

Communiqué
21 novembre 2019

#BlackIsTheNewGreen : ENGIE lance une opération de sensibilisation à la diminution de l’empreinte carbone de la communication digitale et entame la transformation de ses propres outils numériques en commençant par le site [engie.com](https://www.engie.com)

Avec #BlackIsTheNewGreen, lancé aujourd’hui par ENGIE, le Groupe s’engage en pionnier sur la voie d’une consommation numérique responsable pour diminuer l’empreinte carbone.

ENGIE est aujourd’hui l’un des leaders de la transition zéro-carbone, en accompagnant les particuliers, les entreprises et les collectivités dans la diminution de leurs consommations et le passage vers des sources d’énergies renouvelables. Alors que la consommation d’électricité de l’ensemble des infrastructures et usages digitaux représente à elle seule près de 10 % de la consommation mondiale¹. Il n’était plus possible de laisser de côté ce sujet.

Aujourd’hui, un nombre croissant d’hommes et de femmes à travers le monde ont intégré des écogestes dans leur vie quotidienne, dans leurs consommations, à domicile ou au travail, pourtant la consommation numérique est encore insuffisamment interrogée. Des démarches vertueuses existent et ENGIE entend contribuer à leur diffusion en les adoptant pour le groupe lui-même et en les faisant connaître du grand public au travers de la campagne #BlackIsTheNewGreen.

ENGIE s’engage dans cette démarche de façon humble car en la matière beaucoup reste à inventer et aucun acteur ne dispose des solutions tout seul. Les consciences et les communautés numériques à travers le monde sont les premières à innover. ENGIE souhaite rejoindre et participer à ce mouvement de co-construction.

Pourquoi ce nom #BlackIsTheNewGreen ? Les modes sombres, *black/dark mode*, qui se développent de plus en plus sur certaines applications pour smartphone ou certains systèmes d’exploitation permettent des économies d’énergie importantes. Un pixel noir consomme ainsi jusqu’à 60 % d’énergie de moins qu’un pixel blanc. Le sombre est donc définitivement le nouveau vert !

Le programme #BlackIsTheNewGreen d’ENGIE s’articule autour de 3 actions :

1. un site [engie.com](https://www.engie.com) rénové dont le poids en données a été divisé par 4 grâce à un travail complet d’éco-conception et disposant donc d’un mode sombre. Le groupe sera à l’écoute des contributeurs citoyens pour améliorer encore les résultats obtenus.
2. une réflexion sur la présence du Groupe en ligne pour adopter des formats, notamment de médias, images, vidéos, plus légers et moins énergivores.

¹ Numérique : le grand gâchis énergétique. CNRS, le journal

3. une campagne de sensibilisation auprès de ses collaborateurs et parties prenantes dont les e-influenceurs pour une prise de conscience de l'empreinte carbone des activités numériques au bureau comme au domicile ou sur smartphone, ouvrant ainsi une réflexion collective pour la transition énergétique du digital.

Un autre levier d'action est l'usage raisonné et l'optimisation des messageries électroniques. En effet, l'envoi d'un email avec une pièce jointe de 1 Mo émet environ 19 grammes de CO2. Multiplier par 10 le nombre des destinataires d'un mail multiplie par 4 son impact.²

[Le nouveau site internet www.engie.com](http://www.engie.com)

ENGIE a développé un nouveau site internet reposant sur des principes majeurs :

- utilisation des serveurs d'Amazon Web Services (AWS) alimentés via des sources d'énergies renouvelables à plus de 50%.
- Possibilité de basculer le site en Dark Mode, permettant entre 40 et 60% d'économies d'énergie selon les appareils³
- Technique « Lazy Load » : méthode d'optimisation des requêtes serveurs et de l'affichage
- Choix de partenaires externes éco-responsables (c'est-à-dire présentant un bilan carbone neutre)
- Frugalité et optimisation du contenu (4000 pages de moins, soit -80% et pilotage à la performance)

Site développé en association avec *Accenture*, déjà aux côtés du Groupe pour sa transformation digitale.

[Des campagnes de sensibilisation](#)

Ce programme s'articule autour de 3 principes : informer, faire comprendre et faire agir.

Différentes campagnes de sensibilisation sont déployées pour les salariés et sur les réseaux sociaux du Groupe, grâce entre autres, à des partenariats avec des e-influenceurs et le site d'information 20 minutes. Nous espérons toucher près de 2 millions de personnes avec cette action.

Contact presse au siège d'ENGIE :

① France : +33 (0)1 44 22 24 35

✉ : engiepress@engie.com

Contact e-influenceurs :

① : [xxxx](tel:xxxx)

✉ : xxxx



A propos d'ENGIE

Nous sommes un groupe mondial de référence dans l'énergie bas carbone et les services. Pour répondre à l'urgence climatique, notre ambition est de devenir le leader mondial de la transition zéro carbone « as a service » pour nos clients, notamment les entreprises et les collectivités territoriales.

² Source Adème

³ Source google : android dev summit 2019 - uniquement écrans OLED



Nous nous appuyons sur nos métiers clés (énergies renouvelables, gaz, services) pour proposer des solutions compétitives et sur-mesure.

Avec nos 160 000 collaborateurs, nos clients, nos partenaires et nos parties prenantes, nous formons une communauté d'Imaginative Builders, engagés chaque jour pour un progrès plus harmonieux.

Chiffre d'affaires en 2018 : 60,6 milliards d'euros. Coté à Paris et Bruxelles (ENGI), le Groupe est représenté dans les principaux indices financiers (CAC 40, DJ Euro Stoxx 50, Euronext 100, FTSE Eurotop 100, MSCI Europe) et extra-financiers (DJSI World, DJSI Europe et Euronext Vigeo Eiris - World 120, Eurozone 120, Europe 120, France 20, CAC 40 Governance).