

Communiqué de presse

Sendinblue lève le voile sur l'impact carbone des campagnes marketing digitales et révèle le véritable poids du mail

Sendinblue a comparé l'impact carbone de différentes campagnes, qu'elles soient via emails, vidéos, réseaux sociaux ou postales. Avec ses emails de 0,17 grammes équivalent CO2, Sendinblue démontre qu'une campagne par email est respectueuse de l'environnement.



En France, le numérique représente aujourd'hui 2% des émissions de gaz à effet de serre. A l'horizon 2040, selon les dernières estimations, ce chiffre triplera pour atteindre 24 millions de tonnes équivalent carbone¹. C'est pourquoi Sendinblue, leader européen du marketing digital, s'engage contre le réchauffement climatique en dévoilant les chiffres de son impact environnemental. Signataire du [Climate Act](#), c'est avec [Aktio](#) que l'entreprise a pris la mesure de son empreinte carbone. Résultat : 4 552 tonnes équivalent CO2 sur un an, le poids d'un email étant de 0,17 grammes équivalent CO2. Un bilan encourageant contrairement aux autres moyens de communication digitaux, comme les réseaux sociaux ou encore les vidéos, bien plus polluants que l'email. [Sendinblue](#) propose également

¹ Source : Futura Sciences

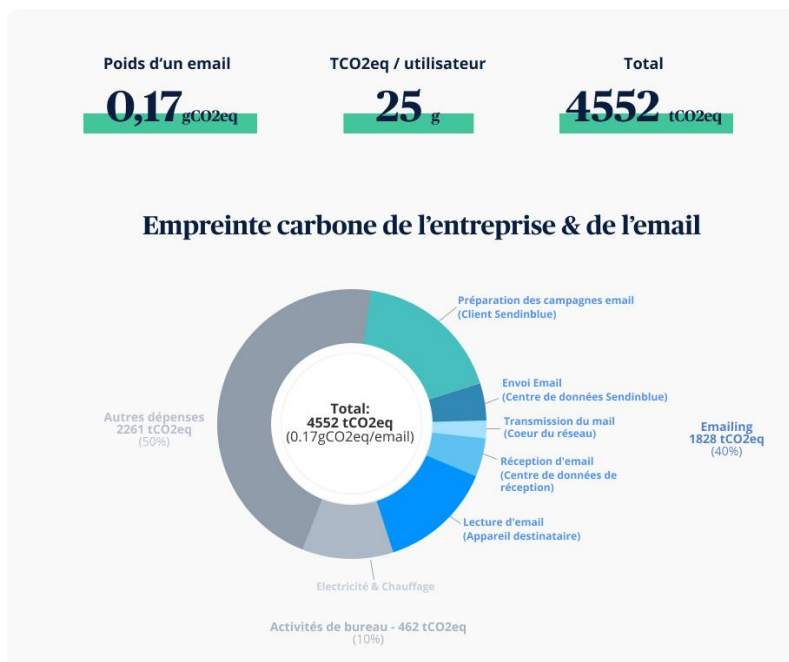
à ses collaborateurs les moyens pour diminuer efficacement leur impact environnemental, notamment via un [simulateur](#), des grilles pour choisir ses fournisseurs ou des formations... Des engagements responsables pour un avenir durable.

2020 : Du Blue au Green

Depuis plusieurs années, le réchauffement climatique atteint des sommets. C'est pourquoi, aujourd'hui, à l'échelle mondiale, les entreprises s'engagent quotidiennement à réduire leur impact sur l'environnement. De nombreux accords et lois tentent de limiter cette hausse. La dernière en date, la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 permet d'accélérer la transition écologique de la société et de l'économie française. Il existe 3 types d'émissions carbone : les émissions directes, les émissions détenues indirectement et les émissions indirectes non détenues par l'entreprise. Plus complexes à mesurer et absentes du Climate Act, ces émissions indirectes comprennent notamment les centres de stockage de données, les activités professionnelles annexes, les déplacements professionnels, la nourriture et les boissons mises à disposition dans les bureaux ou encore les appareils électroniques, logiciels utilisés.

Puisque hyperconscience n'est pas antinomique de conscience environnementale, au côté de la start-up française Aktio, Sendinblue a calculé l'empreinte carbone de toutes émissions, y compris celles indirectes. Aujourd'hui, le leader du marketing digital [lève donc le voile sur son émission carbone](#) et détermine l'impact environnemental des campagnes d'emailing.

L'empreinte carbone de Sendinblue



En 2020, Sendinblue a produit l'équivalent de 4 552 tonnes de CO₂. La mesure de ce troisième facteur a permis une estimation bien plus juste de l'impact. Elle a ainsi mis en lumière que 50% des émissions sont indirectes et incontrôlables puisqu'elles proviennent des fournisseurs. Les emails quant à eux comptent pour 40% des émissions. De manière générale, le poids d'un email est de 0,17 geqCO₂. Curieux d'en savoir plus sur l'impact des emails, Sendinblue les a comparés aux autres moyens de communication on et off line.

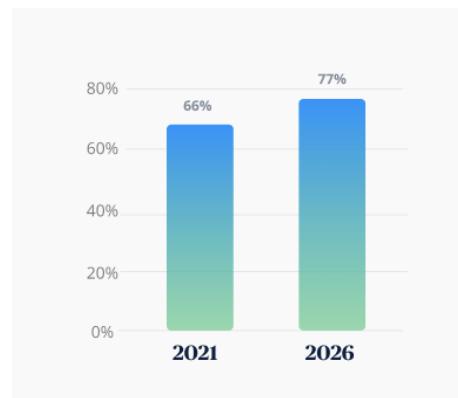
Ecologie et digital compatible ?

