

# Tech for good, développement durable, RSE... le numérique au service de l'intérêt général ?



**Philippe Coen, Avocat, Président et Fondateur de Respect Zone**

Respect Zone est une ONG française fondée il y a maintenant cinq ans. L'association se définit comme une Civic Tech spécialisée dans la lutte contre les cyber-violences, le harcèlement et les discriminations. Elle place le « respect numérique » au cœur de ses missions. L'initiative de Respect Zone a rencontré un fort succès et s'exporte désormais au-delà des frontières hexagonales (présence en Belgique, au Danemark, aux États-Unis...).

L'objectif de Respect Zone est de développer des solutions faciles à l'emploi qui aident les individus comme les entreprises à avoir un impact positif sur le monde numérique. Cela passe par des formations dans les écoles (éducation aux écrans, au numérique et à l'esprit critique) et en milieu professionnel, mais aussi par une aide à la réflexion sur des futurs textes de loi. L'association délivre également un label Respect Zone qui peut être adopté par les personnalités, les organisations, les entreprises, les établissements scolaires ou les villes s'engageant à respecter la charte de l'ONG. TF1 a adopté le label il y a deux ans. Facebook et Dentsu Aegis ont également adhéré au label.

Interrogé sur la capacité de Respect Zone à mettre les entreprises face à leurs responsabilités, son fondateur estime que ces dernières ont besoin d'être conseillées, notamment par des organisations comme la sienne qui sont indépendantes. S'il admet qu'elles ne peuvent agir seules, Philippe Coen insiste sur l'importance de l'auto-engagement. Selon lui, tous les acteurs de l'économie et des médias ont leur rôle à jouer et doivent se prendre en main pour ne pas rester silencieux dans un monde numérique qui peut s'avérer parfois violent et peu éthique. Le temps du numérique et celui des textes de loi sont différents. Le temps que le cadre réglementaire évolue, les contours d'internet ne sont déjà plus les mêmes. Les entreprises ne peuvent donc attendre que la loi leur impose un cadre à suivre et doivent initier elles-mêmes la démarche. L'auto-régulation est essentielle selon lui et la communauté des entreprises dispose d'un pouvoir d'influence sans commune mesure pour susciter de l'engagement auprès de ses propres salariés et du reste de la société.

Philippe Coen souhaite que les valeurs promues par Respect Zone rencontrent le même succès que celles du RGPD, qui aujourd'hui ne font plus débat. En ce sens, son association travaille en amont avec les entreprises et les organisations pour que chaque lancement de nouveau projet numérique prenne en considération le respect de la vie humaine. Concrètement, dans le cas des sites du groupe TF1, cela se traduit par la présence d'un logo Respect Zone avec un lien de renvoi vers le site de l'ONG pour sensibiliser le public

sur la responsabilité numérique.

Pour aller plus loin dans la prise de conscience de l'éthique numérique, Philippe Coen émet l'idée de revoir le mode de rétribution des collaborateurs d'une entreprise en les responsabilisant. Il considère que les salariés ne peuvent plus être évalués comme il y a 40 ou 50 ans et qu'une partie de leur rémunération devrait intégrer des objectifs liés à l'éthique numérique.



**Benjamin GRANGE, Président de Dentsu Consulting et administrateur général du Think Tank**  
**#culture\_numérique**

La Tech for Good doit en premier lieu résoudre le problème de l'exclusion numérique. Les Français ne sont pas naïfs, s'ils jugent plutôt positivement le numérique (pour 60% d'entre eux), ils constatent que la société est divisée et que la fracture numérique est évidente. Et, pour 75% des français, l'exclusion numérique est une véritable préoccupation. Il y a une prise de conscience et les entreprises réagissent avec le mouvement Tech for Good. Mais il faut distinguer les entreprises qui ne réagissent que par pragmatisme, pour lesquelles Tech for Good n'est qu'une forme de compensation, un outil de communication, de celles qui se lancent dans le mouvement avec des convictions réelles.

D'ailleurs, si les entreprises font de plus en plus d'efforts, celles du numérique, start-ups ou licornes ne sont pas toujours les plus vertueuses. Les choses changent peu à peu et leurs pratiques ont tendance à rejoindre celles des grands groupes. De toute façon, elles n'ont plus le choix. Tech for Good est un mouvement global dans la société et plus personne ne peut s'en exonérer.

Au-delà des entreprises et de l'action publique nécessaire, la question de l'exclusion et de l'inclusion numérique relève aussi de chaque individu. C'est un état d'esprit. Il faut se former au numérique en permanence.



