

Communiqué de presse

Juillet 2018

Enquête d'opinion : Les Français face aux enjeux de l'écologie digitale.

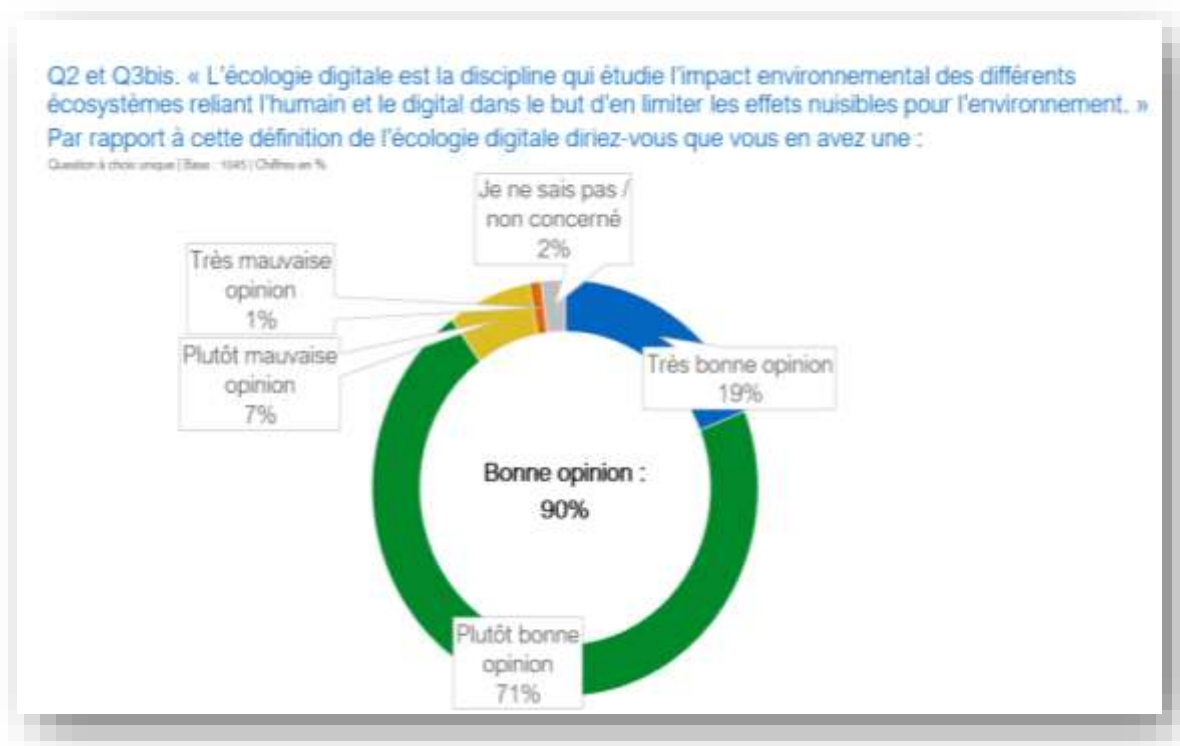
La pollution numérique, prochain enjeu écologique majeur

D'après une enquête* menée par le Cabinet d'études et conseil Occurrence pour la start-up Digital for the Planet, 73% des Français indiquent ne pas connaître l'« écologie digitale ». C'est pourtant un enjeu majeur du monde de demain puisque 16% de la consommation électrique mondiale est aujourd'hui engendrée par le digital et qu'elle aura augmentée de 50% en 2020.

