

L'AGENCE EN NUMÉRIQUE RESPONSABLE FOOTSPRINT LANCE LE PREMIER RAPPORT TRIMESTRIEL POUR MESURER L'EMPREINTE CARBONE DES SITES INTERNET DU TSX60

Pour sensibiliser les grandes entreprises sur l'impact tangible de la pollution de leur site internet, l'agence footprint – qui appartient au groupe international de performance digitale Labelium – a classé les soixante entreprises du TSX en fonction des émissions de CO₂ générées par leur site internet. Avec ce classement, une première sur le marché Canadien, l'agence a pour objectif principal de sensibiliser les entreprises sur l'impact environnemental du secteur numérique. Pour accéder à l'étude complète et en savoir plus sur la méthodologie de mesure, visitez: <https://www.footprint.co/fcr60/>

Bien qu'encore peu discuté et sous-estimé à ce jour, l'impact environnemental de l'industrie du digital est déjà supérieur à celui de l'aviation civile et est en passe de devenir l'un des enjeux majeurs de la crise climatique. Les derniers rapports du GIEC ne laissent aucun doute quant au changement climatique: pour inverser la tendance nous devons atteindre le net-zéro dans l'ensemble de nos secteurs – y compris celui du numérique. Alors qu'on lui reconnaît un potentiel d'accélération dans la réduction des émissions au niveau mondial, l'impact du digital sur la planète a été largement sous-estimé jusqu'à aujourd'hui. Il est pourtant déjà non négligeable, avec des émissions annuelles de CO₂ supérieures à celles de l'aviation civile et même d'un pays comme le Canada (3.5%).

Si un clic sur un site internet consomme en moyenne moins d'un gramme de CO₂e, le réel problème est un enjeu de volume. En comptant l'impact agrégé des clics qu'un site internet reçoit pendant une année, l'étude de footprint montre que le bilan s'élève à plus 300 000 tonnes de CO₂e au Canada seulement. C'est l'équivalent de la consommation énergétique annuelle de 70 000 foyers. À l'échelle mondiale, alors que nous comptons actuellement plus d'un milliard de sites internet, avec près de 250,000 nouveaux sites mis en ligne chaque jour, l'impact est colossal – et ne fait que croître.

2.3M tCO ₂ e	300,000 tCO ₂ e
The yearly CO ₂ emissions generated by the digital sector in Canada.	The yearly CO ₂ consumption of website traffic in Canada: the equivalent of 70,000 homes' energy use for one year.

Une problématique complexe où d'importants écarts de performance signalent un besoin de gouvernance et de standards.

Chaque site internet s'est vu attribuer un score entre 1 et 100 (100 étant le meilleur score, récompensant les sites internet les plus respectueux de l'environnement). Celui-ci reflète la performance environnementale du site internet en prenant en compte les émissions des serveurs,

des réseaux de télécommunications et des terminaux (pour plus de détails, consultez la méthodologie complète ici). Dans cette étude, les scores des TSX60 vont de 12 (score le plus bas) à 81. On notera que dans le but d'établir une comparaison équitable, le trafic n'a pas été pris en compte. On le retrouve néanmoins dans la colonne "Émissions sur l'ensemble du cycle de vie". En cas d'égalité, le classement tient compte des émissions générées par page visitée.

Parmi les entreprises du TSX60, le podium pour les sites les plus responsables ne revient paradoxalement pas aux groupes liés aux technologies et à la communication, mais au secteur de l'énergie et de la finance. En tête de classement, CDN Natural Res est le gagnant indiscutable, avec moins de 0.07 gCO₂e émis par page visitée. En bas de classement, avec un score total de 12%, Kinross émet plus de 2g de CO₂e par page visitée. Parmi le secteur TI, Shopify obtient la 5ème place, juste devant CGI (6ème) et Open Text (7ème). Power Corp domine le classement financier en 2ème position, devant Sun Life (9ème) et la Canadian Imperial Bank of Commerce (10ème).

