurées. À cela, l'ADEME, dans son guide de lecture réalisé en 2015²⁹ nous répond que seulement 12% des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête se sentent bien informées sur les économies d'énergie liées à l'informatique. Contre 45% qui déclarent *non* et 43% *en partie*. Mieux gérer la mise en veille et l'extinction de ces équipements en dehors de leur plage d'utilisation permet d'économiser environ 40% de la consommation électrique annuelle.

Le domaine du print est aussi concerné et pas encore assez pris en compte : chaque seconde, selon les statistiques mondiales disponibles

en temps réelles par le site Internet Consoglobe³⁰, c'est 54 cartouches d'encre qui sont produites dans le monde entier.

Jean-Marc Neuville, Chef du département Image et Édition au Ministère de l'Écologie, rapporte dans une vidéo YouTube³¹ que « *La direction de la communication du ministère du développement durable a entrepris une démarche d'éco-responsabilité notamment sur les documents print, c'est à dire que dans le cadre de ce que nous produisons nous avons une démarche Imprim'Vert et ISO 14001 ... Nous avons une gestion raisonnée des différents déchets issus de l'impression. ... Notre papier est écolabellisé européen et nous veillons à ce que ce label soit présent sur les documents que nous imprimons.* » Bien que la question de comment prouver son implication éco-responsable sera étudiée tout à l'heure, voici un premier élément de réponse dans le cadre du domaine de l'impression.

Il existe des moyens efficaces et modernes afin de réaliser des économies d'énergie et d'argent. D'après une étude de l'Université de Stanford³², le télétravail est une des premières réponses : un collaborateur est plus productif de 13% et est 50% moins prédisposé à démissionner s'il travaille régulièrement en télétravail.

Selon Ger Baron, chef des services technologiques de la ville d'Amsterdam et relayé par WeDemain³³, le coworking est une autre façon de travailler qui est aussi économe : il a permis la réduction des embouteillages de 20% de 2008 à 2013 dans Amsterdam et améliore la productivité des collaborateurs d'environ 20 jours par an.

Puisque nous parlons de méthodes de travail alternatives, parlons d'histoire. Je vous laisse apprécier les propos de Cyril Dion, réalisateur du film

Demain, interviewé par Clément Montfort dans sa web-série³⁴ que je ne sais pas mieux expliquer : « *Si on part du principe que c'est l'histoire qui est le moteur du monde depuis sa création, que c'est ça qui a permis aux êtres humains de construire les pyramides, d'aller sur la lune, et de faire des choses extraordinaires, il y a de fortes chances que le moteur principal qui permette de transformer la société ce soit de raconter des histoires qui soit suffisamment puissant pour challenger le récit dominant actuel qui est ce récit capitalisme, consumérisme, basé sur la croissance économique sans limite, et qui provoque tous les phénomènes que l'on déplore.* »

Ainsi, afin de devenir une entreprise digitale éco-responsable, il faut donner du sens à son travail, construire des histoires, qui façonnent l'image d'une entreprise digitale. Comme l'indique Pierre Trémolières, PDG du site internet Delamaison.fr, dans un article Internet de L'Express³⁵, la réputation d'une entreprise démontre toutes les actions prises par celle-ci afin de satisfaire le client.

Afin de le prouver, l'agence Cone Communication dans son Étude *Cause Evolution*³⁶ renseigne que 87% des consommateurs ont une bonne image des sociétés qui soutiennent une cause qui leur est chère. De plus, d'après un communiqué de presse d'Ethicity-Greenflex réalisée en 2016³⁷, un français sur deux prend en compte dans ses achats la dimension sociale et environnementale, contre 39 % en 2004.

Pour satisfaire ce nouveau besoin, il faut tout d'abord définir une stratégie d'action préalablement réfléchi. eBay³⁸ a par exemple proposé à ses visiteurs de verser des dons à des associations lorsqu'ils effectuent un achat sur leur site. Suite à cette action, le géant du e-commerce a vu ses ventes croître de 29%.

Je termine cette partie avec — encore une fois — les dires de Cyril Dion³⁹, inspirant dans le sens où il démontre qu'être éco-responsable c'est constamment vouloir s'améliorer et savoir se remettre en question sur les actions déjà réalisées : « *D'après la publication scientifique des recherches d'Isabelle Delannoy à Polytechnique Lausanne : nous pourrions arriver à réduire de l'ordre de 80% les objets que l'on utilise en les partageant, en les fabriquant différemment, ... et donc réduire la quantité de matière nécessaire à la production et aller chercher cette matière dans des sources renouvelables ou encore dans des déchets. Et dans mon film Demain, si je devais le refaire, j'aurais creusé cet aspect.* »

Greenwashing VS Transparence

Dans le livre *La communication environnementale* de Thierry Libaert⁴⁰, Céline Pascual Espuny donne l'historiographie du concept greenwashing, apparu en 1992. Elle décrit les impacts et les conséquences de la pratique du greenwashing en entreprise. Afin d'éviter le greenwashing, il faut se diriger vers des pratiques participatives avec un socle cognitif solide, et utiliser la transparence et l'humilité dans la communication environnementale.

Ainsi, les valeurs transmises doivent amener au développement durable. C'est ce que défend Valérie Martin, Chef du Service Communication Institutionnelle ADEME dans une vidéo YouTube⁴¹. De plus, elle indique qu'en terme de message, si l'on veut faire évoluer les comportements de l'ensemble des acteurs sociaux-économiques (les particuliers, les entreprises, les collectivités), alors l'entreprise a une responsabilité sociétale et environnementale.

²⁵ Thierry Leboucq, *Le site web que vous êtes en train de lire est-il «écologique» ?*, 2014. ²⁶ Frédéric Bordage, *Éco-conception web : les 115 bonnes pratiques*, 2015. ²⁷ Carbone 4, *Effacer ses e-mails : un geste eco-citoyen ?*, 2016. ²⁸ Cleanfox, *Nettoyez votre boîte mail, Plantez des arbres !*, 2018. ²⁹ ADEME, *Consommation énergétique 2015*. ³⁰ Consoglobe, 2018. ³¹ Transition écologique et solidaire, *Innover en communication responsable*, 2013. ³² E-RSE, *10 Choses que Tout Employeur Responsable devrait mettre en place dans son Entreprise*, 2015. ³³ WeDemain, *Comment Amsterdam a réduit ses embouteillages de 20 % grâce au coworking*, 2015.

³⁴ Cyril Dion, [NEXT] S01 E10 - CYRIL DION : « L'EFFONDREMENT EST DÉJÀ LÀ », 2018. ³⁵ L'Express, *E-réputation : comment soigner votre image de marque sur internet*, 2011. ³⁶ Cone Communication, *Cause Evolution*, 2017. ³⁷ Ethicity-Greenflex, *Communiqué de presse*, 2016. ³⁸ Influencia, *Les marques tentent de coller aux attentes éco-responsables des millénials*, 2018. ³⁹ Cyril Dion, [NEXT] S01 E10 - CYRIL DION : « L'EFFONDREMENT EST DÉJÀ LÀ », 2018. ⁴⁰ Thierry Libaert, *La communication environnementale*, 2017. ⁴¹ Transition écologique et solidaire, *Innover en communication responsable*, 2013.

