



Édito

Initiatives tous azimuts dans le GreenIT

Le terme de « *numérique responsable* » recouvre souvent sur le marché deux réalités : la part positive du numérique dans la transition écologique, qui favorise l'efficacité de nombreux processus, mais aussi les efforts menés par la sphère de l'IT dans son ensemble pour réduire son impact environnemental, ce qui relève plus de la notion de GreenIT. Fin novembre se tiendra à Paris le GreenTech Forum (pour un numérique plus respectueux de l'environnement), premier salon consacré à cette filière du GreenIT et belle illustration de l'ampleur prise par cette démarche visant à minimiser les impacts du numérique. Démarche qui complète des manifestations déjà existantes autour du numérique responsable (notamment the GreenIT Day organisé en octobre par Digital113). De fait, il y a effectivement une prise de conscience du potentiel effet de rebond engendré par le déploiement massif et exponentiel de tous les dispositifs numériques, dans le cloud, l'IOT, les applications mobiles, les sites internet, les réseaux sociaux et bien sûr aussi toutes les équipements et infrastructures. Même si les chiffres publiés ne sont pas tous exactement identiques, on peut estimer que le numérique représente 6,2% de la consommation d'énergie primaire de la France (dont 4% pour Internet) et 3,2% de ses émissions de gaz à effet de serre, et on s'attend à un doublement d'ici 2025. Il y a donc nécessité impérieuse de travailler activement sur l'efficacité énergétique de toute la filière si on veut pouvoir profiter de ses atouts sans grever l'avenir. La bonne nouvelle, c'est qu'au-delà des initiatives collectives telle que l'Alliance GreenIT, l'actualité quotidienne montre que cette orientation est plus que jamais extrêmement dynamique. Il ne s'agit pas d'énumérer toutes les possibilités existantes, mais bien de juste se rendre compte de la densité d'informations et d'annonces sur cette approche de GreenIT. Cisco, acteur mondial des technologies permettant le développement d'Internet vient par exemple de s'engager à ne plus émettre de gaz à effet de serre d'ici 2040 : cet engagement à la neutralité carbone cible l'utilisation des produits, les activités et la chaîne d'approvisionnement, d'autres objectifs devant être fixés pour les sources liées à la production des matériels. Vertiv qui fournit aussi des infrastructures numériques critiques rejoint lui la « *sustainable digital infrastructure alliance* » pour participer à cette transition éco-numérique et Colt, autre acteur des datacenters, cible lui-aussi la neutralité carbone à l'échelle mondiale en 2030.

Mais ce qui est intéressant dans les actualités les plus récentes, ce sont les solutions qui émergent au plus près du terrain. Du côté du diagnostic ou du bilan, on peut ainsi présenter le Suisse Nexthing, spécialiste du pilotage de l'expérience numérique des collaborateurs, qui vient d'annoncer un nouveau module permettant aux équipes informatiques d'identifier et optimiser la consommation énergétique et limiter le gaspillage lié aux pratiques et équipements numériques de l'entreprise. Une démarche de bilan qu'on retrouve aussi avec l'annonce par Bouygues Telecom du lancement d'une application baptisée « *Mon empreinte carbone* » visant à sensibiliser à la sobriété numérique.

Ensuite deuxième étape, il y a pléthore d'outils qui tentent de réduire ou de compenser leurs émissions. A la récente rencontre Green Solutions Days était ainsi présente la société Reebal qui développe une application de messagerie instantanée, indépendante des Gafam mais surtout écoresponsable, réinvestissant la moitié du budget pour replanter des arbres. Kiliba, module d'automation marketing, collabore pour sa part avec AI4Better pour rendre l'emailing plus responsable. L'idée est d'utiliser l'IA et plus particulièrement « *le machine learning* » pour aider à envoyer moins d'email avec des messages ultra-personnalisés et bien ciblés. Campagnes marketing aussi avec la plateforme numérique [Digitaleo](#) qui propose désormais à ses 4000 clients une démarche visant à capter l'équivalent des émissions incompressibles de CO₂ liées à la diffusion de leurs campagnes d'emails. L'entreprise a par ailleurs mis en place des actions concrètes pour rationaliser les communications afin de réduire les émissions de 25% et compenser les 75% restants.

L'écosystème qui est en train de se constituer autour de ces problématiques est donc réel, comme l'illustrent ces quelques annonces toutes récentes. Et le soutien à l'éco-conception numérique, prévue dans les appels à projets de l'Ademe, devrait encore conforter cette tendance qui fait naturellement « *boule de neige* ». Cet été par exemple, Madison Communication était la première agence de communication labellisée « *Numérique responsable* », travaillant pour son compte à réduire son empreinte environnementale numérique, mais souhaitant aussi sensibiliser bénévolement sur le sujet, via une chaîne Podcast « *L'Onde Green* ». Une belle image de cet effet d'essaimage.

