

Jalon 30

Les appareils et les services numériques sont soumis à des **instruments incitatifs et coercitifs** selon leur empreinte environnementale (énergie/matière) et les besoins auxquels ils répondent (essentiels/non essentiels)

Pourquoi ce jalon ?

- Le numérique est aujourd’hui autant utilisé pour des usages qui améliorent la qualité de vie (opérations chirurgicales, modélisation pour aider à la prévision du climat, optimisation des réseaux de transport) que pour des usages principalement commerciaux, à faible utilité sociétale (brosse à dents ou frigo connecté, publicité dans les lieux publics). Étant donné la nécessité à court terme de faire changer drastiquement les trajectoires du numérique, il semble nécessaire de mettre en place des mécanismes pour prioriser la ressource numérique là où elle répond à des besoins essentiels (voir jalon 21). En complément aux efforts de sensibilisation (jalons 2, 9 et 13) et de changement dans l’offre de biens et services numériques (jalons 3, 6, 23, 24 et 28), ce jalon propose la mise en place d’instruments incitatifs et coercitifs pour favoriser les appareils et services numériques moins impactant sur l’environnement et répondant à des besoins plus essentiels, tels que déterminés par les mécanismes de priorisation collective (jalon 26).

Niveau d’avancement

| | | | | | |
|--------------------|-----------------------------|---------------|-----------------|---------------------|---------------|
| Mauvaise direction | On est au point mort | On se prépare | On est en route | On est bien avancés | Jalon atteint |
|--------------------|-----------------------------|---------------|-----------------|---------------------|---------------|

Qui doit être mobilisé ?



Gouvernements : gouvernement provincial, gouvernement fédéral



Investisseur-euse-s



Entreprises du numérique



Société civile



Institutions d’enseignement et de recherche

Comment pourrait-on s'y rendre?

Si l'introduction de mécanismes coercitifs marque un changement important de modèle de société, et donc nécessite du temps, un certain nombre de chantiers plus proches des pratiques actuelles pourraient être explorés à plus court terme, notamment :

- **L'écofiscalité**, qui consiste à influencer le prix afin d'y inclure des considérations environnementales. Ainsi, les produits et services ayant une empreinte environnementale plus conséquente (ou répondant à des besoins moins essentiels dans ce cadre) verraient leur coût gonflé par une taxe, alors qu'on pourrait diminuer par une subvention le prix des produits et services ayant une empreinte environnementale plus faible (ou répondant à des besoins essentiels). Au Québec, la TVA pourrait par exemple être ajustée pour valoriser les appareils et services numériques essentiels et ceux ayant une plus faible empreinte environnementale (à l'image des produits alimentaires de base détaxés au Québec par rapport aux produits dits «de luxe» et ceux préparés);
- **L'élargissement du marché du carbone au secteur numérique**, avec un cap décroissant sur les émissions totales du secteur et des permis d'émissions échangeables;
- **Les mécanismes liés à l'économie comportementale**, comme les *nudges*, pour rendre les produits plus néfastes, moins attractifs ou moins pratiques;
- **L'offre de crédit d'impôt** pour la première acquisition d'appareils numériques jugés essentiels, couplée à des mesures pour assurer leur entretien et prolonger leur utilisation;
- **L'instauration d'une taxe carbone aux frontières** canadiennes pour les produits numériques importés, afin d'internaliser les émissions issues de la fabrication et de valoriser comparativement les appareils issus du réemploi (voir jalons 10 et 19).

Avec une volonté réglementaire plus ambitieuse, nous pourrions même imaginer :

- **L'encadrement des mécanismes de design addictifs et de la publicité** (voir jalon 30), tels que le *scroll* infini, le préchargement des vidéos, la lecture automatique, les mécanismes de suggestion de contenus;
- **L'encadrement de la publicité et le suivi de tierce partie** sur le web;
- **L'intégration d'obligations de design sobre pour les sites jugés essentiels, tels que ceux qui hébergent des services publics** (p. ex. : la nécessité d'être suffisamment léger pour être chargé sur un réseau 3G ou un ancien modèle de cellulaire);
- **L'obligation pour les plateformes numériques de valoriser les sites plus sobres dans les fonctions de recherche** (intégration des critères de sobriété numérique dans les algorithmes de recherche non discriminants, option de filtrage, etc.);
- **L'interdiction des services numériques à très faible utilité sociétale** comme la publicité commerciale dans les lieux publics ou dans les lieux d'éducation.

