



# Numérique Responsable

Comment embarquer  
votre hiérarchie ?

Décembre 2023

## À PROPOS

Boavizta est une association indépendante et inter-organisations dédiée à l'évaluation des impacts environnementaux du numérique des organisations.

Parmi les différentes activités de Boavizta, le chantier "Arguments de conviction" a pour objet de mettre en lumière les éléments en faveur d'une démarche numérique responsable dans les organisations, qu'ils soient qualitatifs ou quantitatifs.

Ce document est le fruit d'une année de travail, nous espérons qu'il vous apportera des enseignements

L'équipe projet

## TABLE DES MATIÈRES

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| 01   Boavizta : qui sommes-nous ?                 | 4  |
| 02   Impacts du numérique                         | 6  |
| 03   Démarche de notre étude                      | 8  |
| 04   Impulsion d'une démarche NR                  | 10 |
| 05   Les arguments en faveur du NR                | 12 |
| <i>Réglementation</i>                             | 14 |
| <i>ROI financier</i>                              | 16 |
| <i>Différenciation</i>                            | 18 |
| <i>Marque employeur</i>                           | 20 |
| 06   L'évaluation d'impact                        | 22 |
| 07   Fiches par type d'entreprise                 |    |
| <i>Editeurs de logiciel</i>                       | 24 |
| <i>Conseil IT</i>                                 | 26 |
| <i>Grandes Entreprises</i>                        | 28 |
| 08   Contributeurs et organisations participantes | 30 |



## Qui sommes-nous ?

### NOS OBJECTIFS

- Permettre aux **organisations** publiques et privées de réellement **se transformer** et se responsabiliser (de façon choisie ou régulée), et d'aligner leur numérique à une stratégie **compatible avec les limites planétaires**.
- Devenir une **association interprofessionnelle**, dont les communs deviennent des références **internationales**, qui contribuent à accélérer la **réduction des impacts** environnementaux directs et indirects du numérique et à **infléchir les trajectoires** de ces impacts.
- **Matérialiser** l'impact environnemental des transformations numériques grâce à la **création, standardisation et propagation** des **communs** dans une approche systémique, auditable, normalisée, automatisée et autonomisante.

**+250**

Membres bénévoles

**+15**

chantiers

## MISSIONS ET VALEURS

NOUS, CITOYENS ET ACTEURS DU NUMÉRIQUE, SOMMES CONSCIENTS DES RISQUES ET CONSÉQUENCES DU DÉPASSEMENT DES LIMITES PLANÉTAIRES AINSI QUE DU RÔLE ACCÉLÉRATEUR DU NUMÉRIQUE ET DE SES IMPACTS SOCIÉTAUX. NOUS NOUS ENGAGEONS DANS LA RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DU NUMÉRIQUE DES ORGANISATIONS PAR LA CONCEPTION, LE REGROUPEMENT ET LE PARTAGE DE COMMUNS NUMÉRIQUES.



### UNE COMMUNAUTE DE FAISEURS

Au-delà des beaux discours, c'est avec les mains dans le cambouis que nous progressons ensemble. Nous encourageons la prise d'initiative et accueillons favorablement toute volonté visant à améliorer l'évaluation, la compréhension et la réduction des impacts environnementaux liés au numérique. Les efforts entrepris doivent viser à créer des ressources accessibles, utilisables et compréhensible par le plus grand nombre.



### AU SERVICE DE L'INTÉRÊT GÉNÉRAL

Nous agissons pour une cause qui nous dépasse tout en accueillant la diversité des identités et des profils. Nos productions sont ouvertes (open-source, open-data, creative-commons) et bien qu'elles puissent alimenter des initiatives marchandes indirectement, dans le respect des licences, leur objectif est de démocratiser et de systématiser une approche critique et éclairée des technologies.



### L'IMPACT COMME FIL ROUGE

Chez Boavizta, le débat d'idées est courant, nous cherchons à nous appuyer d'arguments solides pour faire émerger une intelligence collective et même quelques prises de conscience !



### OUVERTURE D'ESPRIT & RIGUEUR SCIENTIFIQUE

La volonté d'obtenir des résultats concrets et un impact tangible est sous-jacente à toutes nos actions et interactions. Nous nous rappelons à cet impératif constamment et en toute bienveillance dans nos échanges.

# Impacts du Numérique

## POLLUTION NUMÉRIQUE

### FABRICATION

Une puce de 2g demande à la fabrication 1,6g de pétrole + 32 L d'eau + 700g de gaz fossile + 190g de produits chimiques. Aucun appareil n'est donc anodin. A titre de comparaison, un PC demande **2,5 tonnes de matières premières**.

### UTILISATION

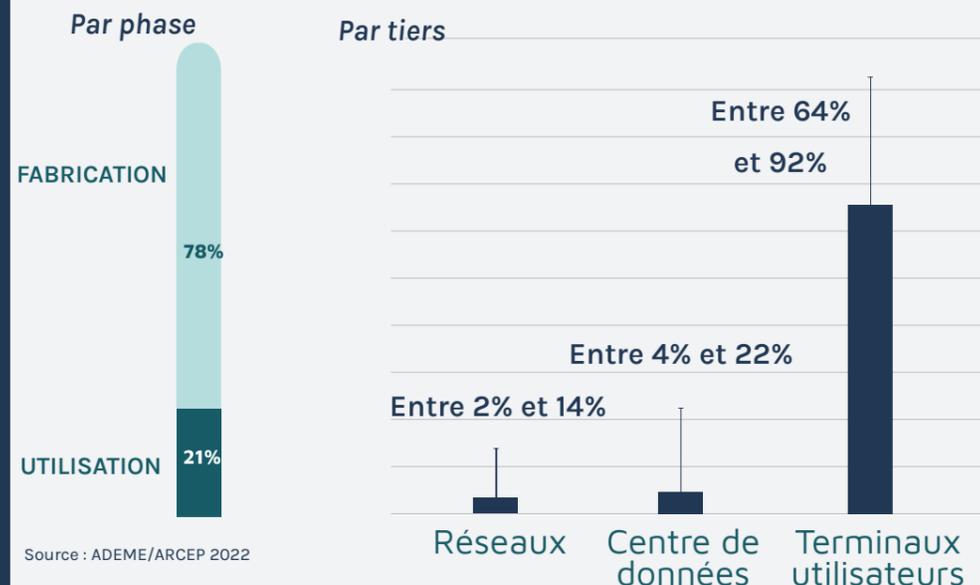
La consommation d'énergie est **omniprésente** tout au long du cycle de vie des appareils. Les centres de données en particulier sont très consommateurs. La totalité des données créées dans le monde fait plus que doubler chaque année. Au final, près de **90% de l'ensemble des données mondiales ont été produites au cours de ces 2 dernières années**.