Pour cela, il est important de prendre en compte le consommateur, qui est de plus en plus présent sur les réseaux sociaux : selon une enquête de We Are Social⁴², 56% des français sont au moins présents sur un réseau social et 84% des français de moins de 40 ans en utilisent au moins un.

Une confiance digitale doit être instaurée dès aujourd'hui entre votre entreprise et votre cible. Attention à ce que cette confiance n'en devienne pas une méfiance. C'est ce que souligne Stéphanie Hérault dans son ouvrage *Responsabilité Sociale de l'Entreprise et Publicité*⁴³. La méfiance peut être perçue par le consommateur lorsqu'une entreprise commet au moins un des 7 péchés du greenwashing⁴⁴ : selon Green IT⁴⁵, depuis 2009 le nombre de produits dits écologique a augmenté de 73% alors que dans 95% des cas le greenwashing est utilisé afin de faire vendre le produit.

Un article de Green IT⁴⁶ explique que la pratique du greenwashing peut avoir des conséquences irrévocables. L'étude récente *État des lieux et perspectives du Green Marketing* de Quintess démontre que 78% des consommateurs ne font pas confiance aux discours environnementaux des entreprises. 80% estiment que le terme *développement durable* est galvaudé et que les entreprises communiquent de façon incohérente sur ces sujets. Ceci entraîne que 75% des consommateurs ont une opinion détestable de ces entreprises pratiquant le greenwashing.

La transparence est le meilleur outil de communication durable. Elle est le 3ème critère d'achat (51%), après la meilleure qualité (60%), et un prix similaire (71%) ; d'après une étude de l'agence française Comeen, relayée par DigitalCorner⁴⁷. Cette étude indique que les clients préfèrent acheter vos produits ou vos services s'il savent que votre entreprise s'inquiète de

son impact sur l'environnement et vont même dépenser jusqu'à 20% de plus pour un produit écologique.

De plus, selon un sondage Ipsos⁴⁸, 80% des consommateurs français regardent l'origine d'un produit avant de l'acheter, et 1 français sur 2 se renseigne sur Internet avant d'acheter un produit en magasin. Afin d'appuyer ces statistiques, l'agence Comeen affirme que 85% des consommateurs français ont déjà réalisé un achat supportant une cause, 78% ont déjà acheté un produit avec un atout environnemental. Plus de 90 % des consommateurs pensent que les marques ont aujourd'hui un rôle important à jouer dans la protection de l'environnement et de protection de la biodiversité.

D'après l'étude de l'observatoire de l'authenticité de Makheia, les Français sont de moins en moins nombreux à adhérer aux argumentations des entreprises. Pour remédier à cette situation, les marques sont dans l'obligation de communiquer plus proche des consommateurs. Selon Florence Touzé, professeur à Audencia Group et co-titulaire de la chaire RSE, il faut absolument attendre des avancées concrètes avant de communiquer. Exposer ses défauts d'emblée permet de faire baisser le niveau d'attente des consommateurs. Toutes ces paroles sont recueillies sur l'article Internet réalisé par L'équation de la confiance par Deloitte⁴⁹.

Pour terminer cette partie, voici une citation, écrite par Christophe Toutin, Directeur Marketing et Communication chez Carglass⁵⁰ :
« Nous désirons entretenir une relation simple, directe, franche, sincère, et surtout, ne pas faire de promesses intenable : On fait ce que l'on dit et on dit ce que l'on fait, et nous appliquons cette culture de la responsabilisation à nos collaborateurs en interne. »

Conclusion

J'achève cette synthèse sur une parole inspirante de Margareth Mead⁵¹, anthropologue américaine, qui mène à la réflexion :

« Ne doutez jamais qu'un petit groupe d'individus conscients et engagés puisse changer le monde. C'est même de cette façon que cela s'est toujours produit. »

⁴² We Are Social, *Global Digital Report 2018*. ⁴³ Stéphanie Hérault, *Responsabilité Sociale de l'Entreprise et Publicité*, 2012. ⁴⁴ Green IT, *Les 7 péchés du GreenWashing appliqués aux Technologies de l'Information*, 2010. ⁴⁵ Green IT, *95% de greenwashing dans les rayons*, 2011. ⁴⁶ Green IT, *Greenwashing : les français ne croient plus au développement durable*, 2009. ⁴⁷ DigitalCorner, *Le digital au service du développement durable des entreprises*, 2015. ⁴⁸ Ipsos, *Les Français sont très attentifs à l'origine de leurs aliments*, 1998. ⁴⁹ L'équation de la confiance par Deloitte, *Transparence, sincérité : les nouveaux défis de la communication d'entreprise*, 2018. ⁵⁰ Christophe Toutin, Article Internet de l'ADN, *Stopper la pollution numérique : le prochain enjeu des entreprises ?*, 2018.

⁵¹ Margareth Mead, Anthropologue, Relayé par Philippe Callot, Livre, *Les pionniers de l'écolabellisation en hôtellerie : une vision responsable, levier d'un changement durable*, 2011.

6.

RECOMMANDATIONS

Événements à ne pas louper

Premier rendez-vous incontournable de l'actualité des acteurs du changement : ChangeNOW, le forum des innovateurs qui changent le monde qui aura lieu ce 28 et 29 septembre. Il vous est possible de rencontrer tous les entrepreneurs, innovateurs et acteurs du changement. Vous pouvez acheter votre e-billet ici ¹.

À ces mêmes dates il y aura aussi le LH Positive Economy Forum. Pour sa 7ème édition, le Positive Economy ² Forum met l'accent sur le rôle des villes et des territoires dans la transition écologique et positive avec deux journées de sensibilisation et de débats autour des enjeux écologiques.

Il est possible de participer à Ethic by Design ³, qui est la principale conférence française dédiée à la conception numérique responsable et sociale. Elle se déroule du 1^{er} au 2 octobre à Paris, à la Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord. Pour s'inscrire, il suffit de réserver son e-billet.

Autre rendez-vous incontournable : la conférence DayOne ⁴ qui aura lieu à Monaco du 28 au 30 novembre 2018. Au programme : questions de confiance et de transparence à l'ère des réseaux sociaux, les grands enjeux environnementaux, vers une transition digitale plus durable.

Formations

L'agence Comeen propose une formation RSE d'une journée aux entreprises dans le besoin ⁵.

Concours

Je vous invite à participer au concours national Prix Entreprises et Environnement ⁶, organisé par le ministère de l'environnement et l'ADEME. Il est malheureusement trop tard pour s'y inscrire cette année : mettez toutes vos éco-chances pour pouvoir vous y inscrire concrètement dès l'année prochaine !

¹ ChangeNOW, www.changenow-summit.com/tickets2018. ² Positive Economy, positiveplanet.ngo/inscription. ³ Ethic by Design, ethicsbydesign.fr

⁴ DayOne, www.dayone-event.com. ⁵ Agence Comeen, www.comeen.com. ⁶ Prix Entreprises et Environnement, www.ecologique-solidaire.gouv.fr/prix-entreprises-et-environnement.

7.

CONCLUSION

74

LA MÉTHODE RADICALE : PAS UNE DÉCROISSANCE, UNE RECROISSANCE.

