

L'écologie du numérique: un défi majeur pour l'humanité!



Moins de déplacements, moins de gaspillage de papier, de temps et d'énergie... Les technologies numériques permettent d'optimiser la consommation de nombreuses ressources. Pourtant, les bénéfices environnementaux attendus ne sont pas toujours au rendez-vous, bien au contraire...

10 bonnes pratiques
pour devenir un citoyen numérique responsable



Le savais-tu ?

- Le secteur des nouvelles technologies représente à lui seul entre 6 et 10 % de la consommation mondiale d'électricité.
- Si le secteur numérique était un pays, il serait le cinquième plus gros émetteur mondial de CO₂.
- Le simple envoi d'un mail d'un mégaoctet (1 Mo) équivaut à l'utilisation d'une ampoule de 60 watts pendant 25 minutes, soit l'équivalent de 20 grammes de CO₂ émis !
- Nos smartphones contiennent une quarantaine de métaux et de terres rares, extraits du sous-sol en utilisant des techniques particulièrement destructrices et des produits nocifs pour l'environnement.
- En moyenne, 35 applis tournent en permanence sur nos téléphones, quand il suffirait de les éteindre en activant le mode économie d'énergie pour gagner jusqu'à plusieurs jours d'autonomie.

Pour en savoir plus :

- ecoinfo.cnrs.fr
- negaoctet.org
- greenspector.com/fr
- greencodelab.org
- alliancegreenit.org
- greenit.fr
- institutnr.org

En partenariat avec wearecoders.org



4 solutions pour un numérique plus écolo

FairePhone 3+, un téléphone équitable

Il est désormais difficile de faire l'autruche et de ne pas voir qu'un smartphone comporte de nombreux métaux rares. Ceux-ci sont extraits bien souvent dans des conditions environnementales et sociales déplorables. De même, nos appareils sont constitués de composants polluants, peu renouvelables et peu réparables. C'est en partant de ce constat que **Fairphone** a été créé. Matériaux recyclés et équitables, conception modulaire et réparable, batterie remplaçable et longue durée, son dernier modèle **Fairphone 3** fait tout pour que son empreinte environnementale et sociale soit la plus positive possible. Mais, tout cela à un prix : 469 €.

Site web : fairphone.com/fr



L'appli Carbonalyser mesure l'empreinte carbone de tes activités numériques

Visionner une vidéo en streaming, faire un appel vocal depuis ton application de messagerie ou consulter une page web... Tes activités numériques ont toutes un impact environnemental. Avec **Carbonalyser**, tu vas traduire en équivalent CO₂ tes activités sur la Toile. Et cela surprend. Regarder une vidéo de 5 minutes représente plus de 40 grammes équivalents CO₂. Sur une journée, tes activités numériques vont indirectement rejeter autant que de circuler plusieurs kilomètres en voiture ou d'avoir rechargé plusieurs dizaines de fois un smartphone. Disponible sur le **Play Store** et depuis le créateur de l'appli **The Shift Project** :

theshiftproject.org/carbonalyser-extension-navigateur



We act for good (WAG)

We act for good (WAG) est une application développée par **WWF** et qui propose plus de 500 défis pour la planète afin de limiter son empreinte carbone et les dégâts liés au réchauffement climatique. Plusieurs catégories sont disponibles dont une pour les enfants. Pour chaque catégorie, il faut réaliser des défis, seul ou si tu le veux à plusieurs. Pratique pour défier tes amis et tes parents !

Pour télécharger l'application : telecharger.weactforgood.com



Botaki, une box connectée pour faire pousser des légumes chez toi



Comment connecter les enfants à la nature ? C'est tout le pari de **Botaki**. Chaque box comprend une graine à cultiver (graines bio + post + terre), une application ludoéducative et un carnet d'activités dédié à la graine cultivée. Tu peux même utiliser un totem magique, un objet connecté pour communiquer avec la plante au travers d'un avatar animé et évolutif que tu visualises à partir d'une application dédiée. Ce dernier t'indique si la plante a besoin d'eau, de plus de lumière, de chaleur ou de nutriments.

Les kits radis, tomate et carotte sont disponibles sur botaki.fr.



Greenwashing numérique, quand la publicité lave plus vert...

Les nouvelles technologies ont un impact environnemental qui peut être positif, mais aussi négatif. C'est là qu'intervient le greenwashing. Comme pour d'autres secteurs économiques, l'objectif des entreprises du numérique est alors de se montrer plus écologiques qu'elles ne le sont vraiment.

Connais-tu le greenwashing ?