### RECYCLAGE

57 millions de tonnes par an de déchets numériques dans le monde. **2kg de déchets électroniques par an et par Français**, soit 600 000 tonnes par an en France. Ils sont devenus quasiment non-recyclables à cause de la **miniaturisation** et de la **complexification** constante des composants.

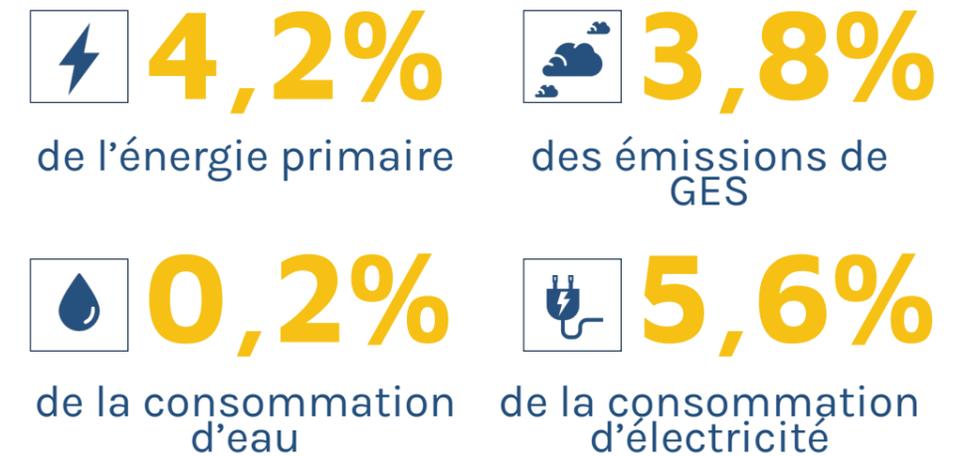
Sources : GreenIT, Radio France, WEEE

## PRINCIPAUX DOMAINES ÉMETTEURS

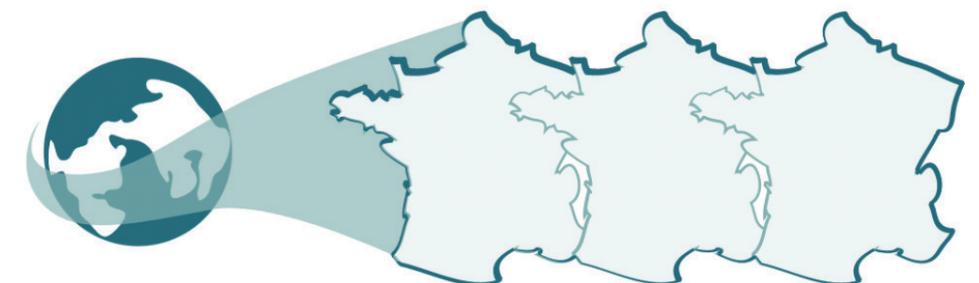


Souvent sous-estimé et même invisible pendant des dizaines d'années, l'impact environnemental du numérique est bien **réel**. Le numérique se classe même parmi les industries **les plus polluantes** de notre planète. L'essor fulgurant des nouvelles technologies associé à la **surconsommation d'équipements** et la production/stockage d'une énorme quantité de **données**, nous amène à un constat alarmant. Pour vous assurer une compréhension des enjeux du Numérique Responsable, voici quelques statistiques de départ.

Quelques statistiques mondiales :