Les choses deviennent encore plus intéressantes lorsque l'on ajoute la dimension du volume de trafic, en regardant l'impact sur l'ensemble du cycle de vie du site internet. Ici, nous pouvons voir TD et Rogers se démarquer comme les plus gros pollueurs en termes d'émissions totales, avec respectivement 384 et 345 tonnes de CO₂e émis sur le cycle de vie. Pour les sites à fort volume tels que ceux-ci, l'enjeu d'amélioration de la performance énergétique est donc d'autant plus crucial. Par exemple, dans le cas de TD, une réduction des émissions par page de 30% (soit seulement 0.1 gCO₂e/page) permettrait de réduire leurs émissions sur le cycle de vie du site de 112 tonnes, l'équivalent de la consommation énergétique annuelle de 27 foyers sur une année.

Du choix du serveur au transfert des données: les facteurs clés d'émissions.

Beaucoup de sites internet aujourd'hui affichent fièrement un label "Green Hosted Website". Cependant, reconnaître un hébergeur réellement responsable s'avère être un sujet très complexe : il y a beaucoup plus à considérer que le simple choix d'un "hébergeur vert".

Deux des facteurs principaux à prendre en compte dans le choix d'hébergeur sont l'efficacité énergétique du serveur (le ratio entre l'énergie nécessaire au fonctionnement des serveurs et l'énergie totale nécessaire au fonctionnement du centre) et sa localisation. Alors qu'en moyenne près de 40% de l'énergie consommée par un data center est utilisée pour la ventilation et le refroidissement des systèmes, choisir un data center situé dans une région froide (ex: au Nord du Québec) peut augmenter l'efficacité énergétique de manière drastique. De la même façon, l'intensité carbone de l'électricité peut fortement varier d'un pays ou d'une région à une autre, impactant ainsi directement le bilan environnemental du site.

Le transfert de données est un autre facteur clé d'émissions carbonées. De manière générale, plus il y a de données transférées, plus la consommation d'énergie nécessaire pour assurer le transfert est élevée. Dans le domaine du développement web comme dans beaucoup d'autres, nous sommes sans cesse en recherche de performance et de puissance, entraînant ainsi une hausse de la demande énergétique associée. Si nous créons des sites internet toujours plus élaborés avec une meilleure expérience utilisateur, ceux-ci sont également de plus en plus énergivores. Les recherches de HTTP Archive montrent qu'un site internet est aujourd'hui 4.5 fois plus lourd qu'un site internet en 2010. Une part importante des efforts pour réduire l'impact carbone d'un site internet doit donc se concentrer sur la réduction du poids des pages. La démarche d'éco-

conception se distingue donc du développement web traditionnel par une optimisation vers l'efficacité et non l'efficace. Les deux ne sont cependant pas contradictoires, au contraire un site plus efficace en sera nécessairement plus efficace.

De manière générale, comme pour les autres secteurs, la priorité à court terme est d'améliorer l'efficacité énergétique des sites existants, en implémentant les nouveaux standards de développement responsable. Toutefois, une réelle transformation ne saura se faire sans l'intégration de la dimension durable comme partie intégrante du processus de développement des sites internet et logiciels, de l'idéation au déploiement

Au-delà de l'aspect environnemental, l'éco-conception présente des enjeux économiques non négligeables pour les entreprises.

La conception et le déploiement de sites internet plus légers et plus efficaces améliorent les performances SEO, la vitesse de chargement et l'expérience utilisateur en réduisant les points de friction et contribuent ainsi à renforcer le taux de conversion. Un site web plus léger sera également accessible par un plus grand nombre, en permettant un chargement depuis des zones géographiques où la connexion est limitée voire mauvaise. Par ailleurs, les coûts d'hébergement pourront également être optimisés par l'implémentation de bonnes pratiques permettant d'alléger la charge du serveur.

En travaillant main dans la main avec des experts tech et environnementaux, footprint accompagne les entreprises afin d'améliorer la performance et l'expérience utilisateur de leur site internet tout en réduisant son empreinte écologique.

Pour analyser et optimiser votre site internet au travers de plus 150 points de contrôle, contactez solutions@footprint.agency.



Consultez la version source sur [businesswire.com](https://www.businesswire.com/news/home/20220422005088/fr/) : <https://www.businesswire.com/news/home/20220422005088/fr/>