J'ai eu l'opportunité et le plaisir d'interviewer Frédéric Bordage, créateur de Green IT et du livre Éco-conception web les 115 bonnes pratiques. Soucieux de l'avenir de sa fille et de tous les enfants du Monde, Frédéric Bordage affirme qu'il faut dès aujourd'hui changer radicalement de méthode en entreprise présente sur le web.

Il en existe plusieurs, à savoir la méthode radicale, et la méthode petits pas par petits pas. La radicale est trop à contre courant du monde actuel. Bien que la société actuelle a conscience de la surconsommation et du réchauffement climatique, la majorité des entreprises ne peuvent pas concevoir l'application de cette méthode.

Penser radical est souvent vécu comme étant un signe de décroissance de l'entreprise. La décroissance fait peur, il faut plutôt parler de recroissance, c'est-à-dire changer de modèle rapidement, et se poser les bonnes questions. Est-ce que le système économique actuel intégré au sein de mon entreprise est le bon ?

PENSER ÉCO-CONCEPTION AVANT ACTION.

Il faut penser la conception d'un projet en évaluant les fonctionnalités réellement nécessaires avant de passer au développement. Il faut même penser à l'éco-conception dès le début auquel cas le produit/service est un projet à court terme, et va donc mourir rapidement.

En vue d'avoir un concept viable à long terme, il faut penser à la règle des trois P. Planet = écologie. People = transparence, respect de la vie privée, accessibilité, éthique. Profit : bénéfices. Ces trois P sont indissociables.

LESS IS MORE ET STRUCTURE CLAIRE

Comme le disait le célèbre architecte Ludwig Mies van der Rohe : « Less is More » et « structure claire ».

Ces expressions, utilisé par ce grand architecte du Bauhaus et Style International transmettent deux états d'esprits : la sobriété et l'accessibilité.

Pour changer les mentalités, il faut montrer des exemples concrets à la société : Google et Trainline utilisent à merveille la sobriété numérique et l'accessibilité.

POUR UNE SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE, ÉVITER LE GRAS NUMÉRIQUE.

La sobriété et l'accessibilité numérique sont fondamentales et vitales pour une entreprise digitale. Le développement sur mesure. Une entreprise doit penser au cycle de vie complet, et non sur le court terme.

Dans les pays émergents, les *progressive apps* sont la solution : on y repense totalement la conception afin d'en réaliser une moins énergivore. Plus c'est simple, mieux ça fonctionne, et moins c'est énergivore.

UN SERVICE SIMPLE, UNE TRANSPARENCE SIMPLE.

La transparence est fondamentale. Et c'est plus facile d'être transparent quand on propose un produit ou un service simple et ainsi de diffuser publiquement le chiffre d'affaire de l'entreprise en temps réel, la rémunération individuelle de vos salariés, la répartition du capital dans l'entreprise ainsi que l'équation qui donne droit à une entrée au capital, la manière dont est utilisé l'argent collecté suite à une souscription à un service, ainsi que les conversations e-mails de l'intégralité de l'entreprise.

75

ÉCOLOGIE RIME AVEC ÉCONOMIE

Il est parfois pensé que devenir éco-responsable est synonyme de coûts, alors que c'est en devenant une entreprise digitale écologique que l'on réalise des économies. C'est en pensant aux priorités et en réalisant des dépenses réfléchies que nous nous satisfaisons du nécessaire.

SI C'ÉTAIT À REFAIRE, JE LE REFERAIS

Dans ce Mémoire, nous avons vu que la présence digitale a un important impact écologique sur la planète. Nous avons observé que communiquer transparent en interne comme en externe apporte une bonne image de marque et une excellente e-réputation à l'entreprise. Nous avons démontré que les prospects, clients, collaborateurs, chaîne d'approvisionnement se sentent concernés par l'éco-responsabilité et sont conscients du réchauffement climatique et de la surconsommation. Nous avons vu que devenir une entreprise éco-responsable n'est pas un investissement financier mais plutôt un engagement, une croissance, et l'acquisition de nouvelles compétences. Nous avons informé sur la méthode de marketing fallacieuse qu'est le greenwashing. Nous avons témoigné qu'il faut penser conception avant réalisation. Nous avons vu comment naviguer sur le web et comment limiter son impact sur le Cloud. Enfin, nous avons vu de nombreux éco-gestes à adopter dès aujourd'hui.

Écrire ce Mémoire de fin d'étude m'a beaucoup appris sur les éco-gestes à adopter en entreprise présente sur le web. Ce que j'en retiens le plus, ce ne sont pas ces gestes. Ce sont les paroles des personnes que j'ai pu écouter pendant mon mémoire, à savoir celles de Cyril Dion, Frédéric Bordage, Thomas Parouty. Ils m'ont ouvert l'esprit sur comment éco-penser. Pas sur comment faire, mais sur comment penser. Chacun d'eux m'a ouvert l'esprit sur l'écologie, l'environnement, l'effondrement mondial, le jour du dépassement mondial, et tant d'autres termes. Ce ne sont pas des termes,

ce sont des réalités. Des réalités omniprésentes dans la presse, dans les médias, autour de nous, et bientôt chez nous.

Si je devais réécrire ce mémoire, je l'axerais sur l'éco-penser.

1. Bibliographie

LES INDISPENSABLES

Livres

Frédéric BORDAGE. *Eco-conception web / les 115 bonnes pratiques : Doper son site et réduire son empreinte écologique.*
Eyrolles, 2015 (2ème édition), 168 pages.

Sihem DEKHILI, Mohamed AKLI ACHABOU. *La course des entreprises vers la certification environnementale : quelles conséquences sur la crédibilité des écolabels et la confiance des consommateurs ?*
Management Prospective Edition, 2011/1 (n° 41), 482 pages.

Yonnel POIVRE-LE LOHÉ. *De la publicité à la communication responsable.*
CHARLES LEOPOLD MAYER, 2014, 150 pages.

Thierry LIBAERT. *La communication environnementale.*
Cnrs, 2016, 263 pages.

Revue

Corinne GENDRON, René AUDET. *L'entreprise responsable dans la transition écologique.*
ESKA, 2011/2 (Vol. 6), 64 pages.

Christophe B. STAMM. *La transition écologique avait lieu... Une prospective sociologique pour élargir la discussion sur la responsabilité des entreprises.*
ESKA, 2015/2 (Vol. 10), 96 pages.

POUR ALLER PLUS LOIN

Livres

Isabelle DELANNOY. *Une économie symbiotique.*

Actes Sud Editions, 2017, 337 pages.

Pablo SERVIGNE, Raphaël STEVENS. *Comment tout peut s'effondrer. Petit manuel de collapsologie à l'usage des générations présentes.*

Le Seuil, 2015, 304 pages.

Jared DIAMOND, Jean-Luc FIDEL. *Effondrement : Comment les sociétés décident de leur disparition ou de leur survie.*

Folio , 2009, 896 pages.