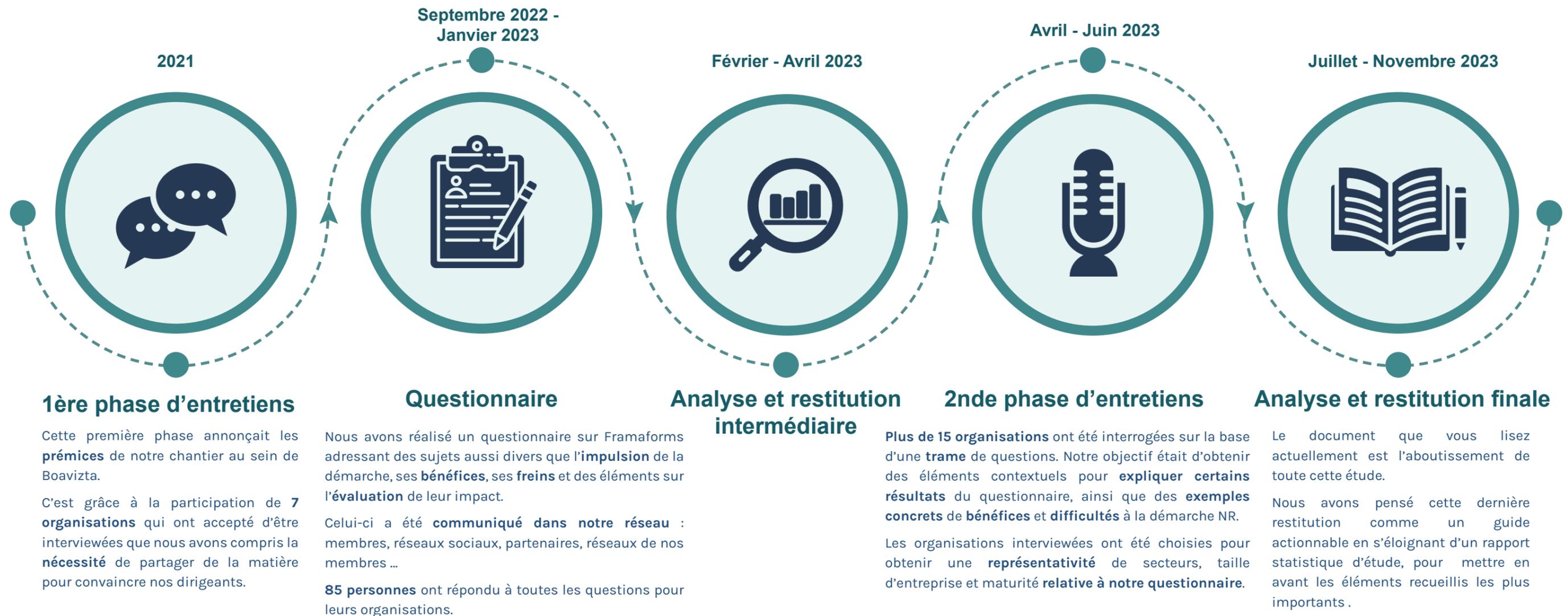
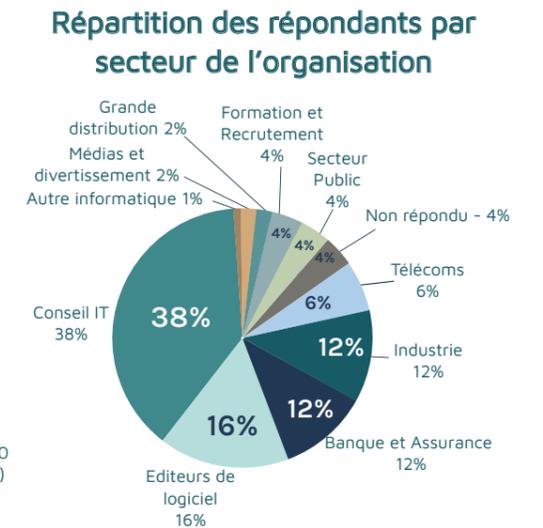
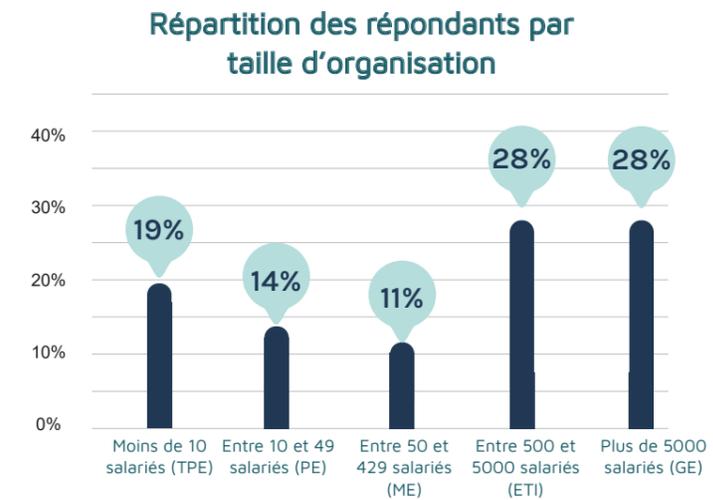
**2 À 3 FOIS LA CONSOMMATION ÉLECTRIQUE DE LA FRANCE**



Source : GreenIT

# Démarche de notre étude

Le chantier "Arguments de convictions" a duré un peu plus d'un an et a rassemblé entre 3 et 12 membres bénévoles de Boavizta chaque semaine.



# Impulsion d'une démarche de Numérique Responsable

Le COMEX ou le Top Management est le seul en mesure de pérenniser une démarche NR au sein d'une organisation. Sans leur **sponsoring**, les motivations et les initiatives s'étiolent. Cependant, les **initiateurs** de cette démarche NR **diffèrent** selon les tailles d'entreprises ou secteurs. Vous retrouverez la précision pour chaque profil à partir de la page 24 de cette étude.

## QUI A DONNÉ L'IMPULSION DE VOTRE DÉMARCHÉ DE NUMÉRIQUE RESPONSABLE ?

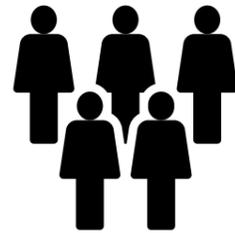
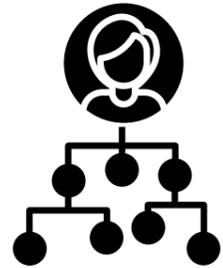
(plusieurs réponses possibles)

47%  
COMEX

22%  
DSI

37%  
Collaborateurs  
de la DSI

33%  
Collaborateurs  
d'autres directions



« Là où cela avance c'est quand le middle management donne son accord pour qu'un collaborateur prenne du temps sur du GREEN IT »

