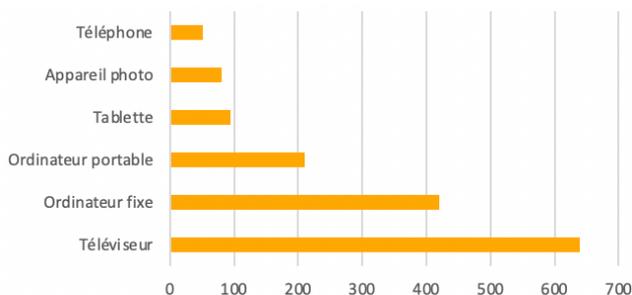


Le numérique contribue au réchauffement climatique

Loin d'être immatériel, le secteur numérique représente 4% des émissions totales de gaz à effet de serre mondiales.

Il est constitué d'ordinateurs, écrans, smartphones, de millions de kilomètres de câbles en cuivre et de fibres optiques, de milliers de centres informatiques, de milliards de chargeurs de téléphones, etc.

Émissions moyennes en kg de CO_{2e}/article neuf



=> Doubler la durée de vie de ses équipements réduira de moitié leurs impacts climatiques liés à la fabrication.

Emails

Envoyer un email n'est pas une action anodine, une bonne gestion de sa boîte de réception permet de réduire considérablement son empreinte carbone.

 15'000 km

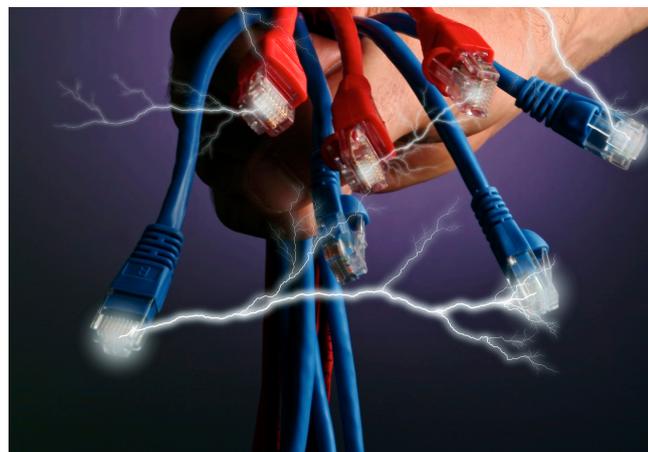
C'est la distance moyenne parcourue par une donnée avant d'atteindre son destinataire.

 10 grammes

Un email stocké équivaut à 10 g de CO_{2e} par an. C'est autant d'émissions de CO_{2e} qu'un sac plastique.

J'agis pour réduire mes émissions:

- **Pour googler, j'utilise des mots clés pertinents.** Une recherche Google émet environ 10 g de CO_{2e}: 73 kg d'émissions en moyenne par personne et par an.
- **Je surfe sur le wifi autant que possible.** La 4G consomme 23 fois plus d'énergie que le wifi.
- **Je réduis la qualité des vidéos en l'adaptant à la taille de mon écran.** Les vidéos en ligne sont responsables d'1% des émissions mondiales.
- **Je fais un usage approprié de la vidéo lors de mes rendez-vous en ligne.** 1 minute de visioconférence émet 1 g de CO_{2e} par personne.
- **Je sélectionne rigoureusement mes destinataires.** Multiplier par 10 le nombre de destinataires d'un email multiplie son impact par 4.
- **J'éteins ma box internet lorsque je n'en ai pas besoin.** Une box internet consomme entre 150 et 300 kWh par an, c'est autant qu'un réfrigérateur.



Comment être responsable avec ses emails ?

Je suis l'expéditeur

J'évite de diffuser à large échelle des pièces jointes en hébergeant les documents sur des serveurs locaux (cf. dépôt sur l'extranet avec lien dans l'email, utilisation de plateformes telles que www.swisstransfer.com)

Je supprime les images et logos d'entreprises ou en allège le poids

J'évite de faire suivre tout l'historique de chaque email

Marketing: j'affine mes ciblage et n'envoie qu'aux personnes intéressées par le sujet

Je suis le destinataire

Je me désabonne des newsletter qui ne m'intéressent plus (cf. se désabonner en bas des emails, Cleanfox)

Je vérifie et vide mes boîtes spams et promotion

Je n'imprime plus les emails que je reçois

Je nettoie ma messagerie régulièrement en supprimant les emails inutiles