

LA SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE, UN ATOUT POUR SE DIFFÉRENCIER

Imaginé par le collectif French Tech in the Alps, le festival Transfo Numérique poursuit son développement. Au mois de janvier, la Chambre de commerce et d'industrie de la Savoie a pris part à la deuxième édition, en accueillant une conférence sur la sobriété numérique.

En 1969, l'ordinateur embarqué qui a permis au module lunaire d'Apollo 11 de se poser sur la lune développait une puissance de 70 kilo octets. Cinquante ans plus tard, il faut la même puissance pour envoyer un courrier électronique ! En utilisant cette comparaison, Frédéric Bordage, expert numérique, fait mouche. Les participants à la conférence « La sobriété numérique, un atout pour se différencier » ne peuvent que constater la course à la puissance numérique. Mais peu imaginent son impact. « *L'empreinte environnementale des services numériques mondiaux est trois à cinq fois plus élevée que celle de la France. Si le numérique était un pays, il serait le troisième de la planète, après la Chine et les Etats-Unis en termes d'impact. Les data centers et les réseaux ont un impact faible. Contrairement aux idées reçues, l'essentiel de l'empreinte est lié aux utilisateurs. La fabrication du matériel pèse lourd dans le bilan final. Il faut fabriquer moins et utiliser plus longtemps* », affirme Frédéric Bordage.

La tendance n'est pas prête de s'inverser. De plus en plus de personnes ont accès aux outils numériques et à Internet (4 milliards d'individus pour 22 milliards de terminaux en 2018). A la fabrication des appareils, s'ajoute la multiplication des sites internet et des applications.

S'il semble difficile de réduire la puissance, donc la consommation, des logiciels, la notion d'éco-conception des services numériques progresse régulièrement. « *Le progrès a fait que les sites Internet sont de plus en plus graphiques et proposent*

de plus en plus de fonctionnalités. Mais, l'utilisateur se rend, le plus souvent, sur un site pour une seule raison », souligne Frédéric Bordage, en citant l'exemple des sites d'horaires de trains. Dénonçant cette « obésité numérique », il assure que « *la sobriété peut apporter de la valeur ajoutée. L'entreprise donneuse d'ordre qui choisit cette voie tire le marché vers le haut et l'entreprise conceptrice qui s'engage dans cette direction peut se différencier sur le marché* », assure-t-il, soulignant la sobriété du moteur de recherche Google, simple et performant même quand le haut débit n'est pas très développé. ■



Frédéric Bordage.

Fabrice Court :

« C'est bon pour la planète et c'est bon pour les affaires »

Fabrice Court, vous êtes graphiste, créateur de sites Internet à Chambéry. Qu'attendiez-vous de la rencontre proposée par la Chambre de commerce et d'industrie de la Savoie ?

Dans l'annonce de l'événement, le mot « éco-conception » a retenu mon attention. A titre personnel, je suis attiré par cette démarche. Je composte. Je suis « Zéro déchet ». Je n'avais pas d'attente particulière. J'étais curieux, en me disant que si la CCI Savoie m'invitait j'allais apprendre quelque chose. Par la qualité de l'intervention, cette attente a été dépassée.

Que vous a apporté cette présentation ?

Il est possible de s'appuyer sur ce témoignage pour estimer ce qu'il est possible et nécessaire de faire. Il existe d'autres manières de fonctionner et des process à réformer. C'est une question que devraient partager tous les acteurs économiques. Plutôt que cette surenchère de consommation, il faudrait de la « consommation ».

Est-il possible de proposer cette approche à vos clients ?

C'est un esprit qu'il faut proposer. Mais il est difficile de mettre en place cette approche. Selon leur culture, les clients veulent un site qui ressemble aux autres, pas forcément léger, voire ouvertement tape-à-l'œil, avec des animations qui clignotent de partout. Si j'arrive à acquérir ce savoir éco-conceptif, je vais peut-être pouvoir sensibiliser mes clients au fait qu'un site économe, c'est bon pour la planète et c'est bon pour les affaires car il sera plus véloce, plus rapidement consultable et mieux référencé. Je ne sais pas si je pourrai l'appliquer à chaque fois, mais l'esprit sera présent lors de la création de sites ou de contenus.

En termes de business, que peut vous apporter cette manière de travailler ?

Je serais assez tenté par une certification pour que cette démarche fasse partie de mes habitudes de travail et me permette de me différencier.

Renseignements :

Courriel : numerique@savoie.cci.fr
Tél : 04 57 73 73 73
www.greenit.fr