2. Références

INTRODUCTION

¹ WWF, Article Internet, *Le jour du Dépassement Mondial 2017.*
www.wwf.fr/overshoot-day-2017

² Le Monde, Article Internet, *Depuis aujourd'hui, l'humanité vit à crédit,* 2017.
https://www.lemonde.fr/planete/article/2017/08/01/a-compter-du-2-aout-l-humanite-vit-a-credit_5167232_3244.html

³ Statista, Article Internet, *Internet : 54 % de la population mondiale est connectée,* 2018.
fr.statista.com/infographie/13733/internet--54--de-la-population-mondiale-est-connectee

⁴ We Are Social, Article Internet, Nathan Blaison, *Global Digital Report 2018.*
wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018

⁵ Université de Dresde, *PDF.*
https://tu-dresden.de/bu/verkehr/ivs/ressourcen/dateien/vip/Zukunft_des_Verkehrs/Zukunft_von_Mobilitaet_und_Verkehr_Kurz.pdf

POURQUOI DEVENIR UNE ENTREPRISE ÉCO-RESPONSABLE

¹ COP 21, Conférence de Paris sur les changements climatiques, 2015.
www.gouvernement.fr/action/la-cop-21

² Sciences Pour Tous, Article Internet, *Le numérique écologique, c'est possible ?,* 2015.
sciencespourtous.univ-lyon1.fr/numerique-ecologique-cest-possible

³ Green IT, Article Internet, *Quelle est l'empreinte environnementale du web ?,* 2015.
www.greenit.fr/2015/05/12/quelle-est-l-empreinte-environnementale-du-web

⁴ Agence Mieux, Agence conseil en communication, Paris.
mieux.com

⁵ No Impact Week, Mouvement de sensibilisation au développement durable dans les entreprises, Paris.
noimpactweek.com

⁶ L'Express, *E-réputation : comment soigner votre image de marque sur internet,* 2011.
lentreprise.lexpress.fr/marketing-vente/promotion-communication/e-reputation-comment-soigner-votre-image-de-marque-sur-internet_1513470.html

⁷ Cone Communication, Article Internet, *2017 Cone Communications CSR Study*, 2017.
www.conecomm.com/research-blog/2017-csr-study

⁸ Ethicity-Greenflex, Communiqué de presse, *LA RUPTURE, C'EST NOUS !*, 2016.
www.greenflex.com/wp-content/uploads/2016/11/CP_GreenFlex-Etude-Ethicity-VF.pdf

⁹ Ipsos, Article Internet, *Les Français sont très attentifs à l'origine de leurs aliments*, 1998.
www.ipsos.com/fr-fr/les-francais-sont-tres-attentifs-lorigine-de-leurs-aliments

¹⁰ Agence Comeen, Consultant en informatique à Paris, *Parties Prenantes : Pourquoi intégrer le Digital dans la stratégie RSE des entreprises ?*, 2013.
fr.slideshare.net/eRSEnet/parties-prenantes-pourquoi-intgrer-le-digital-dans-la-stratgie-rse-des-entreprises

¹¹ Agence Comeen, Consultant en informatique à Paris, *Parties Prenantes : Pourquoi intégrer le Digital dans la stratégie RSE des entreprises ?*, 2013.
fr.slideshare.net/eRSEnet/parties-prenantes-pourquoi-intgrer-le-digital-dans-la-stratgie-rse-des-entreprises

¹² Digital Corner, Article Internet, *COP21 : Le digital au service du développement durable des entreprises ?*, 2018.
www.digitalcorner-wavestone.com/2015/12/digital-service-developpement-durable-entreprises

¹³ Digital Corner, Article Internet, *COP21 : Le digital au service du développement durable des entreprises ?*, 2018.
www.digitalcorner-wavestone.com/2015/12/digital-service-developpement-durable-entreprises

¹⁴ Small Business Act, Article Internet, *Comment se différencier de la concurrence ? 8 Astuces utiles*, 2017.
www.smallbusinessact.com/blog/demarquer-differencier-concurrence/

¹⁵ Axellescom, Article Internet, *7 Raisons de passer le cap de l'entreprise éco-responsable*, 2018.
www.axellescom.com/blog/7-raisons-de-passer-le-cap-de-lentreprise-eco-responsable

¹⁶ ADEME, Fabrice Boissier relayé par Positivr, Article Internet, *Réchauffement climatique : voici comment se passer des climatiseurs*, 2018.
positivr.fr/fabrice-boissier-ademe-rechauffement-climatique

¹⁷ HSBC, Article Internet, *Développement durable*, 2018.
www.about.hsbc.fr/fr-fr/our-company/sustainability

¹⁸ Generali, Article Internet, *Soutenir ceux qui agissent pour l'avenir*, 2018.
institutionnel.generalif.fr/envers-la-societe

¹⁹ Recyclage Informatique Net par Green IT, *Annuaire des prestataires de collecte, de re-conditionnement et de traitement des déchets informatiques (DEEE)*, 2018.
www.recyclage-informatique.net

²⁰ Enzynov, Article Internet, *Passer au zéro déchet, c'est possible*, 2018.
https://www.enzynov.fr/blog/entreprises-passer-au-zero-dechet-c-est-possible

²¹ Feuille de Pierre, Site Internet, *Passez en mode minéral*, 2018.
www.feuilledepierre.fr

COMMENT DEVENIR UNE ENTREPRISE ÉCO-RESPONSABLE

¹ ADEME, Article Internet, *ÉCO-COMMUNICATION : MOBILISER LES ACTEURS*, 2016.
eco-communication.ademe.fr/eco-communiquer-en-3-points-cles/eco-communication-mobiliser-les-acteurs/engager-lequipe-deco

² Élan des Talents, Étude Cone Communication, Article Internet, *RSE : un vent de mobilisation et de bien-être sur l'entreprise !*, 2018.
elandestalents.com/mieux-collaborer/rse-mobilisation-bien-etre-entreprise

³ E-RSE, Article Internet, *100 actions et bonnes pratiques RSE à mettre en place en entreprise*, 2016.
e-rse.net/100-actions-bonnes-pratiques-entreprise-rse-exemple-24468

⁴ E-RSE, Article Internet, *Les conditions indispensables pour mobiliser ses collaborateurs autour de la RSE*, 2017.
e-rse.net/conditions-indispensables-mobiliser-collaborateurs-rse-des-enjeux-et-des-hommes-25211/#gs.jZP_g4s

⁵ E-RSE, Article Internet, *Génération Millenium : une Nouvelle Vision du Travail et de la RSE*, 2015.
e-rse.net/generation-y-millennium-travail-rse-changement-17392

⁶ E-RSE, Étude Cone Communication, Article Internet, *Pour engager vos salariés, investissez dans la RSE*, 2016.
e-rse.net/engagement-salaries-rse-communication-20307

⁷ ISO, Article Internet, *ISO 26000 – Responsabilité sociétale*, 2018.
www.iso.org/fr/iso-26000-social-responsibility.html

⁸ Label Lucie, 2018.
www.labellucie.com

⁹ Label AFAQ 26000, 2018.
certification.afnor.org/developpement-durable-rse

¹⁰ ISO 14001, Article Internet, *Ressources sur la norme iso14001*, 2018.
www.iso14001.fr

¹¹ Définition Marketing, Article Internet, *Définition : Greenwashing*, 2017.
www.definitions-marketing.com/definition/greenwashing

¹² The Conversation, Article Internet, *Protéger les consommateurs du « greenwashing » subliminal*, 2016.
theconversation.com/protéger-les-consommateurs-du-greenwashing-subliminal-69083