En France, **le numérique** représente 2% des émissions de gaz à effet de serre, selon l'Arcep, l'autorité de régulation des télécoms. Ce chiffre pourrait considérablement s'accroître, et atteindre 7% dans les années à venir si aucune mesure n'est prise.

Par ailleurs, **la fabrication de smartphones et PC, le fonctionnement des centres de stockages de données et des réseaux électriques** représentent respectivement 30% et 35% des émissions liées au digital.

La taille des fichiers en ligne joue également un rôle non négligeable en la matière. Ainsi, plus le document est lourd, plus il prend du temps à se charger sur la toile et les appareils. Cela se traduit logiquement par une consommation d'énergie importante. Par exemple, un spot publicitaire en haute définition d'une durée de 30 secondes, consomme 15 fois plus de Megabyte (MB) qu'un mail Sendinblue.

Les vidéos représentent les $\frac{2}{3}$ du trafic internet sur les téléphones mobiles. Ces fichiers étant



lourds, leurs émissions carbone sont très conséquentes. A contrario, les emails ne nécessitent pas d'autant de traitement pour être envoyés. Leur empreinte carbone est donc moindre. Une campagne marketing de Sendinblue de 2000 emails émet un équivalent de 350 grammes de CO₂, soit 2 fois moins qu'un spot télévisé de 30 secondes visionné par 2000 personnes aux USA. De même, en France, un courrier postal à destination de 2000 personnes produit 143 fois plus d'émissions qu'un email.

Le simulateur des utilisateurs pour déterminer leur bilan

Calculez les émissions carbone de votre campagne

Pour faciliter la tâche de nos clients qui désirent évaluer leur empreinte carbone, nous avons créé ce simulateur d'émissions pour réaliser votre auto-évaluation. Sélectionnez votre pays de résidence et le nombre d'e-mails que vous souhaitez envoyer par an (ou par mois):

Choisissez un pays ▼ Nombre d'e-mails envoyés

Votre émissions = 0.00 gCO₂eq

Lors de la mesure de son empreinte carbone, Sendinblue a pris conscience de l'importance de rendre accessible à tous le calcul de son impact environnemental. Comme souligné au préalable, la mesure des émissions indirectes non détenues par l'entreprise est complexe. Afin de répondre aux besoins de ses clients sensibles aux questions environnementales, Sendinblue lance un simulateur. Ainsi, ceux qui le souhaitent peuvent mesurer clairement leur impact sur l'environnement et leur contribution à l'empreinte carbone de Sendinblue.

Des paroles aux actes

Sendinblue s'engage à davantage sensibiliser ses équipes pour les impliquer dans sa démarche RSE, notamment via des ateliers thématiques dédiés à l'environnement et des critères de sélection plus responsables pour le recrutement de ses fournisseurs et ses partenaires.

Armand Thiberge, Fondateur et CEO de Sendinblue, explique: “ *Chez Sendinblue, réduire l'impact carbone est plus qu'un bilan de chiffres. L'email est source de nombreux discours controversés, et soucieux de connaître son réel impact, nous avons opéré une estimation réaliste de ces émissions. Ainsi, grâce à notre calcul, nous avons découvert que contrairement aux idées reçues, un email marketing Sendinblue est non seulement moins polluant mais il s'inscrit également dans une démarche de sobriété numérique par rapport à d'autres canaux digitaux. C'est pourquoi les entreprises devraient prioriser cette solution pour leurs communications. Pour aller plus loin dans cette démarche d'amélioration verte, nous continuons de chercher et perfectionner nos produits avec nos équipes et nos partenaires. Ainsi, Sendinblue intégrera de nouvelles fonctionnalités avec notamment des modèles d'emails “durable”, une date d'expiration pour ces messages, mais aussi des solutions pour minimiser l'impact des serveurs utilisés.*”

Ainsi, ces nouvelles fonctionnalités plus vertes seront accessibles par tous les utilisateurs via la plateforme lors de chaque campagne. Des astuces pour réduire les émissions des campagnes seront prodiguées en parallèle. Sendinblue a pour ambition d'identifier et soutenir des initiatives en faveur de l'environnement. C'est pourquoi en 2021, l'entreprise a lancé [Sendinblue](#)

[s'engage](#), un concours qui récompense 3 projets jeunes en faveur du réchauffement climatique. Ce ne sont que les premières étapes d'un long cheminement vers un avenir durable.

Pour plus d'informations, cliquez [ici](#)

A propos de Sendinblue

Sendinblue, leader européen du marketing digital, a été fondé en 2012 par Armand Thiberge, diplômé de Polytechnique. Son associé et lui-même, fervents défenseurs des entrepreneurs, décident de mettre à disposition des entreprises des outils marketing faciles d'utilisation, efficaces et à faible coût. Sendinblue, membre du Next40, lève 140 millions d'euros en 2020 pour accélérer sa R&D et renforcer ses équipes : 500 salariés répartis entre Paris, New Delhi, Seattle, Toronto, Berlin, Sofia et Bangalore. En 2021, Sendinblue poursuit son expansion grâce à l'acquisition de 3 startups pour 40 millions d'euros. Aujourd'hui, la scale up française s'impose à l'international en comptant plus de 300 000 clients dans 160 pays, et en enregistrant une croissance annuelle de 45% de son CA.

Contacts presse

Jean-François Kitten

+33 6 11 29 30 28

Email: jf@licencek.com

Lisa Lamrani

+33 6 45 76 23 22

Email : l.lamrani@licencek.com

Marine Dupuis

+33 6 75 88 66 55

Email : m.dupuis@licencek.com

Ilinca Spita

+33 6 64 75 12 98

Email : i.spita@licencek.com