

# Baromètre de l'Eco- Conception Digitale Édition 2023

Septembre 2023

# Rendez-vous le 28 Septembre 2023 !

## Au programme :

9h

Résultats et enseignements  
du baromètre de l'éco  
conception digitale 2023



**Frédéric Bordage**  
Fondateur collectif  
GreenIT.fr



**Sandrine  
Vissot-Kelemen**  
Présidente Razorfish  
France



**Ombeline Nguyen**  
Directrice des  
Stratégies & Data  
Razorfish France



**Samuel Sainton**  
Consultant  
Analytics Razorfish  
France

9h50

Table ronde  
*"Retours d'expérience et  
témoignages"*

10h30



Animée par

**Charlotte Dollot**  
Directrice Générale  
Razorfish France



**Lise Breteau**  
Avocate au Barreau de  
Paris, membre du  
collectif GreenIT.fr



**Anne Imbert**  
EVP Marque,  
Sponsoring et Contenus  
- Groupe Orange



**Bastien Mirault**  
DSI - Groupe Unibail-  
Rodamco-Westfield

# Razorfish x GreenIT : 2ème année pour le Baromètre de l'Eco- Conception Digitale !

Le digital est un sujet de responsabilité dans son usage ... mais aussi dans sa conception.

C'est pourquoi nous avons voulu étudier pour cette 2ème édition du Baromètre un éventail encore plus large de l'économie et de la consommation françaises : toujours les 40 sites corporate du CAC40, les 40 sites e-commerce les plus visités, soit 20 de plus qu'en 2022, et aussi désormais les sites web de nos licornes françaises.

Les entreprises ont-elles pris la mesure de leur responsabilité digitale et diminué leurs impacts environnementaux vs. 2022 ?

## 2 objectifs pour ce Baromètre 2023

Faire l'état des lieux  
des des scores et  
classements vs. 2022

Partager les bonnes pratiques  
pour motiver l'ensemble des  
acteurs vers la construction  
d'un numérique plus  
responsable



**Frédéric  
Bordage**

Fondateur collectif GreenIT.fr

« J'ai créé l'EcoIndex pour aider les organisations du numérique à réduire leurs impacts environnementaux. Ce Baromètre de l'Eco-Conception Digitale complète la démarche avec une vision d'ensemble du marché qui permet à chaque acteur de se situer »



**Sandrine  
Vissot-Kelemen**

Présidente Directrice Générale  
de Razorfish France

« Nous voulons pousser le marché à prendre en compte l'impact de plus en plus important du digital sur notre planète et utiliser le levier qui est le nôtre : notre rôle de conseil auprès des entreprises. Et leur dire que si, il est possible de conjuguer performance digitale et performance environnementale »

## Éco-conception digitale



Environ 11 400 000 résultats

26 X plus qu'en 2022

**Permettre à l'utilisateur d'atteindre son but avec le moins de ressources numériques possibles.**

- **Diminuer la puissance** informatique nécessaire
- **Réduire la quantité** de traitements et de données
- **Minimiser le temps** passé par l'internaute devant son terminal, ...

**Pourquoi c'est important?**

**Des expériences de plus en plus gourmandes**

**x155**

L'augmentation du poids d'une page Web en 20 ans (entre 1995 et 2021)(1).

**Des terminaux qu'on renouvelle souvent parce qu'ils rament**

Tous les  
**2 ans**

les Français changent de téléphone tous les 2 ans en moyenne et dans 88% parce qu'il rame(2).

Explosion des impacts environnementaux du digital

**5-6%**

de l'**empreinte GES mondiale d'ici 2025** (4-5% pour le secteur aérien en 2019)<sup>(1)</sup>. Ce qui correspond à une hausse de presque 300% entre 2010 (2%) et 2025 !

**40%**

du "**budget soutenable**" d'un Européen<sup>(2)</sup> Sur la tonne d'émission de CO2eq souhaitable pour chaque Européen et permettant d'éviter le réchauffement de la planète

PÉRIMÈTRE DU BAROMÈTRE 2023

**108 sites web analysés** au travers des 10 pages les plus visitées

**1 080**

**URLS web scannées**

Les 10 pages les plus visitées sur ces sites web selon SEM RUSH<sup>1</sup>

**2,9**

**milliards de pages web vues**

Le nombre de pages vues associées à ces pages selon SEM RUSH<sup>1</sup> pour en estimer l'impact environnemental