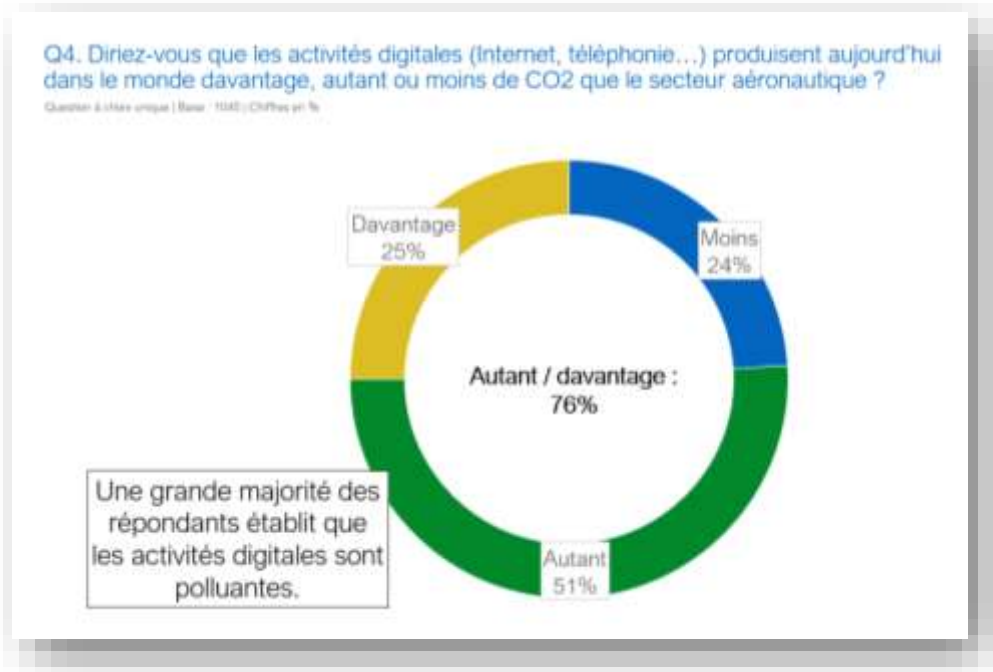
* Etude administrée en ligne en mai 2018, auprès d'un panel représentatif (méthode des quotas) de 1045 Français métropolitains âgés de 18 à 65 ans.

Les principaux enseignements de cette étude sont les suivants :

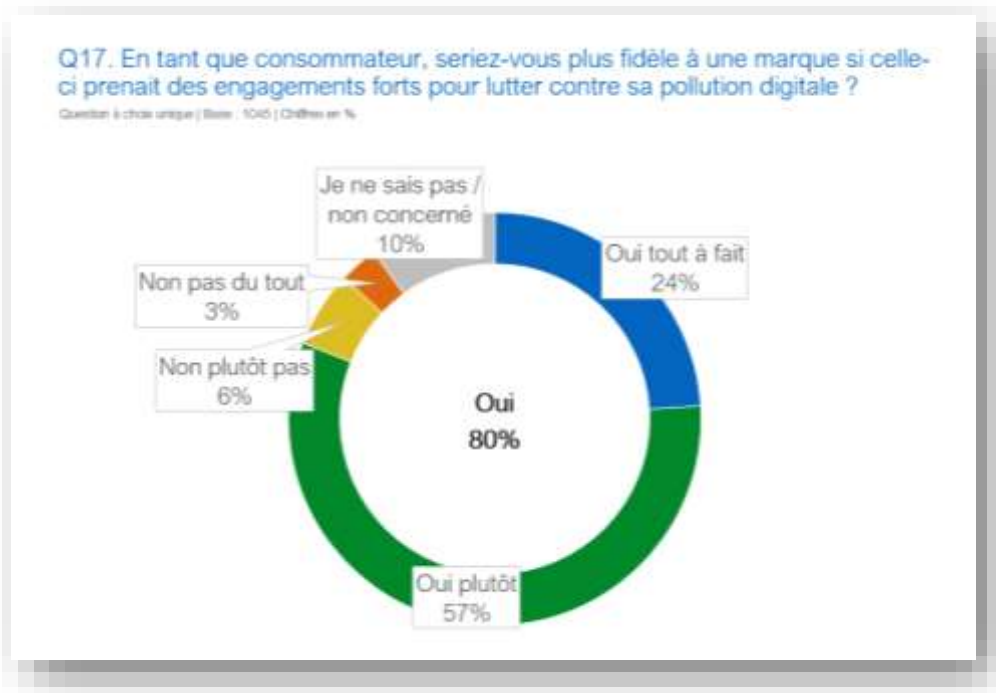
- 73% déclarent ne pas savoir ce qu'est l'écologie digitale et ils sont pourtant 90% à en avoir une bonne opinion lorsqu'ils en apprennent la définition : « L'écologie digitale est la discipline qui étudie l'impact environnemental des différents écosystèmes reliant l'humain et le digital dans le but d'en limiter les effets nuisibles pour l'environnement. »



