

Les écoles du web voient la vie en vert

L'enjeu écologique s'invite aujourd'hui partout : à la maison, au bureau mais aussi à l'école. Chez SUP'Internet, qui forme ses étudiant·e·s aux métiers du web, protéger l'environnement est même devenu un défi du quotidien.

À mesure que l'Amazonie et l'Australie brûlent, que la banquise fond à vitesse grand V, la conscience écologique se généralise. Que ce soit chez les citoyen·enne·s ou dans les industries en passant par les écoles du web, le constat est sans appel : l'urgence climatique est réelle et le temps de l'action a sonné. D'autant que les conséquences du numérique sur la planète sont loin d'être anodines. D'après une étude de GreenIt publiée en octobre 2019, Internet est responsable de 3,8% des émissions de gaz à effet de serre à l'échelle mondiale. À cela s'ajoutent les consommations d'énergie primaire, d'eau et d'électricité. Résultat : si le numérique était un pays, il aurait deux ou trois fois l'empreinte de la France.

Face à ce constat, des acteurs veulent changer la donne. C'est le cas de SUP'Internet, l'école des hauts potentiels du web qui appartient au groupe IONIS, qui cherche à montrer l'exemple. « *On a l'impression - à tort - de ne pas forcément beaucoup polluer lorsqu'on travaille dans le numérique. À la rigueur, on observe parfois que l'ordinateur chauffe de temps en temps mais on ne se pose pas plus de questions que cela* », fait remarquer Marion Paldacci, directrice de l'école. Néanmoins, loin d'elle l'idée de fermer les yeux. Au contraire, chez SUP'Internet, veiller à réduire son impact sur l'environnement est un défi que relèvent au quotidien le staff et l'ensemble des 200 étudiant·e·s. Et pour cause, la pollution numérique existe bel et bien. « À

commencer par les composants qui sont très polluants, de même que leur fabrication », déplore la cheffe d'établissement. Selon un rapport de fin 2018, la fabrication d'un ordinateur portable de 2 kilos mobilise la bagatelle de 800 kilos de matières premières (plastique, aluminium, cuivre, métaux ferreux...) et génère 124 kilos de CO2. À titre de comparaison, le Ministère du Développement Durable situe les émissions de CO2 d'un aller-retour Paris-Amsterdam aux alentours de 250 kilos de CO2 par personne en voiture, et 270 kilos en avion. Mais si l'on creuse encore, il n'y a pas que la composition des matériaux qui pèche. « Pour rendre accessible des sites web, il est nécessaire de les héberger sur des serveurs. Cela requiert une énorme consommation d'énergie », poursuit Marion Paldacci.

Un Green Deal pour s'engager

Face à ce constat, le secteur cherche des solutions. Cela passe, en premier lieu, par le développement d'infrastructures moins énergivores. Marion Paldacci l'assure : *« Il est capital de réfléchir à la manière dont on consomme. On incite nos élèves à se renseigner sur des interfaces les moins polluantes, des structures moins lourdes qui permettront de moins consommer derrière. »*

S'il faut moins consommer, il s'agit en outre de mieux le faire. Du début jusqu'à la fin de la scolarité, dans les classes de SUP'Internet, la priorité est de veiller à sa consommation. Lors de la pause café, pas de gobelet jetable, chacun apporte son propre mug. En cours, on limite aussi au maximum sa consommation de papier et cela ne pose visiblement aucun problème à personne. À la rentrée de septembre 2019, l'école tech est même allé plus loin à travers la signature d'un Green Deal. De quoi est-il question ? Tout simplement, d'une charte qui engage SUP'Internet, ses étudiant·e·s, ses intervenant·e·s et professeurs ainsi que l'équipe pédagogique à opérer une transition plus écologique. Pour y parvenir, plusieurs objectifs doivent être atteints d'ici 2021. Parmi eux : la réduction de 20% de la consommation papier et du nombre d'e-mails envoyés et stockés ; la prolongation de vie des équipements numériques; ou encore la mise au point de projets écoresponsables évalués sur leur impact environnemental ou sociétal.

L'influence va-t-elle sauver la planète ?

Avec plusieurs camarades de classe, Catherine Eng a pris la mesure de l'enjeu. Pour son projet de fin d'études, l'équipe a imaginé Klyk, une plateforme mettant en lien des annonceurs ou marques avec des influenceurs. L'objectif ? Faire la promotion de produits qui s'inscrivent dans une démarche de développement durable. *« Mine de rien, les nouvelles générations comptent beaucoup sur l'avis et le regard des autres. Ce phénomène est flagrant sur les*

réseaux sociaux », analyse Catherine Eng, cheffe de projet de Klyk. L'étudiante de 24 ans enchaîne : « *Beaucoup d'influenceurs font aujourd'hui ce que l'on appelle des placements de produits. C'est par ce biais-là qu'on parvient à toucher un certain public. Et en termes d'écologie, les petits gestes font la différence.* » D'où le pari gagnant d'allier écoresponsabilité et influence.

Si Klyk cherche à davantage sensibiliser les jeunes générations à la question du développement durable, la plateforme promet de mettre en œuvre une politique green. Un point sur lequel s'entend l'équipe depuis les prémices du projet. « *Déjà, le site a été développé de manière à ce que le moins d'énergie possible soit consommée. Ensuite, nous imaginons un système de green points. L'idée, c'est que les entreprises distribuent des points aux influenceurs qui pourront les utiliser pour planter des arbres, assister à des séminaires sur l'environnement...* », détaille Catherine Eng. Preuve que monter un business n'est pas incompatible avec la conscience écologique. Dans les écoles du web comme dans les entreprises, les mentalités évoluent même si cela prend encore du temps.

« *Existe-t-il une bonne recette de cuisine à adopter pour tout le monde ? Adopter non, adapter certainement* », écrivait Marion Paldacci dans une tribune en septembre. La révolution verte ne fait que commencer.

Maddyness, partenaire média de Ionis Group