Similaire à 2022

**Représentatifs du paysage économique**

**Le CAC 40**

Les 40 **sites corporate** du CAC40<sup>2</sup>

Augmenté vs. 2022

**Représentatifs du quotidien des Français**

**Le top 40 e-commerce**

Les 40 **sites e-commerce** les plus visités par les Français<sup>3</sup>

Nouveau vs. 2022

**Représentatifs du numérique de demain**

**Les 28 licornes françaises**

Les 28 **sites (vitrine, services ou e-commerce)** des licornes françaises<sup>4</sup>

Période de scan et d'étude: Mai - Juin 2023

<sup>1</sup>Analyse réalisée sur la base des 10 pages les plus visitées de chacun des 90 sites sur la base des estimations de SEMRUSH, outil de SEO Analytics

<sup>2</sup>Composition CAC 40 Euronext au 1 Janvier 2023.

<sup>3</sup>Classement des 100 sites e-commerce du 2ème semestre 2022 selon E-commerce Nation

<sup>4</sup>Liste des Licornes selon Junto - sur la base d'une valorisation annoncée à plus d'1 milliard de dollars

40 sites déjà présents dans  
le Baromètre 2022

## 40 sites du CAC 40



### SITES CORPORATE

Air Liquide	Michelin
Airbus	Orange
Alstom	Pernod Ricard
Arcelormittal	Publicis
AXA	Renault
BNP Paribas	Safran
Bouygues	Saint-Gobain
Capgemini	Sanofi
Carrefour	Schneider Electric
Credit Agricole	Société Générale
Danone	Stellantis
Dassault Systemes	STMicroelectronics
Engie	Teleperformance
Essilor Luxottica	Thales
Eurofins Scientific	Total Energies
Hermès	Unibail-Rodamco-Westfield
Kering	Veolia
L'Oréal	Vinci
Legrand	Vivendi
LVMH	Worldline

16 sites déjà présents dans  
le Baromètre 2022

## TOP 40 du e-commerce en France



### SITES MARCHANDS

Air France	H&M
AirBnB	Ikea
AliExpress	Intermarché
Amazon	Kiabi
Apple	La Redoute
Asos	Leclerc
Auchan	Leclerc Drive
Booking	Leroy Merlin
Boulangier	Nike
Brico Depot	Rakuten
But	Samsung
Carrefour Market	Sephora
Castorama	Shein
Cdiscount	SNCF Connect
Conforama	Trainline
Darty	U Drive
Decathlon	Uber Eats
Ebay	Vinted
Etsy	Zalando
FNAC	

1 site déjà présent dans le  
Baromètre 2022

## Top 28 des licornes françaises



### SITES VITRINE, SERVICIEL ET MARCHANDS

AirCall	OVH Cloud
Alan	PayFit
Ankorstore	Qonto
Contentsquare	Shift Technology
BackMarket	Sorare
Believe	Talend
Blablacar	Veepee
Deezer	Vestiaire Collective
Doctolib	Voodoo
Ecovadis	
Exotec	
Ivalua	
Kyriba	
Ledger	
Lydia	
ManoMano	
Meero	
Mirakl	
NW Groupe	

## MÉTHODOLOGIE

Une note attribuée grâce à l'EcoIndex, le « Yuka » des expériences en ligne



Le score est attribué grâce à la mesure de 3 paramètres, chacun pondéré différemment par l'algorithme de l'EcoIndex

Le nombre d'éléments de la page (DOM<sup>1</sup>)

x3

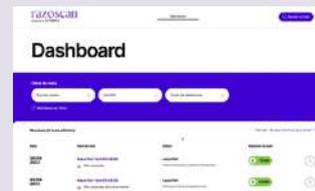
Le nombre de requêtes HTTP

X2

Le poids de la page

X1

Un scan des 1080 URLs rendu possible grâce à l'outil d'automatisation et d'historicisation de Razorfish France, le Razoscan

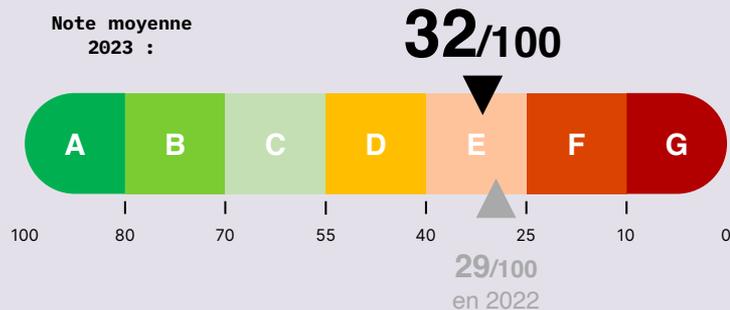


Un protocole aligné avec le protocole défini par la déclaration environnementale de l'AACC et de Green IT, et qui permet:

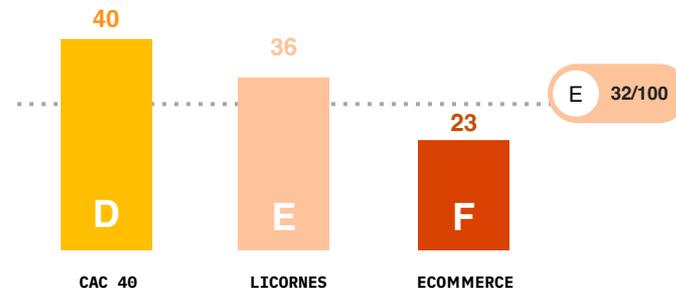
- De comparer par rapport à l'année dernière
- De prendre en compte des bonnes pratiques telles que le lazy loading en limitant l'impact de facteurs contextuels (IP, Device...)

## RÉSULTATS CLÉS

# Une moyenne générale 2023 en légère évolution mais toujours faible



# Des acteurs plus performants que d'autres



> Une amélioration nette du CAC40 : +6pts vs. 2022 !

> Des licornes qu'on aurait pensé plus performantes

> Des sites e-commerces qui stagne : +5pts vs. 2022 liés aux nouveaux entrants sur la catégorie. A isopérimètre vs. 2022, la moyenne n'a pas changé.

# Le podium de chaque catégorie



## PODIUM ECOMMERCE

1	Trainline	54	D
2	Leclerc Drive	47	D
3	Uber Eats	42	D
4	Ebay	42	D
5	Leclerc	41	D
6	AliExpress	38 ↗	E
7	Air France	35	E
8	Booking.com	31	E
9	AirBnB	30	E
10	Etsy	29	E



## PODIUM LICORNES

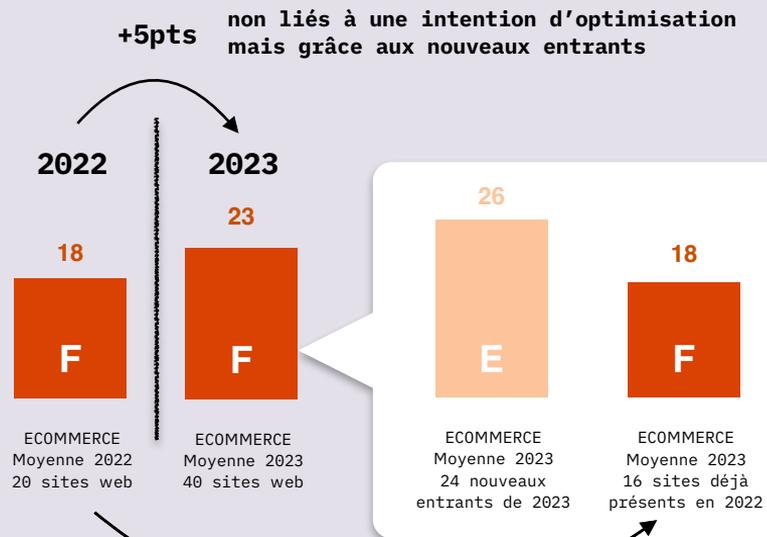
NW Groupe	65	C
Meero	61	C
Deezer	59	C
Lydia	58	C
Ecovadis	56	C
Payfit	44	D
Blablacar	44	D
Talend	43	D
Voodoo	42	D
Exocet	42	D



## PODIUM CAC40

Unibail-RW	65 ↗	C
ArcelorMittal	60 →	C
Engie	60 ↗	C
Publicis Groupe	58 →	C
Essilor Luxottica	56 ↘	C
Crédit Agricole	55 ↗	C
Axa	54 ↗	D
Orange	53 ↗	D
TotalEnergies	52 ↗	D
Vinci	51 ↘	D

## Le e-commerce : une urgence à agir en matière d'éco-conception digitale !



Une stagnation à isopérimètre

L'échantillon représentatif mais restreint des 40 sites, soit 400 pages scannées pour le Baromètre, représente :

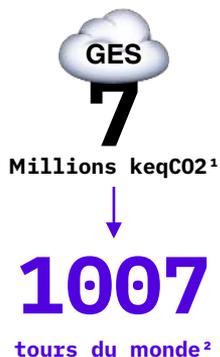
# 2,7

milliards de pages vues sur un an de visites, selon SemRush

# 1,3%

du total des pages e-commerce vues par an en France selon une estimation Razorfish France\*