**Antoine Troesch, Directeur des investissements, Caisse des Dépôts**

La Caisse des Dépôts est le « bras armé » de l'État pour le développement numérique des collectivités locales et de leurs territoires. L'intérêt général est inscrit dans l'ADN de ses missions et la logique de Tech for Good est partie prenante de son mode de réflexion. Antoine Troesch rappelle que l'institution s'intéresse à tous les sujets liés au numérique :

- **Développement des infrastructures pour réduire la fracture numérique.** Pour cela, le Plan Très Haut Débit France ambitionne de couvrir 36 millions de locaux à l'horizon 2025. Le directeur des investissements de la Caisse des Dépôts précise que sans aide publique, 16 millions de locaux – les plus fragiles – seraient laissés-pour-compte. Les zones d'initiative publique mêlant acteurs privés et publics ont été créées en ce sens et la Banque des territoires devrait financer près de 10 millions de locaux.
- **Numérisation des services publics pour pallier le sentiment d'abandon par l'administration.** Dans le cadre de sa réforme de modernisation du service public, l'État prévoit une bascule quasi-totale au tout numérique à l'horizon 2022-2023. Une situation qui pourrait aggraver le phénomène d'exclusion numérique. Pour les 25% de Français qui ne peuvent effectuer leurs démarches administratives en ligne, la Caisse des Dépôts travaille à la mise en place de solutions : pour ceux qui savent utiliser internet mais ne disposent pas d'une connexion ou de matériel de saisie au sein de leur foyer (ouverture de près de 500 maisons France Services début 2020) comme pour ceux qui sont équipés mais éprouvent des difficultés avec l'outil informatique (formations pour les éduquer aux écrans et au numérique).
- **Déploiement de services numériques à destination des villes et des citoyens.** La Caisse des Dépôts aide au développement d'outils numériques de participation citoyenne pour favoriser l'engagement et la démocratie directe. L'établissement public travaille également avec les villes pour le développement de « smart cities » qui les aideront à répondre aux enjeux urbains de manière durable (transition écologique et énergétique, urbanisation responsable et innovante, habitat intelligent et durable, mobilité multimodale...).

Antoine Troesch estime que responsabilités sociale et environnementale sont étroitement liées. Selon lui, la Tech for Good doit être au service de tous, elle doit faire progresser les infrastructures et les services pour l'ensemble des citoyens sans distinction et éviter ainsi toute fracture.

Antoine Troesch rejoint par ailleurs l'idée que certaines entreprises suivent aujourd'hui le mouvement de la Tech for Good pour une question d'image (logique de compensation) et manquent de sincérité dans leur démarche. Il va plus loin en pointant du doigt certains groupes dont le business model entraîne du Tech for Bad pour les utilisateurs. *A contrario*, il salue les entreprises qui ont réellement pris conscience des enjeux éthiques liés au numérique et aux technologies – peu importe que cette prise de conscience se soit faite seule ou qu'il ait fallu attendre d'être challengé par des collaborateurs ou des consommateurs... l'important est que ces entreprises soient réellement impliquées et que cela se traduise par une transformation de leur modèle ou de leur mode de fonctionnement.

Enfin, Antoine Troesch n'en oublie pas le rôle de l'État et des organisations publiques qui est primordial pour injecter des moyens, réguler, proposer des solutions en matière de fiscalité et ainsi faire bouger le système.



**Virginie LAFLEUR, Directrice de la communication,  
Lagardère Studios**

Lagardère Studios est engagé dans une démarche forte de réduction de l'empreinte carbone de ses productions audiovisuelles. La Tech for Good est entrée dans l'entreprise. Le déclic fut la publication d'un classement de l'impact carbone des différents secteurs industriels. La production audiovisuelle se plaçait comme le onzième secteur le plus polluant. Les industries de contenus ont une responsabilité pour faire passer les bons messages et pour produire de manière responsable.

Lagardère Studios forme l'ensemble de ses équipes à la RSE. C'est un travail compliqué car la production audiovisuelle a recours à de nombreux prestataires et intermittents du spectacle. Beaucoup de personnes sont donc impliquées sur les tournages. Sans parler des invités (rien que pour l'émission *Ça Commence Aujourd'hui* diffusée sur France 2, on parle de 2 800 invités à gérer chaque année) qui doivent se déplacer, se restaurer...

Concrètement, Lagardère Studios utilise l'outil Carbon'Clap qui permet de calculer l'impact écologique de tous les paramètres d'un tournage, déplacement, consommation d'électricité, décor, cantine, déchet... Les déplacements en avion sont remplacés par des déplacements en train. Les lumières des plateaux sont remplacées par des LED. Les gobelets et bouteilles d'eau en plastique sont remplacés. Le groupe a également mutualisé les moyens technologiques pour l'ensemble de ses entités.

Mais la clé reste la communication, l'évangélisation au sein de l'entreprise en identifiant notamment les bons ambassadeurs dans chaque structure. Et ça marche : les réticences du début ont laissé place à un véritable engouement.

