

## Eco CO2 dévoile sa première édition du Baromètre Numérique Responsable, réalisé par l'IFOP

Eco CO2, société de conseil et de formation en transition écologique, dévoile les résultats de sa première édition du Baromètre Numérique Responsable réalisée par l'IFOP en janvier 2024, auprès de 1003 salariés du secteur tertiaire.

Alors que le numérique fait désormais partie intégrante des entreprises, bouleversant les usages des salariés, son impact sur l'environnement est de plus en plus observé face aux enjeux de la transition écologique. Il représente aujourd'hui 3 à 4 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) dans le monde et 2,5 % de l'empreinte carbone nationale<sup>(1)</sup>.

Depuis un peu plus de 10 ans, la notion de numérique responsable et un cadre réglementaire en sa faveur - tel que la loi visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique (REEN) adoptée en 2021 - émergent pour inciter les entreprises, comme les particuliers, à agir sur le poids de leur empreinte numérique.

**Comment cette notion est-elle appréhendée par les salariés ? Quels sont les facteurs qui favorisent ou freinent le développement des pratiques numériques responsables au sein des organisations ? Quels sont les gestes d'ores et déjà adoptés par les salariés pour réduire leur empreinte numérique au travail ?**

**C'est ce que ce Baromètre Numérique Responsable 2024 vise à comprendre.**

### Une approche paradoxale du numérique

Le numérique a un **impact positif sur leur travail**, c'est ce qui est constaté par 61 % des salariés. Cependant, la majorité (63 %) jugent **l'impact du numérique sur l'environnement comme "assez négatif"**.

Pour Yeşim Bostancı, Doctorante en psychologie sociale chez Eco CO2<sup>(2)</sup>, *“Le numérique a facilité beaucoup de pratiques dans le cadre du travail. Les collaborateurs peuvent limiter leurs déplacements grâce au télétravail, éviter des réunions grâce à la communication par mail, etc. Mais ils commencent à deviner intuitivement les impacts négatifs que le numérique peut avoir sur l'environnement, et c'est un premier pas vers le changement de comportement. Tout l'enjeu réside maintenant dans la communication qui sera faite autour de la sobriété numérique pour réussir à les accompagner positivement et efficacement dans le changement de leurs habitudes.”*



## La notion de numérique responsable trop peu ancrée dans l'environnement professionnel ...

Le baromètre révèle que **la moitié des salariés (49 %) déclarent n'avoir jamais entendu parler du numérique responsable auparavant** et seulement une minorité (17 %) indique en connaître précisément la signification.

Par ailleurs, la majorité des salariés (61 %) signalent que **l'impact environnemental du numérique ne fait que très rarement ou jamais l'objet de discussions au travail.**

**Seul un quart des collaborateurs indiquent qu'une démarche de réduction de l'impact environnemental du numérique a été mise en place** au sein de leur entreprise.

*“Le terme “numérique responsable” étant apparu il y a seulement une quinzaine d'années, il est normal que peu de salariés le connaissent. Mais face à un cadre législatif qui se renforce, les entreprises vont être de plus en plus amenées à changer leurs pratiques numériques. Pour ce faire, elles devront notamment faire l'effort de sensibiliser leurs équipes. Elles réaliseront d'ailleurs que les enjeux de la transition écologique peuvent servir leurs intérêts opérationnels. Par exemple, si le tri des données permet de limiter les émissions de gaz à effet de serre, il sert aussi la simplification de leur traitement en interne et permet aux entreprises de limiter les frais liés à leur stockage.”* explique Yeşim Bostancı.

### ... mais des gestes intuitifs vertueux

Cependant, il semble que les salariés sont **capables de choisir intuitivement, les pratiques numériques responsables** : 81 % suppriment souvent leurs mails, 76 % utilisent le WIFI plutôt que 4G/5G sur les téléphones portables, ou encore 75 % éteignent ou débranchent leurs appareils électroniques quand ils ne les utilisent pas.

