

La sensibilité des Français à l'égard  
de l'empreinte environnementale  
du digital



**55%** des Français ont pris conscience de l'empreinte écologique de leurs usages digitaux

Avec désormais plus d'un Français sur deux conscient de l'empreinte écologique du digital, les marques doivent plus que jamais entrer dans l'ère de l'éco-responsabilité numérique.

Olivier Vigneaux **BETC FULL SIX**

Réduire mon impact : oui



**68%**  
suppriment  
des mails



**65%**  
ferment systématiquement  
les applications et logiciels  
après utilisation



**61%**  
éteignent leurs  
écrans plutôt que de  
les laisser en veille

Dans leur grande majorité les Français veulent désormais réduire leur empreinte environnementale digitale. Mais ils ne savent pas tout à fait comment s'y prendre et attendent des marques qu'elles facilitent le mouvement.

Lionel Gomez **WUNDERMAN**

Réduire mon plaisir : non



**35%** des répondants (seulement) sont prêts à restreindre le streaming  
**14%** chez les 18-24 ans

La question des usages vidéo est particulièrement centrale puisque le streaming représente 60% du trafic mondial de données.

Mathieu Vicard **adren@line**

Diminuer mon empreinte, d'accord.

Mais comment ?



**7 Français sur 10**  
se disent insuffisamment informés  
sur la façon dont ils peuvent  
modifier leurs usages digitaux pour  
mieux protéger l'environnement

La prise de conscience est réelle face aux impacts du digital sur l'environnement. Mais l'heure est encore à expliquer comment appliquer ces changements. La pédagogie de la part de tous sera l'une des clés de cette réussite.

Lionel Damm **OPIC**



**9 Français sur 10**  
pensent que les marques ont un rôle à jouer pour les accompagner dans la réduction de leur empreinte environnementale

Les agences customer marketing doivent aujourd'hui imaginer avec leurs clients des dispositifs de communication plus respectueux et remettre en question ceux qui ne sont plus acceptables par les consommateurs.

Yan Claeysen **EPSILON**

Premières pistes pour devenir  
une marque plus responsable ?

**45%** des Français considèrent que les marques pourraient mettre en place des systèmes « propres » de livraison



**37%** pensent que les marques, par choix écologique, pourraient n'envoyer quasiment plus d'emails