¹³ Green IT, Article Internet, *Les 7 péchés du GreenWashing appliqués aux Technologies de l'Information*, 2010.
www.greenit.fr/2010/02/16/les-7-peches-du-greenwashing-appliques-aux-technologies-de-l-information

¹⁴ Green IT, Article Internet, *95% de greenwashing dans les rayons*, 2011.
www.greenit.fr/2011/03/21/95-de-greenwashing-dans-les-rayons

¹⁵ Quintess, Site Internet, 2018.
www.quintess.fr

¹⁶ Ecolabels, Article Internet, *À quoi sert-il ?*, 2018.

www.ecolabels.fr/fr/layout/set/print/l-ecolabel-europeen-qu-est-ce-que-c-est-a-quoi-sert-il

¹⁷ Christophe Toutin, Relayé par l'ADN, Article Internet, *Stopper la pollution numérique : le prochain enjeu des entreprises ?*, 2018.

www.ladn.eu/entreprises-innovantes/green/stopper-la-pollution-numerique-le-prochain-enjeu-des-entreprises

¹⁸ ONU, Rapport, *Greening the Building Supply Chain*, 2014.

www.unenvironment.org/sbci/pdfs/greening_the_supply_chain_report.pdf

¹⁹ E-RSE, Article Internet, *Une supply chain plus verte, une priorité pour la RSE des grandes entreprises.*, 2015.

e-rse.net/une-supply-chain-plus-verte-une-priorite-pour-la-rse-des-grandes-entreprises-12055

²⁰ Comeen, Relayé par Influencia, Article Internet, *Les marques tentent de coller aux attentes éco-responsables des millennials*, 2018.

www.influencia.net/fr/actualites/in,golden-club,marques-tendent-coller-aux-attentes-eco-responsables-millennials,8102.html

²¹ Frédéric Bordage, Livre, *Éco-conception web : les 115 bonnes pratiques*, 2015.

eco-communication.ademe.fr/sites/default/files/les-115-bonnes-pratiques-ecoconception-web-frederic-bordage.pdf

²² Zdnet, Article Internet, *12 bonnes pratiques pour faire un site web écologique*, 2015.

www.zdnet.fr/actualites/12-bonnes-pratiques-pour-faire-un-site-web-ecologique-39824940.htm

²³ ADEME, Article Internet, *Site Internet et blog : les bonnes pratiques*, 2016.

eco-communication.ademe.fr/digital-eco-responsable/site-internet-et-blog-les-bonnes-pratiques

²⁴ Frédéric Bordage, Relayé par L'Infodurable, Article Internet, *Le green code : mieux coder pour moins polluer*, 2017.

www.linfordurable.fr/technomedias/pollution-numerique-quand-le-code-informatique-devient-ecologique-779

²⁵ Eco Conception Be, Article Internet, *Développeurs: minimiser l'impact des sites web/logiciels/applications*, 2018.

eco-conception.be/fr/page/developpeur_minimiser_limpact_des_sites_web_logiciels_applications.html

²⁶ L'Infodurable, Article Internet, *Le green code : mieux coder pour moins polluer*, 2017.

www.linfordurable.fr/technomedias/pollution-numerique-quand-le-code-informatique-devient-ecologique-779

²⁷ ActuEnvironnement, Article Internet, *Le site web que vous êtes en train de lire est-il «écologique» ?*, 2014.

www.actu-environnement.com/ae/news/site-web-empreinte-consommation-energie-green-code-lab-wea-22139.php4

²⁸ GreenCodeLab, Site Internet, *Pour un développement logiciel plus durable et plus responsable*, 2014.

www.greencodelab.org

²⁹ Econom, Article Internet, *Green IT: the importance of hardware and software ecodesign*, 2013.

<https://blog.econom.com/en/blog/green-it-the-importance-of-hardware-and-software-ecodesign>

³⁰ ActuEnvironnement, Article Internet, *Le site web que vous êtes en train de lire est-il «écologique» ?*, 2014.

www.actu-environnement.com/ae/news/site-web-empreinte-consommation-energie-green-code-lab-wea-22139.php4

³¹ Zdnet, Article Internet, *12 bonnes pratiques pour faire un site web écologique*, 2015.

www.zdnet.fr/actualites/12-bonnes-pratiques-pour-faire-un-site-web-ecologique-39824940.htm

³² ActuEnvironnement, Article Internet, *Le site web que vous êtes en train de lire est-il «écologique» ?*, 2014.

www.actu-environnement.com/ae/news/site-web-empreinte-consommation-energie-green-code-lab-wea-22139.php4

³³ Zdnet, Article Internet, *12 bonnes pratiques pour faire un site web écologique*, 2015.

www.zdnet.fr/actualites/12-bonnes-pratiques-pour-faire-un-site-web-ecologique-39824940.htm

³⁴ ADEME, Article Internet, *Site Internet et blog : les bonnes pratiques*, 2016.

eco-communication.ademe.fr/digital-eco-responsable/site-internet-et-blog-les-bonnes-pratiques

³⁵ ISO14001, Article Internet, *Ressources sur la norme iso14001*, 2018.

www.iso14001.fr

³⁶ ISO, Article Internet, *ISO 50001 – Management de l'énergie*, 2018.

www.iso.org/fr/iso-50001-energy-management.html

³⁷ We Are Social, Article Internet, Nathan Blaison, *Global Digital Report 2018*.

wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018

³⁸ BDM, Article Internet, *Chiffres Google – 2018*.

www.blogdumoderateur.com/chiffres-google

³⁹ L'ADN, Top 5 des moteurs de recherche solidaires, 2018.

www.ladn.eu/entreprises-innovantes/ux-et-experience-clients/organismes-humanitaires-top-5-des-moteurs-de-recherche-engages

⁴⁰ Ecosia, Moteur de recherche, 2018.

www.ecosia.org

⁴¹ Lilo, Moteur de recherche, 2018.

www.lilo.org/fr

⁴² Sciences Pour Tous, Article Internet, *Le numérique écologique, c'est possible ?*, 2015.

sciencespourtous.univ-lyon1.fr/numerique-ecologique-cest-possible

⁴³ Green IT, Article Internet, *Internet mobile : la 4G est-elle une abomination énergétique ?*, 2016.

www.greenit.fr/2016/03/15/internet-mobile-la-4g-est-elle-une-abomination-energetique

⁴⁴ Echo Science Grenoble, Article Internet, *Big Data : le coût énergétique de nos données*, 2018.

www.echosciences-grenoble.fr/communautes/cafe-sciences-et-citoyens-de-l-agglomeration-grenobloise/articles/big-data-le-cout-energetique-de-nos-donnees

⁴⁵ Green IT, Article Internet, *Numerique et environnement : en finir avec les idées reçues 2/3*, 2016.