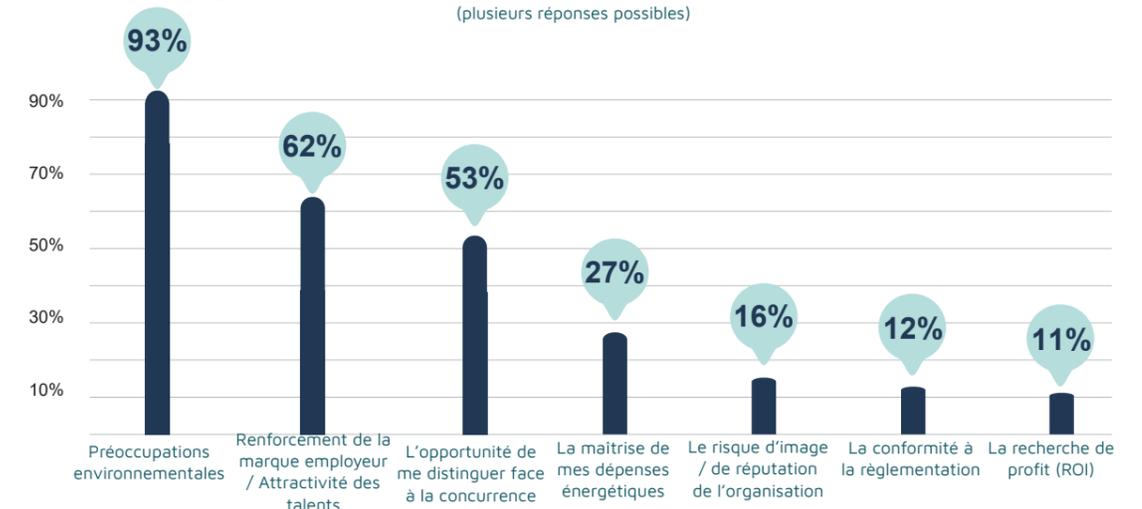
Thalès

## LA PLACE DES COLLABORATEURS

L'instigation de projets de Numérique Responsable a souvent été l'oeuvre de quelques collaborateurs motivés, organisés, passionnés et notamment tolérés par leur management de proximité.

## Arguments en faveur du déclenchement d'une démarche NR

(plusieurs réponses possibles)



## UN CO-PILOTAGE DIRECTION-SALARIÉS

Quel que soit le motif du lancement d'une démarche NR, il est nécessaire d'aller chercher le sponsor des décideurs pour **inscrire le projet dans la durée** avec les ressources (temps et budget nécessaire) et apporter une **cohérence** avec la démarche RSE globale.

Il ne faut cependant pas oublier l'importance et le **poids des collaborateurs** dans la mise en place d'une démarche NR. Sans eux, la démarche NR s'arrête à une simple vision. C'est grâce à leurs **compétences** (actuelles ou en formation) que chaque organisation trouvera les actions personnalisées qui réduiront leur impact de manière efficiente.

*Nous nous attendions à ce que l'impulsion puisse aussi venir de la réglementation, des clients ou encore des investisseurs. En effet, les pratiques progressent en maturité et les contraintes et attentes deviennent plus fortes en externe. Pourtant l'étude a révélé qu'une démarche de Numérique Responsable provient avant tout d'une demande interne (dirigeants, DSI et/ou collaborateurs).*

 **Boavizta**

# Les arguments en faveur du Numérique Responsable

Nous souhaitons, par cette étude, donner aux salariés et managers qui souhaitent pousser une démarche de Numérique Responsable dans leur organisation, un **argumentaire concret**.

Plusieurs raisons de déclencher une démarche de Numérique Responsable ont été proposées dans notre questionnaire. Nous les avons rassemblées en **4 arguments clés**.

Pour chaque argument, vous retrouvez une double page comprenant

- des **détails de l'étude** et graphiques relatifs à l'argument,
- des **témoignages** d'organisations interrogées
- des informations complémentaires, utiles si vous souhaitez **utiliser** l'argument !



Évidemment, l'argument plebiscité par tous les répondants à 93% est : **“les préoccupations environnementales”**. Nous avons choisi consciemment de ne pas détailler celui-ci.

Il nous est apparu réaliste de penser que **cet argument n'était pas suffisant** pour convaincre les organisations qui n'ont pas déjà démarré leur démarche de Numérique Responsable pour se lancer.

Notre focus portera donc sur des raisons complémentaires qui assurent d'une **prise de décision rapide et sûre**.



**RÉGLEMENTATION**

**12%**

des répondants ont considéré que cet argument avait été à l'origine de leur démarche de Numérique Responsable



**ROI FINANCIER**

**38%**

des répondants ont considéré que cet argument avait été à l'origine de leur démarche de Numérique Responsable



**DIFFÉRENCIATION**

**53%**

des répondants ont considéré que cet argument avait été à l'origine de leur démarche de Numérique Responsable



**MARQUE EMPLOYEUR**

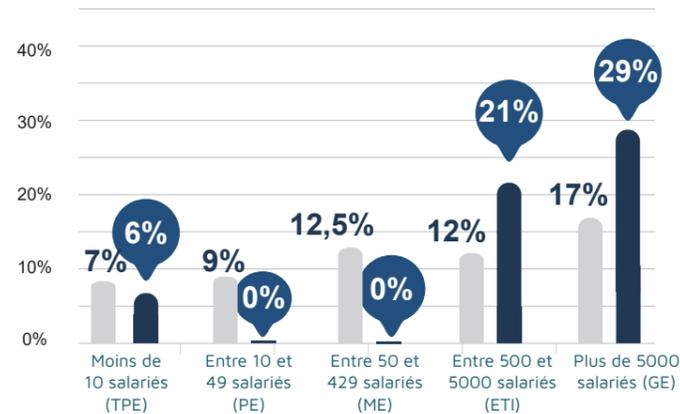
**62%**

des répondants ont considéré que cet argument avait été à l'origine de leur démarche de Numérique Responsable

# ARGUMENTS Réglementation

## Argument vs Bénéfice constaté (répartition par taille d'organisation)

(plusieurs réponses possibles)



**En gris** : organisations qui ont répondu "Réglementation" à la question "Quels ont été les arguments en faveur du lancement de la démarche NR?"

**En bleu foncé** : organisations qui ont répondu "Conformité à la réglementation" à la question "Quels ont été les bénéfices de la démarche NR?"

Parmi les 7 arguments sélectionnés allant dans le sens d'une démarche NR, l'ensemble des répondants ont classé la conformité à la législation à l'avant-dernière place, signe que la contrainte légale n'est pas encore considérée comme un leitmotiv suffisant ... pourtant le cadre légal est en train de se structurer !

Pour

# 29%

des organisations de plus de 5000 salariés, le respect de la réglementation est un des bénéfices de la démarche NR

Hormis le secteur public et l'enseignement, peu de secteurs sont contraints par la législation autour du Numérique Responsable.

Bien que les pouvoirs publics s'emparent de la question à travers la constitution du HCNE (Haut Comité pour le Numérique Eco-responsable), la réglementation elle, tarde à devenir pénalisante, néanmoins, il est à noter l'émergence d'un cadre législatif dont la loi REEN est la figure de proue.