Enfin, dans une logique de renoncement plus général, plusieurs idées émergent de la littérature :

La mise en place d'un budget carbone (ou encore un compte, une carte), qui traduirait les objectifs de réduction d'émissions nationaux en droits d'émissions individuels pour chaque résident. Alors que certain-e-s proposent d'y ajouter l'existence d'une bourse d'échange permettant l'achat de quotas excédentaires, d'autres parlent plutôt d'un **plafond absolu et non-négociable**, mais démocratiquement déterminé et adapté aux situations territoriales (qui pourraient être liées à des contraintes différentes), pour éviter de favoriser les personnes les plus aisées et d'en faire un « droit de polluer ». Dans le cadre du numérique, cela pourrait se traduire par exemple par un certain nombre d'appareils ou une quantité de données déterminée.

Qu'est-ce qui peut faciliter ce changement ?

- L'existence d'un marché du carbone au Québec, avec des permis échangeables. Celui-ci concerne pour le moment les grandes entreprises et leurs émissions de gaz à effet de serre, mais la logique pourrait s'étendre aux biens de consommation, y compris les biens et services numériques.
- D'autres secteurs développeront sans doute des mécanismes de répartition au cours des prochaines décennies, en lien avec la raréfaction d'autres types de ressources (telles que l'eau, ou le phosphore pour l'agriculture).

Qu'est-ce qui peut freiner sa mise en œuvre ?

- La mise en œuvre de ce jalon se heurte à deux types de blocages significatifs : d'une part, la distinction entre les besoins essentiels et superflus dans le numérique est plus arbitraire et nécessite des itérations plus fréquentes que pour d'autres types de produits comme l'alimentaire (voir jalon 21), car les besoins diffèrent significativement d'une personne à une autre et sont amenés à changer régulièrement. D'autre part, il est aujourd'hui très difficile et coûteux d'identifier l'ensemble des impacts environnementaux générés pour chaque bien ou service numérique, puisque cela nécessite des outils de calcul adaptés (voir jalon 1). Cependant, des ordres de grandeur pourraient suffire à établir des paliers comparatifs.
- Traditionnellement, il semble beaucoup plus facile de mettre en place des dispositifs incitatifs que des mécanismes coercitifs dans une économie de marché.

Qu'est-ce qu'il reste à éclaircir ?

- Comment intégrer des mesures favorisant l'écofiscalité sans qu'elles ne deviennent des « droits de polluer » et pénalisent principalement les ménages à plus faible revenu ?
- Au-delà des émissions, la fabrication des appareils numériques génère un certain nombre d'impacts environnementaux et sociaux : déplétion de ressources, pertes d'écosystème, pollution de biens communs, conditions de travail inhumaines, pollutions locales et toxicité. Comment intégrer ces facteurs non mesurés par l'empreinte carbone et parfois irréversibles ?

Ressources

Bonnet, Landivar et Monnin (2021) Héritage et fermeture – Une écologie du démantèlement

Chiroleu-Assouline, M. (2011) La fiscalité environnementale, instrument économique par excellence. Revue française de finances publiques-RFFP, (114), 17-25.

Kestemont, B., La Revue Nouvelle (mars 2012) Un dollar une voix? Limites de l'internalisation des coûts environnementaux.

OCDE (1972) Recommandation du Conseil sur les principes directeurs relatifs aux aspects économiques des politiques de l'environnement sur le plan international, Document N°C (72) 128, Paris.

Velmuradova, M. (2020) Communication environnementale et du développement durable : inciter au changement du comportement par des *nudges* ?

Socialter (février 2022) À quoi devons-nous renoncer ?