

Mail.Lilo, une messagerie écologique et responsable des données privées

Moins médiatique que [Qwant](#), [Lilo.org](#) est un méta-moteur de recherche qui se veut également respectueux des données privées des utilisateurs. Notamment en ne collectant aucune donnée personnelle et en désactivant le tracking publicitaire. Mais surtout, Lilo s'inscrit dans une démarche solidaire en reversant 50% de ses revenus à des projets sociaux et environnementaux. Les Colibris, le mouvement de Pierre Rabhi, Terres et Humanisme ou encore le média Reporterre constituent quelques exemples emblématiques. A partir de ses quelque 30 millions de recherches mensuelles, Lilo.org a pu reverser plus de 320 000 euros aux projets référencés sur la plate-forme à ce jour.

Clément Le Bras et Marc Haussaire, les créateurs de la start-up derrière Lilo, se sont lancés dans un nouveau projet : Mail.Lilo.org. Comme on le devine, il s'agit d'une solution de messagerie personnelle et... responsable. Si le respect de la vie privée est toujours de mise en garantissant que les contenus des e-mails ne sont pas scrutés pour être revendus aux annonceurs, la plate-forme entend aussi, à sa manière, lutter pour le respect de l'environnement. En résumé, il s'agit de proposer une alternative éthique aux mastodontes du web-mailing que sont Gmail, Outlook et autre Yahoo. « *Notre but en créant l'email Lilo est d'accompagner les utilisateurs qui le souhaitent vers une boîte mail moins polluante et mieux protégée* », soutiennent les deux jeunes entrepreneurs.

Optimiser la gestion du stockage

Comment ? « *Tout simplement en proposant au destinataire de télécharger la pièce jointe dès sa réception, via un lien dédié, ce qui limite dans le temps le stockage de cette dernière* », indique les développeurs. En effet, la conservation des pièces jointes (jusqu'à 5 Go dans le cas de Lilo) multiplie la consommation énergétique des serveurs. En téléchargeant localement la pièce jointe, l'utilisateur décharge ainsi les serveurs de Lilo de cette consommation redondante dans le cas des solutions traditionnelles. A lui de la conserver comme bon lui semble en bonne intelligence énergétique.

Dans cette même veine d'optimisation du stockage, dans le cas d'un envoi multiple Mail.Lilo ne stocke qu'une fois et limite à quelques jours la conservation d'une pièce jointe. D'autre part, la solution en ligne intègre une application de nettoyage en 1 clic des emails les plus lourds, donc les plus énergivores. Enfin, une barre de recherche web intégrée permet de lancer les requêtes sur le moteur de Lilo.org et contribuer ainsi à financer les projets environnementaux précédemment évoqués. Cerise sur le gâteau, « *Lilo alimente 100% de ses serveurs mails via des énergies renouvelable en France* », assurent ses responsables. Certes, la solution ne conviendra pas aux besoins des professionnels mais elle peut répondre aux usages de nombreux particuliers prêts à s'engager pour la planète et conserver leurs données loin des annonceurs.

Une bêta ouverte aux lecteurs de Silicon.fr

Pour l'heure, Mail.Lilo est encore en bêta. Plus de 6000 testeurs issus de la communauté du moteur de recherche profitent de la solution. Ses concepteurs décident aujourd'hui de l'ouvrir à un panel

plus large de bêta-testeurs. Mais l'inscription reste réservée aux personnes disposant d'un code d'invitation. Et ça tombe bien puisque l'entreprise fait l'honneur de proposer ce code aux lecteurs de *Silicon.fr*. Si vous avez l'âme respectueuse de l'environnement et de vos données personnelles, il suffit de vous inscrire sur [Mail.Lilo.org](https://mail.lilo.org) avec le **code LILO-155485**.

Seul impératif mais de taille : accepter de changer de plate-forme en redirigeant vos anciens emails vers le nouvel outil. « *Créer un mail qui ne sera pas utilisé gaspille des ressources et de l'énergie, prévient la plate-forme. Si vous ne pensez pas l'utiliser, inutile de le créer!* » Respectueux jusqu'au bout.

Lire également

[Gmail fait vœux de cécité dans le ciblage publicitaire](#)

[Vuvuzela, une messagerie qui fait du bruit pour garantir l'anonymat](#)

[La facture salée que le GDPR prépare aux entreprises](#)