*Selon Yeşim Bostancı, “Il est aujourd'hui délicat de faire un lien direct entre les pratiques responsables adoptées intuitivement par les salariés (à l'instar du tri des mails) et leur conscience de l'impact du numérique sur la planète. On peut supposer que, mises en œuvre de manière non systématique, ces pratiques pourraient avoir plutôt pour objectif des enjeux de performance ou de bien-être au travail.”*

### Les connaissances : principaux freins à l'adoption du numérique responsable

C'est en premier lieu à cause de la **non-connaissance** des pratiques vertueuses (un quart des salariés) que ces dernières ne sont pas intégrées dans le cadre de la sobriété numérique au travail. **Une non-connaissance qui semble biaiser le jugement des collaborateurs sur l'efficacité des pratiques numériques responsables** : ils sont 63% à **surestimer l'impact environnemental du numérique**, notamment ceux qui savent définir le numérique responsable (41 %).

De plus, ils sont nombreux à estimer que les pratiques les plus simples (comme, par exemple, supprimer régulièrement ses e-mails (79 %)) sont les plus efficaces pour réduire les émissions de gaz à effet de serre liées au numérique **alors qu'en réalité, elles ont un impact moindre sur l'environnement**<sup>(3)</sup>.

**L'attribution de la responsabilité aux décisionnaires et aux grandes entreprises, puis les habitudes liées aux pratiques numériques** (tels que partager tous les fichiers avec ses collègues, envoyer les mails à plusieurs destinataires qui ne sont pas impliqués directement sur le sujet, etc.) sont les autres freins à l'adoption de pratiques vertueuses.

*“Le dédouanement de responsabilité des salariés peut s'expliquer par un manque de connaissances concrètes, notamment sur leur propre impact environnemental. Il témoigne également d'un besoin d'exemplarité de la part des entreprises et de la hiérarchie.”* ajoute Yeşim Bostancı.

## Simplicité et mesurabilité : clés de l'accompagnement au changement ?

Néanmoins, le principal moteur de l'adoption est la **facilité de mise en œuvre de la pratique (50 %)**, suivie par la **connaissance de son impact positif et significatif sur l'environnement (36 %)**, ainsi que par la **possibilité d'observer cet impact en temps réel (30 %)**.

*“Il est normal de vouloir mesurer l'impact d'une pratique. En effet, l'adopter est plus difficile si l'on ne comprend pas quel est son intérêt.”* conclut Yeşim Bostancı.

Depuis la création d'Eco CO<sub>2</sub> en 2009, **l'accompagnement au changement de comportement** est au cœur de ses propositions. Grâce à ses **équipes en sciences humaines et sociales**, l'entreprise s'appuie sur des théories et paradigmes de changement de comportement reconnus **pour développer ses solutions aux entreprises**.

### Sources :

(1) Arcep

(2) Yeşim Bostancı mène une thèse sur les facteurs liés à l'adoption des pratiques numériques responsables : “Soutenir la sobriété numérique dans les organisations”

(3) [www.ecoresponsable.numerique.gouv.fr](http://www.ecoresponsable.numerique.gouv.fr)

### A propos d'Eco CO<sub>2</sub>

Eco CO<sub>2</sub> est une société de conseil et de formation en transition écologique. L'entreprise accompagne les organisations dans leur démarche climat, sobriété énergétique, transport et mobilité durable pour réduire leur impact environnemental par un changement de comportement positif et structurel.

Etudes, plan d'action, aide au déploiement, formation... toutes ses offres d'accompagnement et ses solutions numériques sont conçues pour impliquer les collaborateurs et collaboratrices et pérenniser les résultats. Depuis 2009, Eco CO<sub>2</sub> déploie notamment des programmes nationaux de sensibilisation et d'accompagnement soutenus par les pouvoirs publics et financés par les Certificats d'Économies d'Énergie. Avec un capital majoritairement détenu par ses collaborateurs, Eco CO<sub>2</sub> est une entreprise indépendante dont les valeurs sont centrées autour de l'intérêt collectif. [www.ecoco2.com](http://www.ecoco2.com)

### Contacts presse : Citron Plume RP

Marine Picard – 01 40 08 03 25 / 06 71 16 60 07 – [marine.picard@citronplume.fr](mailto:marine.picard@citronplume.fr)

Tom La Fonta – 01 43 67 01 21 / 06 84 87 67 14 – [tom.lafonta@citronplume.fr](mailto:tom.lafonta@citronplume.fr)