## Des impacts environnementaux annuels conséquents !



Sources : \*Selon une estimation de 201 milliards de pages vues en un an sur les sites e-commerce en France, estimation basée sur le nombre de pages vues des sessions acheteuses - 22 en moyenne selon Content Square - croisé au nombre de transactions en 2022 en France - 2,3 milliards selon Francanum.gouv.fr, auxquelles sont ajoutées les estimations des pages vues des sessions non acheteuses déduites du taux de conversion moyen de 2,96% selon Content Square et d'une hypothèse arbitraire de 2 pages vue en moyenne par session non acheteuse. (1) Equivalence calculée par GreenIT.fr. (2) En se basant sur une distance moyenne parcourue de 45 millions de kms pour 7,6 millions keqCO<sub>2</sub> rejetés.

(3) En se basant sur une moyenne de 146 litres d'eau consommée par jour selon le volume d'eau potable consommé par habitant par jour en 2016 publié par Eau France en 2020.

Pas un sujet de complexité mais plutôt de priorité : l'optimisation est à portée de main !

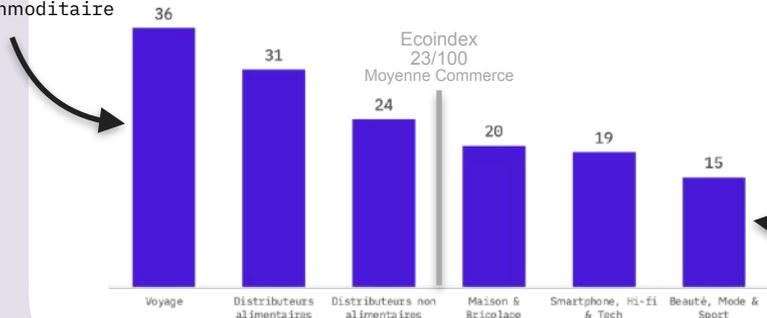
**PAR NATURE, les sites e-commerce ont davantage de contraintes de conception et de fonctionnalités à proposer, ce qui pèse sur le score d'éco-conception :**

Contraintes en termes d'affichage de prix, d'information produits, de stock, mais aussi en termes de gestion de paiement sécurisé, d'ouverture et de gestion de comptes clients...

**Et le secteur d'activité peut jouer dans une certaine mesure :**

Moyenne par secteur du score d'écoconception des sites e-commerces TOP40

Univers plus  
commoditaire

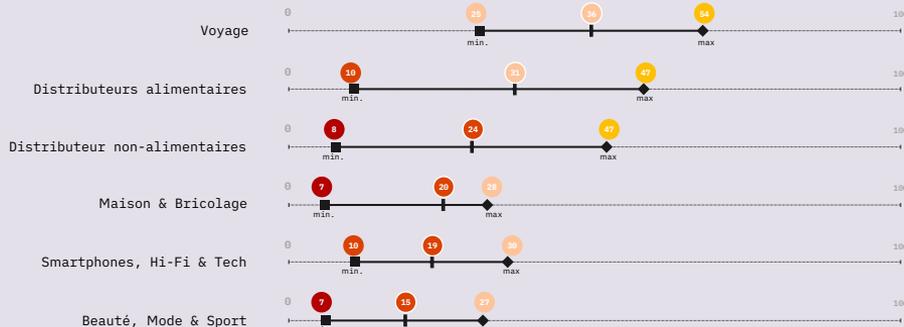


Plus large  
catalogue produit

Importance  
plus grande  
de l'image  
de marque

**MAIS EN REALITE, il n'y a pas de fatalité au sein d'un même secteur :**

Avec une distribution des scores qui va du simple au double voire au quintuple au sein de chaque secteur d'activité !

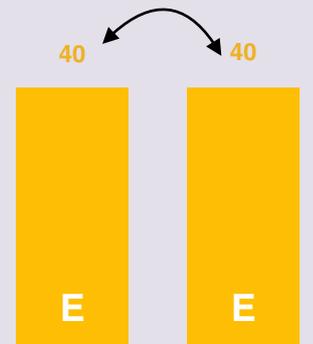


**Des optimisations sont possibles, quel que soit le type de page :** priorisation des contenus, réduction du poids des images, simplification de la conception des pages.

Plus de détail avec des exemples concrets le Jour J.