<https://www.greenit.fr/2016/01/28/numerique-et-environnement-en-finir-avec-les-idees-recues-2-3>

- ⁴⁶ Sciences Pour Tous, Article Internet, Le numérique écologique, c'est possible ?, 2015.
sciencespourtous.univ-lyon1.fr/numerique-ecologique-cest-possible
- ⁴⁷ Carbone 4, Étude, Relayé par Image Conseil, Article Internet, *Effacer ses e-mails : un geste eco-citoyen ?*, 2016.
www.image-conseil.fr/blog/effacer-ses-e-mails-un-geste-eco-citoyen.html
- ⁴⁸ Cleanfox, Site Internet, *Nettoyez votre boîte mail, Plantez des arbres !*, 2018.
www.cleanfox.io
- ⁴⁹ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017.
https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-pratique-face-cachee-numerique.pdf
- ⁵⁰ Ecomail, Boîte de messagerie, *L'informatique au service de l'écologie*, 2018.
www.ecomail.fr
- ⁵³ E-RSE, Article Internet, *Télétravail : l'Avenir des Entreprises Responsables et Performantes ?*, 2015.
e-rse.net/teletravail-performance-entreprises-responsables-environnement-14981
- ⁵⁴ L'Usine Digitale, Article Internet, *Le télétravail : une réponse aux défis écologiques et sociétaux*, 2015.
www.usine-digitale.fr/article/le-teletravail-une-reponse-aux-defis-ecologiques-et-societaux.N321119
- ⁵⁵ Université de Standford, Relayé par BenefitsNews, Article Internet, *Even in a blizzard, teleworking offers higher productivity, employee engagement*, 2015.
www.benefitnews.com/news/even-in-a-blizzard-teleworking-offers-higher-productivity-employee-engagement
- ⁵⁶ ADEME, Article Internet, *Le plan de mobilité, qu'est-ce que c'est ?*, 2018.
www.ademe.fr/entreprises-monde-agricole/reduire-impacts/optimiser-mobilite-salaries/dossier/plan-mobilite/plan-mobilite-quest-cest
- ⁵⁷ ADEME, Article Internet, *Les 10 conseils pour une attitude éco-responsable en entreprise*, 2018.
www.fournisseur-energie.com/10-conseils-attitude-eco-responsable-entreprise
- ⁵⁸ E-RSE, Article Internet, *Réduire l'Impact de ses Déplacements en Entreprise*, 2016.
e-rse.net/reduire-impact-deplacements-entreprise-pde-17839
- ⁵⁹ The City Factory, Article Internet, *(dé)mobilité, des mobilités : l'expérience néerlandaise des «Smart work centers»*, 2013.
www.thecityfactory.com/fabrique-de-la-cite/site/en/focus/pages/demobilite_des_mobilites_l_experience_neerlandaise_des_smart_work_centers.htm
- ⁶⁰ ADEME, Article Internet, *Digital : bonnes pratiques individuelles*, 2016.
eco-communication.ademe.fr/digital-eco-responsable/tic-et-eco-communicant/digital-bonnes-pratiques-individuelles
- ⁶¹ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017.
www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-pratique-face-cachee-numerique.pdf
- ⁶² Label Energy Star, Article Internet, *Label Energy Star*, 2018.
www.vedura.fr/guide/ecolabel/energy-star

- ⁶³ Certification 80 Plus, Article Internet, *80Plus Platinum : un éco-label toujours plus exigeant*, 2009.
www.greenit.fr/2009/12/10/80plus-platinum-un-eco-label-toujours-plus-exigeant
- ⁶⁴ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017.
www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-pratique-face-cachee-numerique.pdf
- ⁶⁵ ADEME, Article Internet, *Digital : bonnes pratiques individuelles*, 2016.
eco-communication.ademe.fr/digital-eco-responsable/tic-et-eco-communicant/digital-bonnes-pratiques-individuelles
- ⁶⁶ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017.
www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-pratique-face-cachee-numerique.pdf
- ⁶⁷ E-dechet, Site Internet, *Le web au service de l'environnement*, 2018.
www.e-dechet.com
- ⁶⁸ ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017.
www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-pratique-face-cachee-numerique.pdf
- ⁶⁹ Eisenia, Article Internet, *Le papier*, 2018.
www.eisenia.coop/documentation/dechet/le-papier
- ⁷⁰ Digital Solutions, Article Internet, *Ecoimpression : quand économie rime avec écologie*, 2017.
digital-solutions.konicaminolta.fr/ecopression-quand-economie-rime-avec-ecologie
- ⁷¹ Consoglobe, Article Internet, *Consommation mondiale de cartouches d'encre pour imprimantes*, 2018.
www.planetoscope.com/electronique/1286-consommation-mondiale-de-cartouches-d-encre-pour-imprimantes.html
- ⁷² ADEME, Guide pratique, *La face cachée du numérique*, 2017.
www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-pratique-face-cachee-numerique.pdf
- ⁷³ Officie International de l'Eau, Article Internet, *Volume d'eau nécessaire pour fabriquer 1 kg de papier*, 2018.
www.oieau.fr/chiffrecl/volume-deau-necessaire-pour-fabriquer-1-kg-de-papier
- ⁷⁴ Officie International de l'Eau, Article Internet, *Volume d'eau nécessaire pour fabriquer 1 kg de papier*, 2018.
www.oieau.fr/chiffrecl/volume-deau-necessaire-pour-fabriquer-1-kg-de-papier
- ⁷⁵ Label Imprim'Vert, Label, 2018.
www.imprimvert.fr
- ⁷⁶ EcoFont, Typographie, *Start saving ink today*, 2018.
www.ecofont.com
- ⁷⁷ Rymaneco, Typographie, *Alphabet Poster Project*, 2018.
rymaneco.co.uk

⁷⁸ Selectra, Article Internet, *Le nucléaire en France en 2018*.
selectra.info/energie/guides/comprendre/nucleaire

⁷⁹ Green Economy, Article Internet, *Définition : énergie renouvelable ou alternative*, 2018.
https://www.green-economy.fr/definition-energie-renouvelable

⁸⁰ Wikipédia, Article Internet, *Électricité en France*, 2018.
fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89lectricit%C3%A9_en_France

⁸¹ Digital for the Planet, Inès Leonarduzzi, Relayé par l'ADN, Article Internet, *Stopper la pollution numérique : le prochain enjeu des entreprises ?*, 2018.
www.ladn.eu/entreprises-innovantes/green/stopper-la-pollution-numerique-le-prochain-enjeu-des-entreprises

⁸² Greanpeace, Écolo Watt Rapport Complet, *Comparatif écolo des fournisseurs d'électricité*, 2018.
cdn.greenpeace.fr/site/uploads/2017/03/ecolo-watt-rapport-complet.pdf?_ga=2.217231390.987597241.1535070870-642987954.1535070870

⁸³ We Are Social, Article Internet, Nathan Blaison, *Global Digital Report 2018*.
wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018

⁸⁴ Étude de Makheia, Relayé par L'équation de la confiance par Deloitte, Article Internet, *Transparence, sincérité : les nouveaux défis de la communication d'entreprise*, 2018.
equationdelaconfiance.fr/vu-ailleurs/transparence-sincerite-les-nouveaux-defis-de-la-communication-dentreprise

⁸⁵ Green Economy, Article Internet, *Définition : énergie renouvelable ou alternative*, 2018.
e-rse.net/10-initiatives-employeur-entreprise-responsable-11807

⁸⁶ Florence Touzé de Les Echos, Relayée par L'équation de la confiance par Deloitte, Article Internet, *Transparence, sincérité : les nouveaux défis de la communication d'entreprise*, 2018.
equationdelaconfiance.fr/vu-ailleurs/transparence-sincerite-les-nouveaux-defis-de-la-communication-dentreprise

