

LES FOURNISSEURS CONCRÉTISENT LEUR APPROCHE RSE

Éditeurs, constructeurs et opérateurs mènent des actions concrètes, et par ricochet, accompagnent celles des partenaires et clients. Aussi, ils déploient des mesures orientées vers les aspects sociaux du RSE.

Par Benoît Huet



Un point commun unit les fournisseurs IT qu'ils soient éditeurs, constructeurs ou opérateurs dans les télécoms.

Lequel ? Réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. Comment ?

Déjà, par l'usage massif d'énergies renouvelables. Par exemple, l'installation de panneaux solaires se multiplie pour fournir l'énergie nécessaire aux sites de production, aux data centers et aux autres locaux des fournisseurs. À l'instar d'Apple dont les 67 ha de panneaux photovoltaïques alimentent son centre de données situé à Reno (Nevada) ; de Microsoft (via Atria Power) pour alimenter son centre de développement indien établi à Bangalore ; de l'hébergeur CIV

France, dans le Nord, qui exploite deux ombrières photovoltaïques (730 modules) ; sans oublier OVHcloud (par EDF) pour une partie de ses data centers, dès 2024. En parallèle, les efforts, notamment pour les constructeurs de PC et de serveurs dont la fabrication constitue l'étape la plus polluante, se portent sur l'écoconception pour disposer de produits plus durables.

EXEMPLAIRES : DELL, PURE STORAGE, CROSSCALL

« Il faut stopper le gâchis matériel, tous sont concernés, consommateurs et entreprises ; nous voici pris en otage car nous ne pouvons plus revenir en arrière, ce n'est plus possible en 2022 », alerte Gabriel Ferreira,

directeur technique de Pure Storage, lors d'une table ronde sur la RSE organisé par le Club de la presse informatique B2B, en février 2022. Pure Storage porte donc toute son attention sur le choix de ses fournisseurs pour la construction de ses baies 100 % Flash (déjà moins consommatrices à la base que des baies hybrides), et plus globalement de toute la *supply chain* jusqu'à l'emballage à l'aide de matériaux recyclés. De même, Pure Storage apporte des solutions de durabilité par son programme Evergreen qui consiste notamment à favoriser la réparation et la réutilisation des pièces récupérées. Chez Crosscall, la durabilité figure dans son ADN. « Notre innovation, nous la portons au service des usages et de la durabilité de nos smartphones. La philosophie d'achat doit également changer, il faut privilégier le coût total de possession », souligne Bertrand Czaicki, son directeur général adjoint. Autre exemple : Dell Technologies qui s'engage, par son projet Luna, sur la durabilité et la réparabilité

La fabrication des PC et des serveurs constitue l'étape la plus polluante, alors les efforts se portent sur l'écoconception pour disposer de produits plus durables



Comment pratiquer la parité homme femme dans une IT où seuls 20 % des postes sont occupés par des femmes ?

Source : Michael Page Ifop 2021

de ses PC portables. Ces derniers « illustrent parfaitement le projet Luna : quatre vis, une carte mère réduite de 75 % placée derrière l'écran, et 20 % de composants en moins », détaille Laetitia Cousi, responsable RSE chez Dell Technologies France. Les fournisseurs misent aussi sur la valeur ajoutée du logiciel qui aide les entreprises à réduire leur consommation à l'image de HPE qui promeut une meilleure gestion des ressources grâce à son offre Ilo (*Integrated lights-out*). Grâce à elle, l'administrateur est en mesure de réaliser de la désallocation dynamique des processeurs, des disques et des mémoires même de grappes de serveurs. De plus, HPE monitoré tous les KPI qui correspondent à des variables d'utilisation comme le nombre de processeurs sollicités, l'eau et l'électricité consommées mais cette fois-ci, depuis sa plateforme GreenLake. De son côté [VMware](#), prône la gestion intelligente des ressources dans les clouds (privé et public) qu'apporte [VMware CloudHealth](#) réduisant les coûts de 20 % à 30 % (énergie incluse).

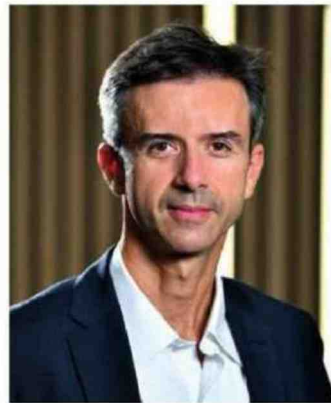
INCLUSIVITÉ, ÉGALITÉ, TOUS ENGAGÉS

Sur les aspects sociaux du RSE, le bien-être des salariés, l'égalité, la diversité et l'inclusion sont des thèmes communs et majeurs à tous les fournisseurs. Ces politiques se concrétisent par plusieurs mesures, comme celle de Fujitsu, créateur de la Global D&I Vision & Inclusion Wheel, une ligne directrice aidant à faire porter les efforts en faveur de l'inclusion et de la diversité parmi ses employés. De son côté, l'éditeur Salesforce évalue et mesure, par

l'Office of Equality & Recruitment, les initiatives pour la diversité et l'inclusion en matière de recrutement et de développement de talents.

L'HUMAIN REPLACÉ AU CŒUR DE L'ENTREPRISE

En outre, le bien-être des salariés est aussi un thème central, surtout depuis la crise sanitaire de la Covid. Par exemple, Fujitsu a généralisé le télétravail, en expérimentant des approches collaboratives (*morning coffees*, rendez-vous individuels et informels, formations et *meet-ups*, groupes WhatsApp, etc.) et en créant des espaces, adaptés à ce mode de travail hybride. Quant à OpenText, son numéro vert avait pour vocation de recueillir les tracas personnels liées à la crise sanitaire. Preuve que les entreprises replacent l'humain au cœur de leur activité. Mais en ce qui concerne l'équité homme



« Il faut stopper le gâchis matériel, tout le monde est concerné »

Gabriel Ferreira, directeur technique de Pure Storage

femme, l'IT et le numérique en général n'attirant pas le genre féminin, seulement 20 % des postes sont occupés par des femmes en 2021. Pourquoi cela ?

LUTTER CONTRE LES CLICHÉS

Trop de stéréotypes, notamment sur les genres associés aux métiers techniques, sont toujours véhiculés à l'école et dans la famille sur ce sujet, et ce, dès le plus jeune âge. De ce constat, les acteurs de l'IT tentent de féminiser leurs équipes. C'est le cas de Fujitsu qui ambitionne de nommer plus de femmes à des postes de responsabilités, autour de 10 % cette année contre 7,4 % en 2020. HPE revendique, de son côté, 25,7 % de femmes managers. La firme met en avant ses nombreux programmes et initiatives en termes d'embauche ou ses actions en faveur de l'apprentissage. Des groupes se sont créés tel *Women@work* qui propose des ateliers orientés sur des problématiques telles que l'égalité, le sexisme mais également sur les pratiques managériales. D'autres sont encore plus en avance sur ce sujet comme l'éditeur [Workday](#) dont 34 % des managers sont des femmes, mais comme le précise Sabine Hagège, [Directeur Product Management](#) chez [Workday](#), il faut casser cette image du scientifique associé à un homme. Une politique volontariste des pouvoirs publics à mettre en œuvre... Outre la place des femmes se pose la question des salaires. Par exemple, chez Salesforce, près de 12 M\$ ont été investis depuis plus de trois ans pour combler les écarts salariaux entre hommes et femmes assumant des rôles ou des responsabilités similaires. ■