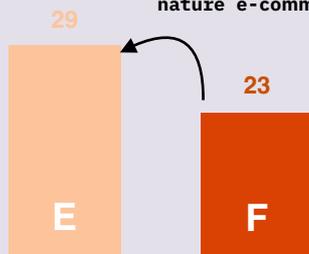
Les licornes se positionnent dans la moyenne... leur ADN RSE & digital-native fait peu la différence

Scores similaires pour des sites à nature informationnelle



CAC40 Sites Corporate Moyenne 2023  
LICORNES Sites vitrines Moyenne 2023

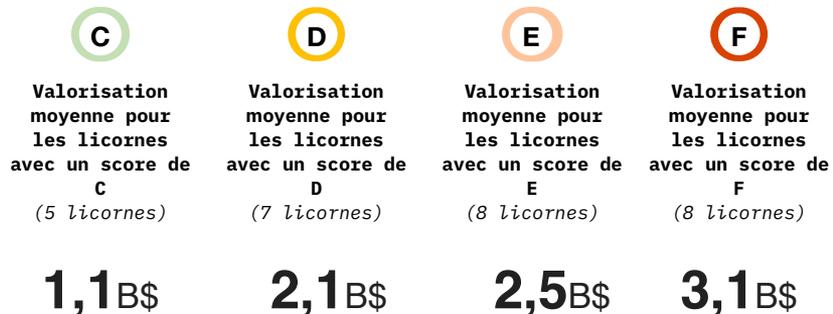
+26% pour les sites de nature e-commerce



LICORNES Sites e-commerce Moyenne 2023  
ECOMMERCE Moyenne 2023

La valorisation : un frein à l'éco-conception digitale ?

Plus elle est importante, plus le score d'EcoIndex est faible :



Mais ce n'est pas non plus une fatalité :



Le CAC40 s'empare du sujet et optimise ses sites Corporate pour des résultats tangibles !

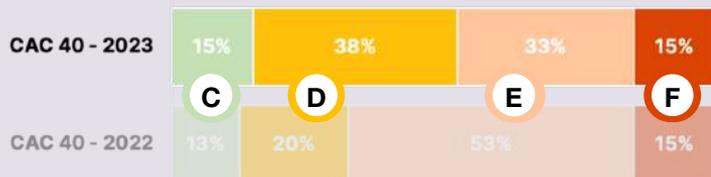
**75%**

des sites corporate du CAC40 ont progressé en 2023

**50%**

des sites corporate du CAC40 ont progressé de **>+10pts** en 2023

**48%** sites Corporate ont C ou D vs. seulement **32%** en 2022



## Une progression, quel que soit le score initial de 2022



## Des résultats, quel que soit le niveau d'effort investi

**De l'effort simple côté Métiers & UX :** en simplifiant les pages et en rationalisant / priorisant les contenus et fonctionnalités sur les pages pour répondre aux besoins clés utilisateurs

**A l'effort medium côté Tech :** la simplification du code en retirant le superflu, ce qui permet de réduire son DOM, pondéré à 3 dans l'EcoIndex

**Jusqu'à un effort plus important côté Métiers, UX et Tech :** la refonte des pages et du site, avec une réflexion à porter dès la conception de l'expérience pour la penser la plus simple et directe possible (bénéfices directs pour les utilisateurs, le business & sur le score d'éco-conception) et ensuite dans sa construction technique et opérationnelle pour limiter le superflu (nombres d'éléments, poids des images...)

*Des exemples concrets seront présentés le Jour J.*

## A RETENIR SUR LES RÉSULTATS 2023

Les scores d'éco-conception digitale révèlent **2 mondes**

**au sein des entreprises:**

- **d'un côté le Corporate** qui a à coeur de démontrer ses engagements RSE et a priorisé le sujet
- **de l'autre le Business** qui n'a pas encore pris la mesure des enjeux d'éco-conception digitale

**Pas de fatalité ! Quels que soient la nature des sites, le secteur d'activité, ou le type de pages web, il est possible de conjuguer performances digitale et environnementale.**

Des scores qui vont du simple au double, voire au quintuple, pour des services ou pages produits similaires.

**Des résultats immédiats et tangibles, quels que soient le score initial et le niveau d'effort.**

Du ménage de printemps des contenus à la refonte des expériences, l'impact positif sur l'environnement est immédiatement mesurable.

**« Ce qui ne se mesure pas ne s'améliore pas »**

**En savoir plus**

[razoscan@razorfish.fr](mailto:razoscan@razorfish.fr)

[info@greenit.fr](mailto:info@greenit.fr)



razorfish

