

Surfer écolo sur le web, c'est possible !

Et si on pouvait surfer sur le web en protégeant la nature? C'est ce qu'affirme Christian Kroll. Le créateur du moteur de recherche *Ecosia* a trouvé le moyen de transformer le temps passé sur internet en arbres, pour compenser notre pollution numérique. Parce qu'on était sceptique, on a vérifié. Enquête.

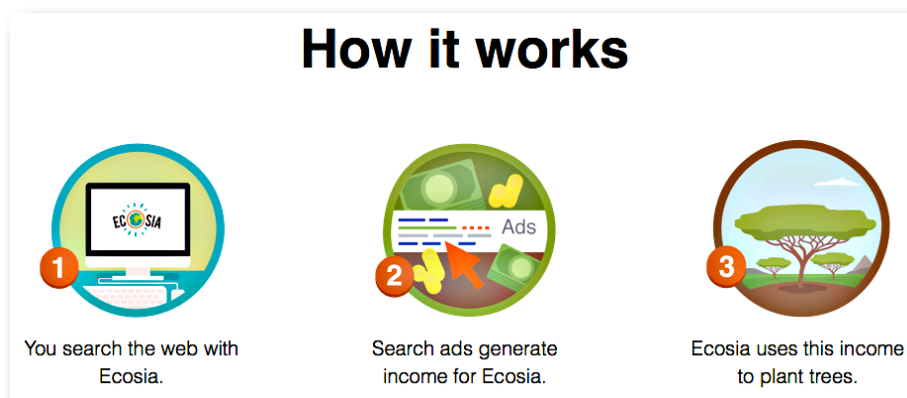


Que l'on s'en rende compte ou non, au fil de nos recherches, de l'argent est généré par la pub, et même beaucoup. L'idée du fondateur d'*Ecosia*: réinjecter ces revenus dans des projets solidaires et environnementaux. Plutôt ingénieux à l'heure où l'usage massif d'internet devient un problème écologique majeur.

Pour rappel, nos informations sont stockées dans des *Data-centers*, dédiés à la conservation des données numériques. Or, ces installations consomment énormément en électricité - l'activité numérique serait responsable de 2% des émissions de CO2 au niveau mondial, soit autant que l'aviation civile.

Ecosia, le moteur de recherche écolo le plus prometteur

Ecosia est ce que l'on appelle un *méta-moteur*, c'est-à-dire qu'il puise ses informations dans la base de données d'un autre moteur de recherche. En l'occurrence *Bing*, le moteur de *Microsoft*, a accepté de partager avec *Ecosia* ses revenus liés à la pub (à savoir uniquement ceux générés par les clics, et pas ceux issus du paiement des annonceurs). Ce qu'il ne ferait sûrement pas si, comme *Google*, *Bing* possédait 96% du marché français.



En France, il existe d'autres méta-moteurs moins connus, comme *Ecogine* et *Lilo*. Le premier a été lancé par trois étudiants de polytechnique en 2007 et reverse ses revenus à des associations

écologiques (souvent françaises) pour lesquelles les utilisateurs ont voté en ligne. À la différence des gestionnaires d'*Ecosia* (créé lui en 2009), ses créateurs n'en font pas leur activité principale. Quant à *Lilo*, le moteur transforme les gains de nos recherches en gouttes d'eau qui serviront à financer les projets solidaires de notre choix, sociaux ou environnementaux. Créé en 2014, il compte déjà 130 000 utilisateurs contre 5 millions pour *Ecosia*, car l'entreprise cible essentiellement le marché français.

Des arbres sont vraiment plantés grâce à vos clics

Peut-on se fier au compteur qui s'affiche sur la page d'accueil du moteur de recherche? On y voit défiler le nombre d'arbres plantés par *Ecosia*. Les chiffres déroulent à toute vitesse, au rythme de nos clics. Grisé, l'internaute peut être tenté de cliquer plus pour planter plus. Mais les "faux-clics" peuvent perturber la relation aux annonceurs et donc, le fonctionnement d'*Ecosia*. Déjà, mieux vaut conserver son comportement habituel.

Le décompte résulte d'un calcul alliant l'expertise des membres d'*Ecosia* spécialisés en agroforesterie, et des professionnels de terrain. Seules les pousses ayant prises s'affichent au compteur. Déjà 7 millions d'arbres ont été plantés grâce au moteur de recherche, par le biais d'associations comme *we Forest* ou pur projet.

Pour le vérifier, nous avons contacté **une des associations partenaires d'*Ecosia***. Pour Camille, responsable *PUR Projet*,

"la transparence d'Ecosia est exemplaire et les chiffres ne sont pas gonflés".

