

Bilobay, pionnier de la communication bas carbone, étend son calculateur d'empreinte carbone au digital et aux réseaux sociaux

Lancé en octobre 2012, bilobay s'est imposé comme le premier outil de calcul permettant d'évaluer – et de réduire – l'empreinte carbone des campagnes de communication dans leur globalité. Intégré à l'agence Dagré, membre de l'AACC, bilobay s'enrichit aujourd'hui d'une nouvelle brique fondamentale dans l'évaluation de toute campagne de communication : le digital et les réseaux sociaux. L'occasion de poursuivre son accompagnement des professionnels dans leur démarche bas carbone. Focus sur cet outil précurseur et incontournable.

L'évaluation carbone des campagnes de communication, plus que jamais d'actualité

Début juin, deux rapports remuaient le monde de la communication et de la publicité. « Big corpo : encadrer la publicité et l'influence des multinationales : un impératif écologique et démocratique », initié par plusieurs associations et universitaires, et « Publicité et transition écologique », mené par Géraud Guibert, conseiller maître à la Cour des comptes et président de la Fabrique écologique, et Thierry Libaert, membre du Comité économique et social européen, interrogeaient l'impact économique, social et environnemental de la publicité. Avec un verdict sans appel : **le secteur de la publicité doit s'inscrire dans une stratégie aboutissant à sa neutralité carbone à l'horizon 2050.**

« Il faut interroger les pratiques de la publicité et inviter annonceurs et agences à se poser les bonnes questions. »

Cette prise de conscience, Jean Dagré, expert en communication depuis 34 ans, l'a anticipée dès 2012 en imaginant bilobay. « Nous avons créé un outil qui permet aux annonceurs et aux agences de mesurer les émissions de CO₂ de leurs campagnes de communication. Parce qu'il couvre tous les champs de la communication, **bilobay permet de déterminer l'empreinte carbone de tout type de campagnes et donc de la réduire.** Aujourd'hui plus que jamais, il faut interroger les pratiques de la publicité et inviter chacun à se poser les bonnes questions. Mais pour cela, un référentiel est nécessaire. Et Bilobay est là pour le calculer. »

Bilobay, un outil indéniablement pionnier

Élaboré selon la norme ISO 14064¹, s'appuyant entre autres sur les données de l'ADEME, du Shift Project et du Greenhouse Gas Protocol, et soutenu dès son origine par l'Association Bilan

¹ Cette norme spécifie les principes et les exigences applicables au niveau des organismes pour la quantification et la rédaction de rapports sur les émissions et suppressions de gaz à effet de serre (GES).

Carbone dans le cadre de sa démarche d'amélioration des pratiques dans le secteur de la communication, bilobay constitue un outil à part dans le milieu de la publicité. Lancé alors que personne ne l'attendait, il **s'est enrichi continuellement depuis sa création, pour s'adapter non seulement aux évolutions techniques et énergétiques, mais également aux mutations que connaît la profession.**

L'ajout d'une brique essentielle : le digital et les réseaux sociaux

Depuis 8 ans, bilobay permettait déjà l'évaluation de l'empreinte carbone d'une campagne de communication 360° : **des supports print aux campagnes presse et d'affichage, des plans media radio aux plans media TV et cinéma, en passant par les stratégies digitales comprenant sites internet et emailings.** Avec une conviction qui demeure aujourd'hui : il faut tenir compte des émissions de CO₂ générées par toutes les étapes d'une campagne, **depuis sa conception jusqu'à sa fin de vie, en passant évidemment par sa production et la diffusion** des différents supports sur tous les media.

« On a tendance à penser que le digital est plus vert que le print et qu'il ne pèse pas très lourd dans la balance écologique. Mais c'est bien plus compliqué que ça. »

Mû par la volonté de proposer un calcul toujours plus juste, bilobay a donc étendu en juin 2020 le périmètre de son calculateur en **ajoutant la prise en compte des campagnes display et des media sociaux.** Une extension fondamentale pour l'outil, réalisée une nouvelle fois en partenariat avec Alternative Carbone, cabinet d'ingénieurs experts de la transition bas-carbone qui était déjà aux côtés de bilobay lors de sa création. *« On a tendance à penser que le digital est plus vert que le print et qu'il ne pèse pas très lourd dans la balance. Mais c'est bien plus compliqué que ça, et il était indispensable pour nous d'intégrer le calcul des campagnes de bannières ou des campagnes sociales dans notre outil »,* précise Jean Dagré.

« La communication bas carbone, ce n'est pas uniquement évaluer des émissions de CO₂, c'est aller plus loin dans la réflexion. »

L'ajout de cette brique digitale a fait émerger de nombreuses questions, comme l'explique Jean Dagré. *« Il y a un vrai manque de recul, voire d'informations fiables, par rapport aux réseaux sociaux et au digital en général. Où sont implantés les serveurs, combien consomment-ils, faut-il tenir compte du fait que tout reste stocké quelque part une fois que c'est mis en ligne, etc. La communication bas carbone, ce n'est pas uniquement évaluer des émissions de CO₂, c'est aller plus loin dans la réflexion, c'est aussi se demander ce qu'on peut changer dans notre pratique, dans notre métier et dans l'expertise que nous apportons à nos clients. »*

La nécessaire réduction de l'empreinte carbone et l'optimisation des campagnes

Bilobay ne s'arrête cependant pas au calcul des émissions carbone d'une campagne. Parce que le calculateur tient compte du cycle de vie complet de la communication et du moindre aspect technique de chaque media – le type de papier utilisé, le procédé d'éclairage des panneaux d'affichage, l'audience, l'emplacement géographique des serveurs, la durée d'hébergement d'un contenu sur les plateformes de réseaux sociaux, etc. – bilobay est en mesure de donner des **conseils pour réduire les émissions de CO₂**. L'outil permet également de **comparer différentes stratégies de communication** et donc de choisir, à efficacité égale, le plan media le moins émetteur de CO₂.

Une réflexion bas carbone qui va dans le bon sens et qui dépasse les frontières. Intégrant les données énergétiques de tous les pays du monde, bilobay permet en effet de calculer l'empreinte d'une campagne de communication, en France comme à l'international.

À propos de bilobay

Pionnier du secteur, bilobay accompagne depuis 2012 entreprises, institutions, associations et agences dans une communication bas carbone. Bilobay permet de calculer, de réduire les émissions de CO₂ de toute action de communication et d'optimiser toute campagne. Bilobay couvre tous les champs de la communication : des supports print aux campagnes presse et d'affichage, des plans media radio aux plans media TV et cinéma, en passant par les stratégies digitales comprenant sites internet, campagnes display ou social media, en France comme à l'international.

À propos de Jean Dagré et de l'agence Dagré

Jean Dagré a créé l'agence Dagré en 1993, une agence de communication globale indépendante qui conseille et accompagne grandes entreprises et institutions publiques. Particulièrement sensibilisé aux enjeux environnementaux, il se lance le défi de faire fonctionner son agence en mode zéro carbone dès 2008. Et pour renforcer cette vision, il crée bilobay. L'agence Dagré, membre de l'AACC, a fait partie des 11 premières agences en France à obtenir le label AFNOR – RSE Agences Actives et est également labellisée Alsace Excellence. Tourné depuis toujours vers l'international, Jean Dagré a également cofondé, en 2011, un réseau mondial d'agences indépendantes, Tribe Global.

Découvrez bilobay sur :

<http://www.bilobay.com>

Contact presse :

Jean Dagré

jean.dagre@dagre.fr

06.08.63.70.09