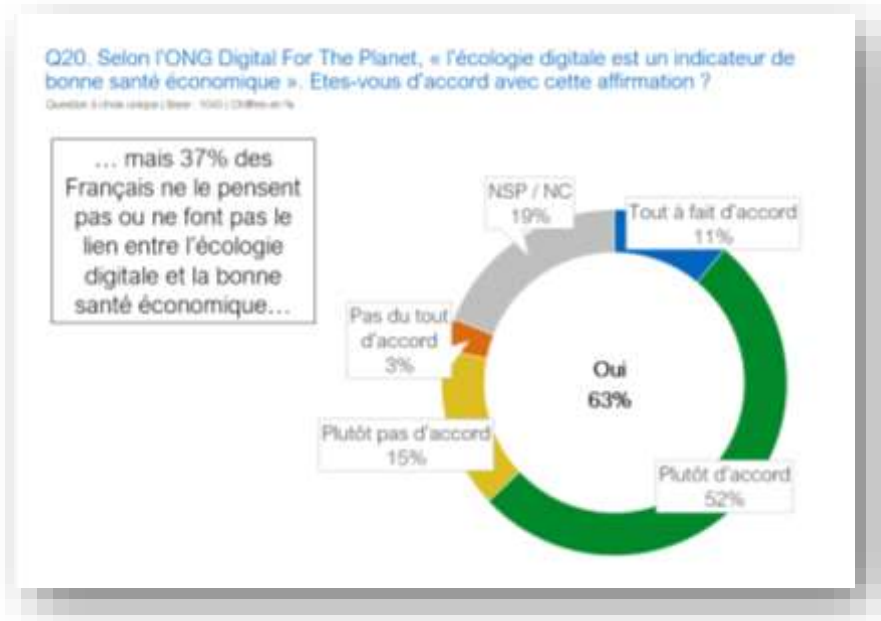
- Intuitivement, ils sont pourtant **76% à considérer que les activités digitales** (Internet, téléphonie...) **produisent aujourd'hui dans le monde autant ou plus de CO2 que le secteur aéronautique !**



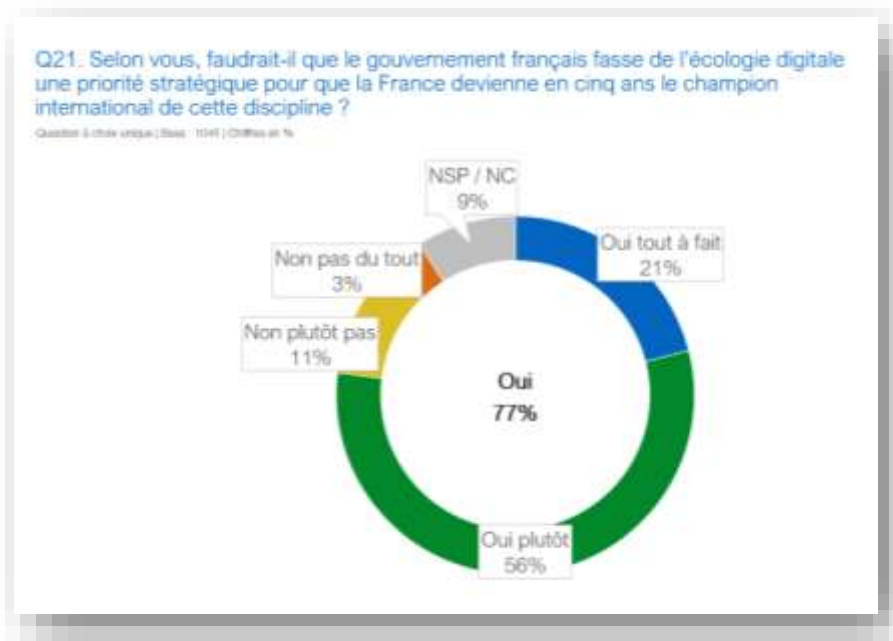
- **Seulement 1 Français sur 4 estime que les entreprises en France se sont déjà saisies du sujet** alors qu'ils sont **80% à indiquer, en tant que consommateur, qu'ils seraient plus fidèles à une marque si celle-ci prenait des engagements forts pour lutter contre sa pollution digitale.**



Et **2 Français sur 3** valide le credo de l'ONG Digital For The Planet selon lequel « **l'écologie digitale est un indicateur de bonne santé économique** » !



- Enfin, les Français sont **77%** à **considérer que le gouvernement français devrait faire de l'écologie digitale une priorité stratégique** pour que la France devienne en cinq ans le champion international de cette discipline !