⁸⁷ Ministère de la Transition Écologique et Solidaire, Article Internet, *Les prix entreprises et environnement*, 2018.
https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/prix-entreprises-et-environnement

⁸⁸ Yonnel Poivre-Le Lohé de MIK Partners, Relayé par L'équation de la confiance par Deloitte, Article Internet, *Transparence, sincérité : les nouveaux défis de la communication d'entreprise*, 2018.
equationdelaconfiance.fr/vu-ailleurs/transparence-sincerite-les-nouveaux-defis-de-la-communication-dentreprise

ÉTUDES QUALITATIVES

¹ Green IT, Communauté des acteurs du numérique responsable.
www.greenit.fr

² Collectif Conception Numérique Responsable, Pour une conception responsable des services numériques.
collectif.greenit.fr

³ AACC, Association des Agences-Conseil en Communication.
www.aacc.fr

⁴ Frédéric Bordage, Livre, *Éco conception web, les 115 bonnes pratiques*, 2015 (2^{ème} édition).
www.greenit.fr/2015/09/09/eco-conception-web-les-115-bonnes-pratiques

⁵ Moteur de recherche Yahoo.
fr.yahoo.com

⁶ Moteur de recherche Google.
www.google.fr

⁷ RGAA, Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations.
references.modernisation.gouv.fr/accessibilite-numerique

⁸ Trainline, Vente en ligne de billets de train et de bus en Europe.
www.trainline.eu

⁹ Jared Diamond, Livre, *Effondrement : Comment les sociétés décident de leur disparition ou de leur survie*, 2009.
livre.fnac.com/a2511049/Jared-Diamond-Effondrement

¹⁰ Pablo Servigne et Raphaël Stevens, Livre, *Petit manuel de collapsologie à l'usage des générations présentes*, 2015.
livre.fnac.com/a7938866/Pablo-Servigne-Comment-tout-peut-s-effondrer-Petit-manuel-de-collapsologie-a-l-usage-des-generations-presentes

¹¹ Agence Mieux, Agence conseil en communication, Paris.
mieux.com

¹² Ekibio, Fournisseur de produits alimentaires, Peaugres.

¹³ Véolia, Multinationale française, chef de file mondial des services collectifs, Paris.
www.veolia.com

¹⁴ Vélib Métropole, Système de vélos en libre-service de Paris.
www.velib-metropole.fr

¹⁵ Keolis, Opérateur privé de transport public de voyageurs, engagé pour une mobilité durable et connectée, Paris.
www.keolis.com

¹⁶ No Impact Week, Mouvement de sensibilisation au développement durable dans les entreprises, Paris.
noimpactweek.com

¹⁷ Enercoop, Fournisseur d'électricité 100% renouvelable.
www.enercoop.fr

¹⁸ Bouygues Télécom, Opérateur de télécommunication français.
www.bouyguestelecom.fr

¹⁹ Peas and Love, Ferme urbaine.
www.peasandlove.com

²⁰ Riposte Verte, Association, Pour un bureau responsable.
www.riposteverte.com

REVUE LITTÉRAIRE

¹ Pascal Delorme, Livre, *La transition digitale*, 2017.

livre.fnac.com/a8209252/Pascal-Delorme-La-transformation-digitale

² Jean Pierre Le Cam, Livre, *Pour une approche intégrée de la transformation digitale tirée par le développement business*, 2017.
www.cairn.info/revue-questions-de-management-2017-2-p-61.htm

³ Serge Edouard, Revue Vie et Sciences Économiques, *De l'entreprise virtuelle à l'entreprise écosystémique*, 2017.
www.cairn.info/revue-vie-et-sciences-de-l-entreprise-2009-1-page-27.html

⁴ Céline Pascual Espuny, Livre, *Comment les organisations se saisissent-elles de l'« image verte » ?*, 2008.
journals.openedition.org/communicationorganisation/572

⁵ WWF, Article Internet, *Le jour du Dépassement Mondial 2017*.
www.wwf.fr/overshoot-day-2017

⁶ Statista, Article Internet, *Internet : 54 % de la population mondiale est connectée*, 2018.
fr.statista.com/infographie/13733/internet--54--de-la-population-mondiale-est-connectee

⁷ Green Code Label, *Dossier de presse*, 2015.
alliancegreenit.org/wp-content/uploads/Dossier%20de%20presse%20W2D.pdf

⁸ We Are Social, Article Internet, Nathan Blaison, *Global Digital Report 2018*.
wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018

⁹ Green IT, Article Internet, Frédéric Bordage, *Quelle est l'empreinte environnementale du web ?*, 2015.
www.greenit.fr/2015/05/12/quelle-est-l-empreinte-environnementale-du-web

¹⁰ Thierry Libaert, Livre, *Communication*, 2018.
livre.fnac.com/a11781662/Thierry-Libaert-Communication-L-ouvrage-de-toutes-les-communications

¹¹ Green Code Lab, Site Internet, *Pour un développement logiciel plus durable et plus responsable*, 2018.
www.greencodelab.org

¹² Transition écologique et solidaire, Vidéo YouTube, *Innover en communication responsable*, 2013.
www.youtube.com/watch?time_continue=147&v=5ZOiv-KY1Sk

¹³ Thierry Libaert, Livre, *La communication environnementale*, 2017.
journals.openedition.org/rfsic/2829

¹⁴ Inès Leonarduzzi, Relayé par l'ADN, Article Internet, *Stopper la pollution numérique : le prochain enjeu des entreprises ?*, 2018.
www.ladn.eu/entreprises-innovantes/green/stopper-la-pollution-numerique-le-prochain-enjeu-des-entreprises

¹⁵ Positiv, Article Internet, *Réchauffement climatique : voici comment se passer des climatiseurs*, 2018.
positiv.fr/fabrice-boissier-ademe-rechauffement-climatique

¹⁶ Greenbiz, Article Internet, John Davies, *The state of the sustainability profession*, 2016.
www.greenbiz.com/article/state-sustainability-profession-2016

¹⁷ CGIET, Rapport, Robert Picard, *Bien Vivre grâce au numérique*, 2011.
www.ethique-cancer.fr/sites/www.ethique-cancer.fr/files/file_fields/2015/11/16/rapportbienvivregraceaunumerique.pdf

¹⁸ Dominique Wolton, Relayé dans le livre de Thierry Libaert, *La communication environnementale*, 2017.
journals.openedition.org/rfsic/2829?lang=e

¹⁹ Yvon Pesqueux, Livre, *La responsabilité sociale de l'entreprise : un dialogue sans interlocuteur ?*, 2009.
www.cairn.info/revue-vie-sociale-2009-3-page-137.htm

²⁰ Philippe Callot, Livre, *Les pionniers de l'écobellisation en hôtellerie : une vision responsable, levier d'un changement durable*, 2011.
www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2011-1-page-32.htm

²¹ E-RSE, Article Internet, *RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) : définition – Qu'est-ce que la RSE ?*, 2018.
e-rse.net/definitions/rse-definition