« La loi REEN a été le déclencheur de notre démarche NR »

(Secteur Public)

## Voici les grands principes des 3 lois qui soutiennent le Numérique Responsable :

### REEN (2021)

Visé à réduire l'impact environnemental du numérique

- Sensibiliser les utilisateurs à l'impact environnemental du numérique
- Limiter le renouvellement des terminaux
- Favoriser des usages du numérique vertueux
- Rendre moins énergivores les centres de données et réseaux
- Déployer une stratégie numérique responsable dans les territoires

### AGEC (2020)

loi anti-gaspillage pour une économie circulaire

- Sortir du plastique jetable
- Mieux informer les consommateurs
- Lutter contre le gaspillage et pour le réemploi solidaire
- Agir contre l'obsolescence programmée
- Mieux produire

### CSRD

Au niveau Européen, elle obligera la publication des informations dans le reporting extra financier à partir de 2025 (sur les données 2024).

- Élargir le champ d'application, et donc les entreprises concernées (50 000)
- Renforcer les obligations de reporting dans un rapport de durabilité
- Imposer un format électronique unique européen xHTML pour la publication
- Ajoute une obligation de vérification de l'information par un commissaire au comptes ou un organisme tiers indépendant.

# ARGUMENTS ROI financier

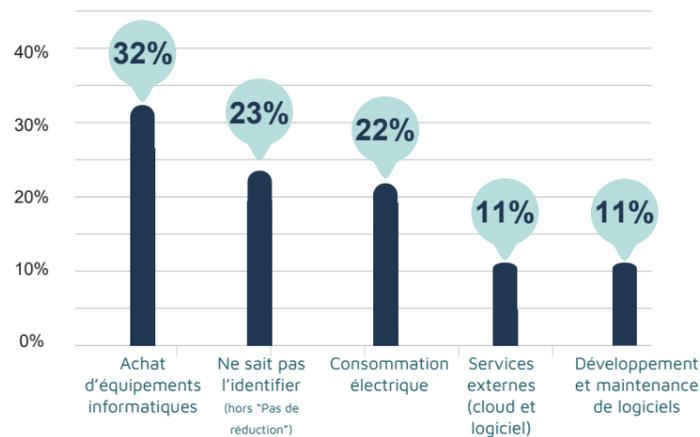
En premier lieu, nous avons remarqué que la diminution des dépenses n'est pas le premier levier souhaité et identifié par les répondants. Cela peut-être lié au **manque de maturité des indicateurs** et donc à la capacité de suivre les économies générées.

La valorisation financière d'une démarche NR n'est pas simple 23% des répondants **ne savent pas chiffrer** et 26% ne pensent pas que le NR diminue les dépenses.

Dans le graphique ci-dessous, vous retrouvez les réponses des organisations qui ont constaté une économie financière.

## Top 5 des baisses de coûts liées au Numérique Responsable

(plusieurs réponses possibles)



Les organisations ont majoritairement répondu suivre les impacts liés à leur parc informatique, par conséquent elles sont 1/3 à avoir indiqué baisser leurs coûts d'équipements.

Parmi les indicateurs les plus suivis de la démarche NR, la consommation électrique est le second juste après les émissions de GES. Il est donc cohérent de retrouver la consommation électrique parmi les plus grandes baisses de coûts constatées.

Des corrélations évidentes peuvent être faites entre NR et achats plus responsables. Le NR favoriserait également des coûts d'électricité moins élevés au travers d'une utilisation plus parcimonieuse des équipements (ordinateurs, serveurs...).

L'optimisation des coûts liés aux systèmes d'information est un enjeu important au sein des organisations, en particulier dans un monde fortement numérisé. **Allouer les bonnes ressources aux bons besoins avec une juste mesure est ainsi devenu un enjeu de compétitivité et un facteur important de gains financiers et limitations de pertes.**

Limitier la consommation d'électricité représente par exemple un gain financier important, notamment dans les économies fortement carbonées.

Une partie des actions de réduction de l'empreinte environnementale rejoint directement des enjeux économiques (ex. : éco-conception, rationalisation, décommissionnement, allongement de la durée de vie des matériels...).

Néanmoins, lors de nos différentes interactions avec le marché, le ROI financier n'est pas apparu comme une priorité dans l'impulsion d'une démarche NR, à notre grande surprise. Nous interprétons cela par la faible maturité du marché et le manque d'abaques sur le sujet.

Lors de nos entretiens, nous avons récolté quelques gains chiffrés :

Jusqu'à  
**-40%**  
d'électricité  
(Pour un site d'Ubisoft)



Une économie potentielle supérieure à 1M€ par an grâce à la mise en veille des workstations et l'allongement de la durée de vie des équipements par rapport à la situation initiale.

Grande Entreprise - Aéronautique

Retrait de 10 000 téléphones fixes IP ce qui équivaut à la fermeture d'un datacenter.

(6Wh 24/24h de consommation)

THALES

Attractivité des profils ainsi qu'un gain financier, notamment sur la facture d'électricité.

Une partie des actions de réduction de l'empreinte environnementale rejoint directement des enjeux économiques (ex. : éco-conception, rationalisation, décommissionnement, allongement de la durée de vie des matériels...). **Attention cependant à suivre la récollection budgétaire pour éviter d'investir les économies faites dans des activités plus impactantes (voir rebonds indirects pour plus d'informations).**

# ARGUMENTS

## Différenciation

Seulement

# 14%

des organisations constatent un gain de clients grâce à la démarche NR

Se différencier parmi la concurrence grâce à sa démarche de Numérique Responsable ; est-ce un doux rêve d'idéaliste d'estimer que l'impact environnemental sera un **critère important** dans le choix des clients ?

Peut-être pas ... à condition que **l'activité (conseil ou produit) de l'organisation inclue ou soit dépendante du Numérique** comme pour le conseil IT ou les éditeurs logiciels. Ce sont les deux secteurs qui ont la chance de dépasser la moyenne sur le sujet.

Quel secteur d'activité a constaté un gain de clients grâce au Numérique Responsable ?