Le **greenwashing** (écoblanchiment en français) consiste à utiliser des arguments « verts » pour vendre plus, de façon trompeuse, un produit ou un service. On pense typiquement à ces entreprises qui communiquent haut et fort sur quelques bonnes actions choisies en cachant le reste, pour se créer une image de responsabilité écologique flatteuse.



Photo Brian Yurasits

La plupart du temps, les dépenses consenties concernent davantage la publicité que de réelles actions en faveur de l'environnement et du développement durable. Le greenwashing est considéré de plus en plus comme de la publicité mensongère, ce qui est illégal.

Greenwashing et désinformation

Comme pour les *fake news*, l'un des gros dangers du greenwashing est de saboter la confiance, notamment celle dans des associations sérieuses ou des institutions comme l'**ADEME** qui veillent sur l'environne-

ment. Si on nous ment tout le temps, on ne croit plus personne ! Conséquence : les gens se démobilisent et les campagnes de sensibilisation sont moins efficaces.

Et maintenant le greenwashing numérique ?

Le numérique n'est pas en reste, côté greenwashing. Par exemple, un e-book ou un e-mail ne consomment pas de papier comme un livre classique ou une lettre et DONC ils protègent la forêt et DONC ils sont meilleurs pour l'environnement. Le problème, c'est le DONC. Parce que, à défaut de consommer du papier, l'e-book comme le mail accroît la consommation de métaux rares, d'énergie pas toujours propre, de CO₂, etc. Avec le numérique, les bénéfices environnementaux ne sont pas toujours évidents.

Un bon exemple de greenwashing numérique

La 5G fait débat en France depuis plusieurs mois. Rappelons que la 5G a pour vocation de remplacer la 4G pour augmenter considérablement le débit Internet à partir de terminaux mobiles. De gros acteurs indus-

triels du numérique veulent y prendre part et veulent montrer cette nouvelle technologie sous un aspect positif. Voici un exemple avec un tweet de la marque chinoise *Huawei*.



Source : <https://twitter.com/HuaweiFr/status/1223161511763488770>

Des images trompeuses

Si tu as vu l'infographie de page 9, le virtuel aussi a de l'impact sur l'environnement. Cela n'empêche pas les marques de présenter avec des images trompeuses un monde virtuel tout beau tout propre, symbole de liberté et de nature.



Le greenwashing s'insère partout, même dans **Animal Crossing!**

Le recyclage : l'arbre qui cache la forêt

Des entreprises de télécommunication proposent des services de recyclage de leurs mobiles, ce qui va dans la bonne direction. Mais, en faire l'argument principal de leur communication et se présenter en modèle écologique, cela devient du greenwashing quand ces mêmes entreprises poussent par ailleurs à l'usage frénétique, à l'achat et au renouvellement incessant d'appareils électroniques... C'est le principe de l'arbre qui cache la forêt. Ici, on recycle pour donner bonne conscience à l'acheteur.



Bon à savoir

L'écoconception, une réponse au greenwashing

L'écoconception est une méthode globale pour imaginer des produits et services plus responsables pour la planète. Les grands traits de cette méthode :

- **Prise en compte globale** (terminaux, logiciels, réseaux) sur les impacts sur l'environnement, à toutes les étapes de la consommation d'énergie, de l'émission de CO₂, d'utilisation de produits polluants et de performances pour le recyclage.
- **Limitation du superflu**, concentration sur l'essentiel, sobriété.

5 conseils pour reconnaître et combattre le greenwashing

- **Garder l'esprit critique** quand tu vois des affirmations « vertes » sans écolabels européens (voir la vidéo à la fin de l'article), ou des slogans qui claquent avec des mots-clés de l'environnement dans des contextes déplacés « CO₂ », « propre », « vert », « sauvegarde la planète », « décarbonné », « bon pour l'environnement » ou encore des images suggestives sans fondement (un arbre sur une bouteille de produit chimique).
- **Se méfier des discours vagues et simplistes** (l'environnement, c'est toujours compliqué), des chiffres partiels, des témoignages de consommateurs anonymes enthousiastes.
- **Ne pas hésiter à vérifier le message**, le service ou la bonne pratique en cas d'absence de preuves, de prises de position économiques ou politiques qui n'ont rien à voir avec la mission première de l'entreprise (lessive et carbone par exemple).
- **Promouvoir les initiatives d'écoconception** et aller sur des sites spécialisés qui vous alertent sur le greenwashing, par exemple le *WWF*, l'*ADEME*.
- **Développer sa compétence en consommation responsable** : teste tous les produits et services en te demandant comment ils servent à la lutte contre les changements climatiques, la protection de la biodiversité, des milieux naturels et des ressources naturelles et l'épanouissement de tous les humains.



Regarde la petite vidéo réalisée par **Izi News**.

<https://www.youtube.com/watch?v=hwSvDCzHLnI>