²² E-RSE, Article Internet, *Pour engager vos salariés, investissez dans la RSE*, 2018.
e-rse.net/engagement-salaries-rse-communication-20307

²³ E-RSE, Article Internet, *Une supply chain plus verte, une priorité pour la RSE des grandes entreprises*, 2014.
e-rse.net/une-supply-chain-plus-verte-une-priorite-pour-la-rse-des-grandes-entreprises-12055

²⁴ Frédéric Bordage, Livre, *Éco-conception web : les 115 bonnes pratiques*, 2015.
eco-communication.ademe.fr/sites/default/files/les-115-bonnes-pratiques-ecoconception-web-frederic-bordage.pdf

²⁵ Thierry Leboucq, Article Internet, *Le site web que vous êtes en train de lire est-il «écologique» ?*, 2014.
www.actu-environnement.com/ae/news/site-web-empreinte-consommation-energie-green-code-lab-wea-22139.php4

²⁶ Frédéric Bordage, Livre, *Éco-conception web : les 115 bonnes pratiques*, 2015.
eco-communication.ademe.fr/sites/default/files/les-115-bonnes-pratiques-ecoconception-web-frederic-bordage.pdf

²⁷ Carbone 4, Étude, Relayé par Image Conseil, Article Internet, *Effacer ses e-mails : un geste eco-citoyen ?*, 2016.
www.image-conseil.fr/blog/effacer-ses-e-mails-un-geste-eco-citoyen.html

²⁸ Cleanfox, Site Internet, *Nettoyez votre boîte mail, Plantez des arbres !*, 2018.
www.cleanfox.io

²⁹ ADEME, Guide de lecture, *Consommation énergétique 2015*.
www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-lecture-livre-blanc-consommation-energetique-2015.pdf

³⁰ Consoglobe, *Consommation mondiale de cartouches d'encre pour imprimantes*, 2018.
www.planetoscope.com/electronique/1286-consommation-mondiale-de-cartouches-d-encre-pour-imprimantes.html

³¹ Transition écologique et solidaire, Vidéo YouTube, *Innover en communication responsable*, 2013.
www.youtube.com/watch?time_continue=147&v=5ZOiv-KY1Sk

³² E-RSE, Article Internet, *10 Choses que Tout Employeur Responsable devrait mettre en place dans son Entreprise*, 2015.
e-rse.net/une-supply-chain-plus-verte-une-priorite-pour-la-rse-des-grandes-entreprises-12055

³³ WeDemain, Article Internet, *Comment Amsterdam a réduit ses embouteillages de 20 % grâce au coworking*, 2015.
www.wedemain.fr/Comment-Amsterdam-a-reduit-ses-embouteillages-de-20-grace-au-coworking_a1449.html

³⁴ Cyril Dion interviewé par Clément MONTFORT - Web-Séries Documentaires, Vidéo YouTube, *[NEXT] S01 E10 - CYRIL DION : « L'EFFONDREMENT EST DÉJÀ LÀ »*, 2018.
www.youtube.com/watch?v=Gtw3VfBRzpk

³⁵ L'Express, Article Internet, *E-réputation : comment soigner votre image de marque sur internet*, 2011.
lentreprise.lexpress.fr/marketing-vente/promotion-communication/e-reputation-comment-soigner-votre-image-de-marque-sur-internet_1513470.html

³⁶ Cone Communication, Article Internet, *2017 Cone Communications CSR Study*, 2017.
www.conecomm.com/research-blog/2017-csr-study

³⁷ Ethicity-Greenflex, Communiqué de presse, *LA RUPTURE, C'EST NOUS !*, 2016.
www.greenflex.com/wp-content/uploads/2016/11/CP_GreenFlex-Etude-Ethicity-VF.pdf

³⁸ Influenzia, Article Internet, *Les marques tentent de coller aux attentes éco-responsables des millennials*, 2018.
www.influenzia.net/fr/actualites/in,golden-club,marques-tentent-coller-aux-attentes-eco-responsables-millennials,8102.html

³⁹ Cyril Dion interviewé par Clément MONTFORT - Web-Séries Documentaires, Vidéo YouTube, *[NEXT] S01 E10 - CYRIL DION : « L'EFFONDREMENT EST DÉJÀ LÀ »*, 2018.
www.youtube.com/watch?v=Gtw3VfBRzpk

⁴⁰ Thierry Libaert, Livre, *La communication environnementale*, 2017.
journals.openedition.org/rfsic/2829

⁴¹ Transition écologique et solidaire, Vidéo YouTube, *Innover en communication responsable*, 2013.
www.youtube.com/watch?time_continue=147&v=5ZOiv-KY1Sk

⁴² We Are Social, Article Internet, Nathan Blaison, *Global Digital Report 2018*.
wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018

⁴³ Stéphanie Hérault, Livre, *Responsabilité Sociale de l'Entreprise et Publicité*, 2012.
www.cairn.info/revue-rimhe-2012-1-page-7.htm

⁴⁴ Green IT, Article Internet, *Les 7 péchés du GreenWashing appliqués aux Technologies de l'Information*, 2010.
www.greenit.fr/2010/02/16/les-7-peches-du-greenwashing-appliques-aux-technologies-de-l-information

⁴⁵ Green IT, Article Internet, *95% de greenwashing dans les rayons*, 2011.
www.greenit.fr/2011/03/21/95-de-greenwashing-dans-les-rayons

⁴⁶ Green IT, Article Internet, *Greenwashing : les français ne croient plus au développement durable*, 2009.
www.greenit.fr/2011/03/21/95-de-greenwashing-dans-les-rayons

⁴⁷ DigitalCorner, Article Internet, *Le digital au service du développement durable des entreprises*, 2015.
www.digitalcorner-wavestone.com/2015/12/digital-service-developpement-durable-entreprises

⁴⁸ Ipsos, Article Internet, *Les Français sont très attentifs à l'origine de leurs aliments*, 1998.
www.ipsos.com/fr-fr/les-francais-sont-tres-attentifs-lorigine-de-leurs-aliments

⁴⁹ L'équation de la confiance par Deloitte, Article Internet, *Transparence, sincérité : les nouveaux défis de la communication d'entreprise*, 2018.
equationdelaconfiance.fr/vu-ailleurs/transparence-sincerite-les-nouveaux-defis-de-la-communication-dentreprise

⁵⁰ Christophe Toutin, Relayé par l'ADN, Article Internet, *Stopper la pollution numérique : le prochain enjeu des entreprises ?*, 2018.
www.ladn.eu/entreprises-innovantes/green/stopper-la-pollution-numerique-le-prochain-enjeu-des-entreprises

⁵¹ Margareth Mead, Anthropologue américaine, Relayé par Philippe Callot, Livre, *Les pionniers de l'écolabellisation en hôtellerie : une vision responsable, levier d'un changement durable*, 2011.
www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2011-1-page-32.htm

RECOMMANDATIONS

¹ ChangeNOW, www.changenow-summit.com/tickets2018

² Positive Economy, positiveplanet.ngo/inscription

³ Ethic by Design, ethicsbydesign.fr

⁴ DayOne, www.dayone-event.com

⁵ Agence Comeen, www.comeen.com

⁶ Prix Entreprises et Environnement, www.ecologique-solidaire.gouv.fr/prix-entreprises-et-environnement