Source : questionnaire Boavizta, 2022

Durant nos entretiens, plusieurs répondants précisait l'**exigence des clients** vis-à-vis de cette démarche de Numérique Responsable. Que ce soit au travers d'un appel d'offres ou face aux clients, des **démonstrations d'actions et preuves** sont demandées au sujet de leur réduction d'empreinte carbone en particulier.

Le suivi d'indicateurs multicritères ainsi que des évaluations d'impact permettent d'apporter des éléments factuels aux bénéfiques environnementaux avancés pour rassurer et conforter les clients.

« On est capable de faire mieux pour le même prix via la sobriété »

Pragmatic

### Plusieurs manières de se positionner grâce au Numérique Responsable

#### Déclinaison de la RSE

Le premier pas est de présenter la démarche de Numérique Responsable comme une **application de la démarche RSE globale à l'informatique**.

Plusieurs répondants ont choisi cette option comme Les Petits Chaperons Rouges (réseau de crèches).

Pour une agence de conseils IT, les conseils NR sont **intégrés à l'approche « aider l'organisation à mettre en place des usages informatiques qui répondent à ses besoins, de manière organisationnelle, technique et environnementale. »** (Nuageo)

#### Sobriété

**Eco-concevoir engendre de faire des choix, de renoncer ou de réduire.** Cela implique une frugalité qui se retrouve dans l'investissement CAPEX et dans les coûts réguliers OPEX grâce à une maîtrise des coûts cachés et maintenance. Comme nous l'a expliqué Digital4Better.

Chez Pragmatic, « **on fait même du NR sans le dire** » en faisant des choix de sobriété et de bon sens dans les projets. L'argument financier peut être un argument pour convaincre les DG d'engager des actions.

#### IT for Green

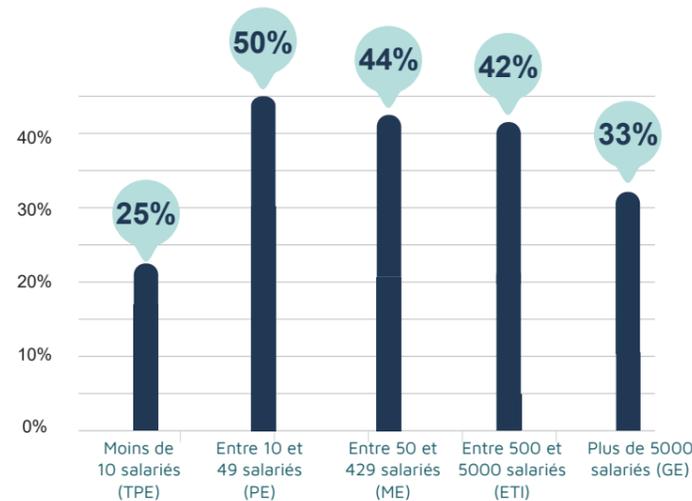
Certaines organisations interrogées présentent également des solutions numériques permettant d'**aider à la réduction d'impacts** dans d'autres secteurs. Cet usage du numérique est régulièrement nommé **IT4Green**.

Les approches et les données avancées sur ce sujet suscitent des **controverses**, particulièrement au sein de la communauté scientifique. Bien que des efforts de **normalisation méthodologique** soient en cours, le domaine demeure encore peu mature et sujet à débat.

# ARGUMENTS Marque employeur

## Organisations qui ont constaté des bénéfices sur la marque employeur (répartition par taille)

(plusieurs réponses possibles)



Les préoccupations RH (renforcement de la marque employeur, amélioration de la qualité de vie au travail, ...) sont arrivées en seconde position des bénéfices obtenus d'une démarche NR (62% des répondants).

Vous observerez sur le graphique ci-dessus que cela touche particulièrement les PME qui y voient un moyen de se démarquer dans le recrutement ou dans la fidélisation de leurs salariés.

### Sujet essentiel bien que peu quantifiable

Les bénéfices pour la marque employeur ne sont **pas facilement quantifiables** par les organisations, par manque d'indicateurs. C'est ce qui est remonté de nos interviews. Le sujet en reste **essentiel** et prioritaire pour les organisations questionnées.

Les entreprises dans le **conseil numérique** sont particulièrement intéressées par le développement du Numérique Responsable en interne.

En effet la **tension sur le marché des consultant.e.s** est important dans ce secteur d'activité, donc l'attractivité des talents est un enjeu de taille pour ce type d'entreprise.

« **la RSE ajoute du sens, et est bénéfique pour la marque employeur et donc pour l'engagement des collaborateurs** »

(Grande Entreprise - Services&Education)

La marque employeur est citée comme bénéfique d'une démarche NR pour

# 100%

des organisations de plus de 5000 salariés interrogées

### Plus de bénéfices grâce à l'évaluation d'impact

Nous observons également que, parmi les organisations **ayant déjà évalué une ou plusieurs fois leur impact**, 52% ont affirmé des bénéfices liés à la valorisation RH contre 18% pour celles qui n'avaient jamais évalué leur impact.

Évaluer son impact, permettrait une démarche plus cohérente car **concentrée** sur les impacts les plus forts et **justifiée** de manière quantitative.

De plus, la procédure d'évaluation embarque souvent des collaborateurs et favorise leur engagement dans la démarche NR.

# Évaluation d'impact

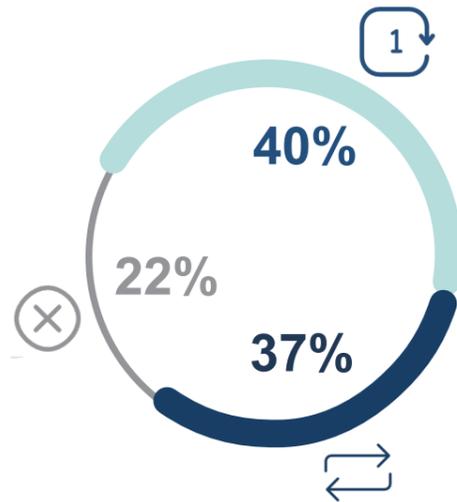
L'étape du diagnostic peut se révéler être un véritable levier pour convaincre de l'impact et mettre en place des actions appropriées dans le cadre d'une démarche de Numérique Responsable.