Pour Inès Leonarduzzi, CEO de Digital For The Planet l'effort de pédagogie à réaliser est énorme pour mettre en mouvement une véritable stratégie d'écologie digitale : « *Pour faire du digital, il faut d'abord faire de l'industrie. On a gagné en pouvoir d'achat ces vingt dernières années, mais perdu en savoir d'achat ; notamment en ce qui concerne le digital. Quand on interagit sur un réseau social ou qu'on achète de l'espace de stockage en cloud, on ne nous dit pas ce que ça coûte réellement à la planète.* »

Et cette étude montre combien les Français, bien que pas encore aguerris au concept d'écologie digitale, y sont pourtant majoritairement attentifs. « *Les politiques et les entreprises doivent impérativement se saisir de l'écologie digitale s'ils ne veulent qu'elle les rattrape !* » conclut Assaël Adary, président du Cabinet Occurrence.



À propos de Digital for the Planet

Digital for the planet est un Global Earth Project visant à promouvoir l'écologie digitale fédérant startups et entreprises dans le monde entier.

L'objectif est de garantir une digitalisation écologique et durable en impliquant positivement toutes les parties prenantes de la chaîne digitale (citoyens, institutions, grandes entreprises, écosystème cleantech) et répondant à l'évolution des usages.

ONG et centre de recherches créés en 2017 par Inès Leonarduzzi, Digital For The Planet conseille et accompagne également les entreprises et les collectivités face aux enjeux de Smart City autour de 3 axes stratégiques : la connectivité, la durabilité et la circularité.

2018 marque un tournant pour Digital For The Planet avec la création de Plana®, une intelligence artificielle dédiée à la mise en place des bonnes pratiques digitales durables au quotidien.

Inès Leonarduzzi, conférencière et directrice des études au pôle Écologie globale à l'institut des transitions écrit actuellement un livre portant sur l'écologie digitale, ses enjeux et ses solutions à paraître à l'automne 2018.

Membre de Positive Planet et France is AI, l'ONG est constituée d'une équipe de 15 experts (Smart city, Data, Marketing Digital, Biomimétisme, ...).

www.digitalfortheplanet.com

À propos d'Occurrence

Créé en 1995 par Assaël Adary et Benoit Volatier, Occurrence est un cabinet d'études et conseil indépendant, spécialiste de l'évaluation de la communication (corporate & marque, analyses médias, communication interne, publique, événementielle, digitale...).

Depuis 23 ans, Occurrence accompagne les entreprises et les agences en France et à l'international pour mesurer la performance de leurs actions de communication et éclairer leurs décisions stratégiques. Le cabinet travaille au service de nombreux grands comptes et institutions de référence : EDF, Engie, Orano, Carrefour, BNP Paribas, Airbus, Macif, INPI, Credit Agricole, Pierre Fabre, Saint-Gobain... et des ministères, institutions européennes notamment la Commission Européenne, ainsi que des collectivités locales et organisations ou entreprises publiques...

L'équipe de 25 experts maîtrise une large gamme d'outils d'évaluation et de prospective (quantitatifs, qualitatifs, sémiologiques, analytics) et capitalise sur « Occurrence Lab », structure interne tournée vers l'innovation du secteur, pour lancer de nouvelles offres d'études.

En 2008, Occurrence entame le développement de son réseau avec l'ouverture d'une première filiale dédiée au secteur de la Santé : Occurrence Healthcare. En 2014, Occurrence intègre le cabinet NXA, spécialisé dans les domaines environnement-énergie et social-formation-retraite, basé à La Rochelle, et lance BrainsWatt, un studio d'innovation qui aide les organisations à devenir plus agiles et créatives. En janvier 2017, Occurrence se développe avec une nouvelle filiale dédiée aux enjeux de la concertation : Start-Cities.

Au premier trimestre 2018, un collectif de grands médias nationaux et régionaux adopte la méthodologie de comptage indépendante des manifestants développée par Occurrence en 2006.



Membre de Syntec Etudes, Occurrence est également certifié ISO 9001 depuis 2004 et engagé dans la norme ISO 26000.

Assaël Adary, Président d'Occurrence, et Céline Mas, Directrice générale associée, sont les deux co-auteurs de la 8e édition de l'ouvrage de référence sur la communication, le Communicator, sorti chez Dunod en 2018.

www.occurrence.fr

Contact presse :

Ethel Bachellerie – ethel.bachellerie@yahoo.fr - 06 62 79 19 21
Télécharger l'étude complète [ici](#)