Une nouvelle voie : la Responsabilité Numérique des Entreprises

Sobriété énergétique, réduction de l'impact environnemental, inclusion numérique, gestion des données, politique d'achat de l'entreprise... Comment ces sujets historiquement liés à l'IT s'intègrent désormais dans la démarche globale de RSE (Responsabilité Sociale des entreprises) ?

Temps de lecture : minute

15 février 2023

Au cœur de la transformation des entreprises, les sujets numériques IT s'intègrent dans la démarche globale de RSE.

La transformation digitale des entreprises s'est largement accélérée depuis 2019 pendant les mesures prises pour limiter la crise sanitaire au sein des entreprises. Brutalement, les entreprises ont transformé l'organisation du travail dans leurs entreprises, développé rapidement de nouveaux canaux de vente digitaux et déployé de nouveaux usages numériques pour assurer la continuité de service.

Cette transition rapide et forcée a également été une opportunité pour mettre en place des démarches de réduction de l'impact environnemental du numérique des entreprises : la qualité du code, les choix technologiques de serveurs ou d'architecture, les choix de matériels... Le numérique doit permettre de réduire la consommation énergétique ("Green IT"). Aujourd'hui il consomme 3 à 4 % des émissions de gaz à effet

de serre dans le monde et représente 2,5 % de l'empreinte carbone en France.

Des DATAS mieux utilisées et moins énergivores

L'international data corporation (IDC) estime que chaque personne dans le monde produit 1,7 Mo de données par seconde et 75 % sont des données personnelles. Le déploiement des usages liés aux objets connectés devrait démultiplier encore le volume de données. Une réflexion éthique et responsable du traitement des données émerge dans l'entreprise. On estime que ce dernier devrait être multiplié par 48 entre 2010 et 2025. Cette croissance exponentielle des données génère des enjeux de confiance de plus en plus prégnants pour les utilisateurs (la gestion des données personnelles) mais aussi pour les entreprises et les États (notamment la question majeure de la souveraineté et des positions monopolistiques d'une poignée d'acteurs, GAFAM et BATX).

Le numérique doit avoir un impact social et environnemental positif

Entre 2019, France Stratégie a initié les premiers travaux pour définir la " Responsabilité Numérique des Entreprises ". L'objectif ? Encourager les entreprises, les partenaires sociaux et les pouvoirs publics, à adopter des stratégies communes pour l'IT et la RSE. Cette tendance sous-tend l'idée que le numérique peut adopter les principes de la RSE : " *redevabilité, éthique et de partage entre les parties prenantes* ". En retour, ce changement de perception permet d'élargir, à son tour, le champ de la Responsabilité Sociale des Entreprises et d'y intégrer pleinement les équipes IT des entreprises.

Nous entrons dans une ère de Responsabilité

Les sujets d'impact environnemental et social sont au cœur des préoccupations actuelles de notre société. De grandes entreprises comme la SNCF s'emparent du sujet et veulent montrer que cette responsabilité peut être portée à grande échelle. Ainsi, il est à prévoir que nombreuses entreprises rejoindront ce mouvement de transformation majeur pour donner au numérique la place qu'il mérite, sa juste place dans notre société.

La Responsabilité Numérique des Entreprises propose donc une approche transversale et réflexive des enjeux du numérique pour les entreprises et pour la société. Cet élan provoque l'opportunité d'interroger le sens du progrès technique avec une vision à 360° de ses impacts, les moyens pour favoriser une conception responsable, et d'allonger la durée de vie des produits et de l'infrastructure de l'entreprise.

Pour aller plus loin sur ce sujet :

La Responsabilité Numérique des Entreprises, une démarche au service des engagements RSE

" Au sein de SNCF, nous portons le sujet sur trois axes : l'humain, la confiance et l'environnement. C'est important pour nous d'adresser ces trois piliers de manière équilibrée ", partage Julien Nicolas, directeur numérique du groupe SNCF.

L'axe humain se concentre sur les questions d'inclusion, d'accessibilité,

de mixité, de lutte contre l'illectronisme... Par exemple, le groupe a mis en place une équipe d'auditeurs en charge de vérifier l'accessibilité des applications développées. Ce focus s'étend également à ses collaborateurs internes, avec un plan de reconversion vers la filière numérique, considérée comme un vecteur de l'avenir pour les agents.

La confiance est largement sous-tendue par la donnée : *" La qualité de gestion des données, c'est un engagement de tous les jours pour la SNCF. Nous captions des données sur nos clients, pour permettre l'émission des billets pour 5 millions d'utilisateurs quotidiens. Ces données nous les conservons pour le bon usage et une durée nécessaire. Nous veillons également aux données personnelles des 275.000 collaborateurs du groupe."*

Enfin le groupe est très actif sur le pan environnemental. *" On a la chance de travailler sur un produit nativement 'green' : le train. Pour autant, nous avons la volonté d'aller encore plus loin grâce au numérique "*. Ainsi, le déploiement de l'écoconduite donne aux conducteurs des indications pour solliciter moins d'électricité et permet de réaliser de 8 % à 12 % d'économie d'énergie.

Depuis 2022, un bilan carbone de mobilité, basé sur la géolocalisation, est visible directement depuis l'application client SNCF Connect. Encore une fois, l'interne n'est pas oublié : en 2023 l'application "Mon e.carbone" permettra à chaque agent de suivre l'impact CO2 de son matériel informatique et de son utilisation des outils numériques, et de diffuser les bonnes pratiques d'hygiène numérique pour limiter cet impact.