## RÉGULARITÉ DE L'ÉVALUATION

L'évaluation régulière (37%) est presque équivalente à l'évaluation "one-shot" (40%). Les organisations interrogées, également considérées les plus matures que les autres sur le NR, semblent avoir bien compris l'importance de **suivre les efforts de réduction** dans le temps, et d'effectuer des évaluations régulières.

Pour les entreprises ayant mesuré qu'une fois, leur réponse peut être influencée par le fait que c'est un sujet **récent** dans l'entreprise.

95% des répondants à notre étude qui ont mené des actions d'évaluation disent suivre les gaz à effet de serre, carbone en tête de file. Les autres critères comme la consommation en eau ou l'épuisement en ressources abiotiques sont assez peu considérés.



## COMMENT NOS INTERVIEWÉS AGISSENT :

### GRANDE ENTREPRISE SECTEUR RETAIL

"Pour le moment, notre technique de suivi est d'ajouter quelques champs dans une table pour remonter des indicateurs."

### GRANDE ENTREPRISE SECTEUR DIVERTISSEMENT

"Nous relevons des indicateurs mensuels suivant ces 4 axes de travail : Education, Assets, Datacenter, Stockage. Objectif : -10,8% de GES d'ici fin 2024 par rapport à 2019 traduits en objectifs opérationnels pour s'assurer que c'est atteint."

### GRANDE ENTREPRISE SECTEUR INDUSTRIE

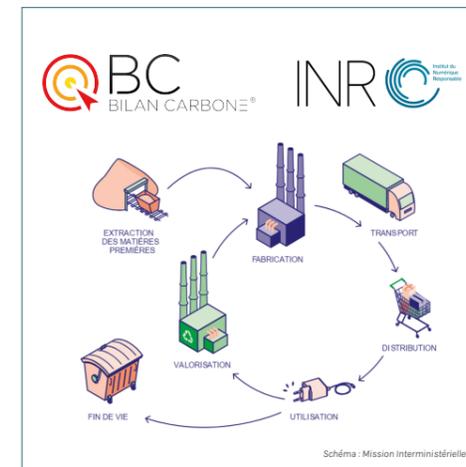
"Nous cherchons encore la formule (et les heures dans leur agenda) afin d'autonomiser les collaborateurs sur l'ACV."

## MOYENS ALLOUÉS

Les entreprises déplorent ne pas avoir assez de personnes investies à 100% sur le sujet de l'évaluation d'impact car cela prend beaucoup de temps. Cela montre qu'il y a un **manque de priorité** du sujet en interne d'une manière générale.

La méthode de récolte de données reste à ce jour principalement **manuelle**, même si de plus en plus d'outils se développent sur le marché à cet effet.

Lorsque les entreprises n'ont pas de spécialistes en interne, et veulent aller plus loin, ils font appel à des **consultants spécialisés** (en ACV par exemple).



## MÉTHODES D'ÉVALUATION

A ce stade, la technique d'évaluation est essentiellement **mono-critère** et le CO2 reste l'indicateur évalué par excellence, indépendamment de la fréquence d'évaluation.

Le questionnaire **WeNR** a été cité par plusieurs des répondants. Il permet d'appréhender l'impact de son Système d'Information dans son ensemble avec une **facilité** d'approche.

L'évaluation d'impact, avec une analyse **multicritères** et avec une approche **cycle de vie** (ACV) est un sujet abordé après une certaine maturité, avec une volonté d'**aller plus loin** dans l'analyse sur certains périmètres de l'entreprise.

*Nous militons au quotidien pour une évaluation d'impact du numérique basé sur l'Analyse de Cycle de Vie et multi-critères. Cela a d'autant plus d'importance que l'on traite de matériel fabriqué à partir de ressources non-renouvelables. Vous retrouverez des outils open-source pour vous aider dans l'évaluation de votre impact sur notre site web.*



# Éditeurs de logiciel

Les éditeurs de logiciels sont particulièrement concernés par l'empreinte environnementale du numérique car elle est dépendante de leur activité principale. C'est un profil qui s'est démarqué durant notre enquête par sa maturité particulière sur le sujet. Celle-ci est notamment liée à la place de la démarche NR dans leur discours commercial.

## IMPULSION



L'impulsion des éditeurs de logiciels vient principalement des dirigeants et/ou du COMEX, même si ils sont influencés par l'ensemble des salarié.e.s.

## MOTIVATIONS



En plus des motivations environnementales, les moteurs de la démarche relèvent de la réglementation associée à une différenciation commerciale. En effet, la proposition d'un logiciel éco-responsable à leurs clients séduit beaucoup d'éditeurs logiciel.

## FREINS



Le tryptique classique : pas de compétences internes ni de temps par collaborateur pour travailler sur le sujet. Ajoutez à cela un manque de méthodes et d'outils d'évaluation.

## MATURITE



75% des éditeurs ont évalué une ou plusieurs fois leur empreinte carbone. Ils se démarquent vis-à-vis des autres entreprises. A noter : ils évaluent surtout l'empreinte des datacenters, ainsi que le parc IT, plus que celle de leurs produits et services numériques.



*"Notre engagement sur le Numérique Responsable peut nous démarquer de nos concurrents dans les appels d'offres."* Jalios

*"Nos clients y vont, alors nous avons décidé d'y aller aussi"* Jalios

## LE CONSEIL BOAVIZTA

Malgré les difficultés liées au manque de maturité du sujet Numérique Responsable, les éditeurs de logiciels souhaitent **anticiper la pression des clients** en positionnant leur produit sur le créneau éco-responsable. C'est une bonne pratique pour **se démarquer des concurrents** dans les appels d'offres par exemple (ex : Jalios) et ainsi **justifier de l'investissement** humain et/ou financier associé. L'**évaluation d'impact** est un moyen à la fois pour progresser sur le sujet et pour prouver les améliorations effectuées.