En contrat depuis juillet 2016, cette entreprise sociale a déjà planté plus de 90 000 arbres au Pérou grâce aux dons générés par des clics.

"Choisir un partenaire est un processus minutieux", explique Ferdinand Richter, le responsable d'Ecosia France, "la quantité d'arbres plantés est importante, mais elle ne doit pas prendre le pas sur la qualité du suivi des arbres et l'impact social sur les communautés locales".

En plantant des arbres, *Ecosia* contribue à revigorer l'économie de certains territoires situés dans des zones particulièrement touchés par la déforestation, et la pauvreté. Au Burkina Faso, l'argent d'*Ecosia* aide à reverdir un bout de désert; en Indonésie, il offre à des agriculteurs la possibilité de subsister sans les grosses exploitations d'huile de palme; à Madagascar, il contribue à relancer la biodiversité endémique du pays; et au Pérou, il permet de régénérer la culture du cacao.



Parce qu'il y a toujours un "hic"

Difficile de prétendre être un moteur de recherche vert en s'appuyant sur une activité si énergivore que celle d'internet.

"On ne l'a jamais nié" rappelle Ferdinand.

Le trentenaire est responsable d'Ecosia France depuis 6 mois, mais déjà son discours rôdé.

"On consomme au même titre que Bing, pas plus. On ne peut arrêter internet alors, autant l'utiliser au mieux!" argumente-t-il.

Mais **la critique est audible** : le concept d'Ecosia, un moyen pour se donner bonne conscience en continuant à polluer?

"C'est absurde, nous ne sommes pas de ces grandes entreprises qui voudraient racheter leur droit à polluer par quelques dons financiers".

À ses yeux, ce n'est pas ce que fait Ecosia, puisque le moteur s'appuie sur une pollution qui est dans tous les cas générée. Comme il le dit, son objectif n'est pas de "gagner de l'argent pour gagner de l'argent". On peut l'observer sur les rapports mensuels mis en ligne sur leur site : de 80 à 100 %, des bénéfiques (et non des revenus), sont reversés à des projets de reforestation. Mais comment en être sûr?

Et si les rapports étaient truqués ? Une question que Ferdinand entend fréquemment, et qui l'attriste. Selon lui, le fait que les gens doutent tant des projets œuvrant pour le bien

"montre tous les abus qu'il y a pu avoir dans les actions de solidarité". "Ecosia n'est pas parfait" entame de but en blanc Ferdinand, mais "si on attend la perfection, on ne fait jamais rien" conclue-t-il.

Ecosia peut encore mieux faire

La dépendance vis-à-vis de Bing ou d'autres moteurs de recherche peut être problématique. Ecosia reste un moteur de recherche bien moins précis et performant que Google, ce qui freine de nombreux utilisateurs.

D'un point de vue technique, "il y a certaines choses qu'on ne peut pas faire" explique Ferdinand. La sécurité et la confidentialité des données est un des axes d'amélioration future. Lilo serait plus avancé dans ce domaine, puisque ces fondateurs affirment désactiver le tracking publicitaire, et donc empêcher la collecte de données.

Autre point à améliorer, l'entreprise n'a pas son mot à dire quant au choix et à la limitation des pubs - les annonceurs s'adressent directement à Bing. Ecosia, lui, met en place des Eco-ads et des Eco-links accolés aux résultats de nos recherches.

Qu'on les nomme "Eco" ou non, ces liens n'en demeurent pas moins des publicités et donc, si on pousse le raisonnement, un outil de promotion de l'un des maux contemporains: la consommation et son lot de déboires écologiques. À cet égard, la compagnie aimerait trouver des solutions pour ne travailler à terme qu'avec des annonceurs responsables.

Pourquoi ne pas diffuser des publicités qui valorisent des initiatives à impact positif sur la société?

Et vous ?

Ferdinand et son équipe en sont convaincus: le calcul final est définitivement positif. Certes, un arbre met du temps à pousser, mais une fois à maturité

“un acacia adulte planté au Burkina Faso permet d’absorber 50 kilogrammes de CO2 au cours de sa vie,” peut-on lire sur leur blog.

La vision à long terme d’Ecosia est donc réaliste, et soutenable.

En attendant qu’Ecosia améliore son modèle, **chacun peut agir derrière son écran**. Surfer sur un moteur de recherche qui compense la pollution numérique ne nous dispense pas d’adopter de bons réflexes.

Heureusement, **le web regorge d’astuces** pour nous guider dans les bonnes pratiques à adopter...