ORGANISATIONS PARTICIPANTES



## Conseil IT

Les cabinets de conseil IT sont aux premières loges du Numérique Responsable. Ils ont un double enjeu : à la fois accompagner leurs clients sur le chemin d'un numérique plus soutenable et faire monter en compétences leurs équipes. Les cabinets de conseil sont parmi les premiers à avoir identifié des synergies entre numérique raisonné et performance opérationnelle ou encore financière.

### IMPULSION



“Faire pour nous avant de le faire pour l'extérieur.” Les dirigeants se disent sous pression des clients. Ils se lancent afin de se mettre en conformité pour pouvoir accéder à des appels d'offres par exemple.

### MOTIVATIONS



Le sujet numérique responsable devient stratégique, car il y a des enjeux business de différenciation (57%) et de marque employeur pour le recrutement (67%). Le constat d'une amélioration de la performance opérationnelle dans les projets IT contribue à cette motivation.

### FREINS



- Le numérique responsable est encore rarement considéré comme une priorité.
- Le middle management est un maillon essentiel pour l'adoption de ces démarches et il reste difficile à convaincre
- Le levier économique doit encore être affiné.

### MATURITE



- La moitié des répondants à notre étude a déjà évalué son empreinte carbone une première fois.
- L'ambition affichée est de répéter l'opération régulièrement
- La méthode ACV n'est pas encore majoritairement abordée par les clients



“Le Numérique Responsable est aussi un moyen d'accéder à de la performance opérationnelle.”  
Nuageo

“Le NR est associé à un concept 'd'écolonomie'.” Norsys

## LE CONSEIL BOAVIZTA

A l'issue de nos interactions avec ces acteurs, il paraît clair qu'il existe un chevauchement entre les actions NR menées pour les clients et celles menées en interne. La maturité et les compétences des équipes sur les sujets du Numérique Responsable sont essentielles pour engager véritablement les clients (par exemple, en appliquant à vos équipes les formations proposées à vos clients). Il a clairement été établi que les enjeux environnementaux avaient des répercussions business positives, ce qui pourrait encourager de nombreuses entreprises à s'engager dans une démarche responsable.

### ORGANISATIONS PARTICIPANTES



# FICHE

# Grandes Entreprises

De part l'importance de leur Système d'Information et leur capacité humaine, les Grandes Entreprises (plus de 5000 salarié.e.s) sont plus avancées sur le terrain du Numérique Responsable. Comme le Numérique Responsable contribue à la réduction des coûts (baisse de la facture d'énergie, réduction des achats d'équipements...), ces initiatives sont plébiscitées par les grandes entreprises qui ont plus à y gagner financièrement. Les ressources humaines allouées au sujet dépendent beaucoup de la sensibilité du management en place.

## IMPULSION



Elle vient principalement des dirigeants et/ou du COMEX, même si ils sont influencés par l'ensemble des salarié.e.s. On observe l'émergence de la création de postes de GreenIT Manager dans ces structures.

## MOTIVATIONS



Les Grandes Entreprises sont motivées principalement par l'amélioration de la marque employeur et de la résilience de l'entreprise face aux défis climatiques. Les gains financiers (ou réduction de coûts) arrivent ensuite.

## FREINS



Nous retrouvons à nouveau le triptyque : manque de budget, de temps et de compétences. En complément, la maturité du management n'est pas toujours au rendez-vous.

## MATURITE



Les Grandes Entreprises ont tendance à évaluer régulièrement leurs émissions de Gaz à Effet de Serre et à nommer des GreenIT managers pour coordonner les projets.

**“Le Numérique Responsable est un levier d'attractivité des talents et une source d'économies notamment sur la facture électrique”**

(Citation d'une GE en interview)

## LE CONSEIL BOAVIZTA

Les grandes entreprises sont parmi les organisations les plus avancées notamment à travers une évaluation de l'empreinte environnementale régulière et la nomination d'un ou d'une GreenIT Manager.

Néanmoins, d'autres challenges se présentent à elles comme la formation ou sensibilisation du management aux impacts du numérique et aux bénéfices du Numérique Responsable. La mise en place d'outils en interne pour quantifier les bénéfices d'une démarche NR est un levier de progression.

ORGANISATIONS PARTICIPANTES

THALES



DECATHLON

# Contributions Boavizta

Responsable du chantier « Convictions » : Julien ROUZE, Sopht

## Réalisation et suivi du questionnaire

- Julien ROUZE, Sopht
- Valentine ROUX
- Pierre-Louis FROUEIN, Shift4Green
- Océane PUECH, GreenScale

## Analyse et restitution intermédiaire

- Julien ROUZE, Sopht
- Valentine ROUX
- Pierre-Louis FROUEIN, Shift4Green
- Océane PUECH, GreenScale
- Maria LANTHIEZ
- Jérôme RIDEAU, Slow Tech Consulting

## Rédaction du rapport

- Julien ROUZE, Sopht
- Maria LANTHIEZ
- Océane PUECH, GreenScale

## Mise en page et communication

- Océane PUECH, GreenScale
- Jérôme RIDEAU, Slow Tech Consulting

## Relectures et corrections

- Corentin BOIS, Navigacom
- Mohammed BELLAMINE, Mbe Consulting
- Franck PRAMOTTON, conférencier
- Nathalie CHARBONNIAUD, Orange
- Alain RISBOURG, Covivance
- Julien SYX, Cycloid
- Samuel RINCE, Alygne
- Olivier Thibot, The Shifters
- Nathalie OTTE, Decathlon
- David EKCHAJZER, Hubblo

Cette étude comme tous les **communs** créés par l'association Boavizta sont du domaine public sous la licence **Creative Commons 4.0**.

Vous pouvez donc **partager** et adapter ces contenus même commercialement. Cependant, pour tous vos usages, vous devez **citer Boavizta** et mentionner les modifications apportées.

## Quelques organisations participantes



## Partenaires





Nos réseaux sociaux



Notre site web

[boavizta.org](http://boavizta.org)

Consultez nos articles de blog

Licence de ce document



Creative Commons 4.0  
Association Boavizta