

★ DÉCOUVRIR ★ COMPRENDRE ★ CHOISIR ★ MAÎTRISER

INTERVIEW  
**INÈS LEONARDUZZI**

“On nous a trop  
bassinés avec  
le zéro papier” P.8

## ÉLECTRICITÉ P.34

# ÉCONOMISEZ SANS VOUS PRIVER

NOS SOLUTIONS CONNECTÉES POUR  
**RÉDUIRE DE 10%** LA FACTURE

### MESSAGERIE

On a trouvé mieux que Gmail P.52

### DURABILITÉ

Quel disque dur pour  
booster votre PC ? P.42

### INFOGRAPHIE

Le guidage  
par satellites P.32

### VIE PRIVÉE

# PROTÉGEZ VOTRE INTIMITÉ NUMÉRIQUE P.56







**INÈS LEONARDUZZI** FONDATRICE ET PRÉSIDENTE DE L'ONG DIGITAL FOR THE PLANET

## "ON NOUS A TROP BASSINÉS AVEC LE ZÉRO PAPIER"

Avec son organisation Digital For The Planet, cette trentenaire veut réduire l'impact écologique du numérique et... réparer le futur.

**1987** Naît à Louviers, dans l'Eure.  
**2010** Diplômée de l'école de mode et d'art Parsons School of Design, à New York.

**E**n dédiant son livre aux siens, au monde, mais avant cela « à celles et ceux pour qui l'avenir compte », Inès Leonarduzzi fait plus que lancer une bouteille à la mer. Réparer le futur s'inscrit dans son engagement pour rendre le numérique plus responsable. Il était temps que nous rencontrions cette femme qui, en 2017, a tout plaqué pour créer l'ONG Digital For The Planet. Autrement dit, le numérique pour la planète.

**QINET** Comment êtes-vous tombée dans le numérique ?

**I.L.** Mes parents. À vrai dire, un peu par hasard. À la base, j'ai une formation en économie et en management des marchés de l'art. Mais l'art est un secteur où il faut avoir du réseau. À la fin de mes études, je n'en avais pour ainsi dire pas. Du coup, je me suis retrouvée, comme toute personne qui n'est pas acceptée par le monde de l'art, dans celui du luxe. Et là, on m'a confié des missions numériques. Parce qu'à l'époque, il y a un peu plus de dix ans, le numérique était encore une espèce de tendance pour les grandes entreprises du luxe. On ne savait pas trop ce que cela allait devenir et, surtout, on n'avait pas le temps de s'en occuper. Et puis j'ai fini par travailler aussi pour d'autres secteurs.

**QINET** Comme quoi, contrairement à une idée reçue, on peut être une femme et se passionner pour les technologies...

**I.L.** Bien sûr ! J'ai grandi à la campagne, et j'avais 12 ans lorsque l'ordinateur est arrivé à la maison. Avec l'ADSL. J'y ai passé mes jours et mes nuits. Ça me paraissait fou de pouvoir parler avec des gens à Porto Rico depuis la Normandie ! Je l'ai même démonté pour comprendre comment ça marchait. Donc, le numérique, j'ai toujours aimé ça. D'ailleurs, à la fin de mes études, j'ai monté une start-up à Hong Kong avec deux copains. Et nous avons imaginé les NFT, mais dix ans trop tôt... Ça n'a pas marché. Cependant, en rentrant à Paris, dans le luxe, j'apparaissais comme quelqu'un de super calé.

**2011** Entame sa carrière à LVMH. À la stratégie numérique et à la gestion du changement.

**2017** Fonde l'ONG Digital For The Planet.

**2020** Lauréate du prix « Woman 4 Climate » du C40 Cities, un réseau de 96 grandes villes mondiales pour faire face à la crise climatique.



**2021** Publie Réparer le futur (éd. de l'Observatoire).

**QINET** Mais à quel moment avez-vous pris conscience de l'impact du numérique sur notre environnement ?

**I.L.** À force de missions à l'étranger. J'ai vu la pauvreté et les inégalités, quand moi je développais des produits pour donner envie aux gens d'acheter plus et plus cher. À ce moment-là, j'ai ressenti une sorte de dissonance cognitive. Je me suis dit qu'on n'appliquait pas le numérique aux bonnes choses. Mon économié a commencé là, il y a sept ou huit ans. Et puis en faisant une randonnée dans les Alpes italiennes, j'ai eu une espèce d'apparition. Je me suis demandé comment je pouvais recevoir des notifications à 3000 mètres d'altitude. Je me suis dit que le numérique devait polluer. Alors j'ai effectué des recherches, et j'ai fini par fonder Digital For The Planet.

**QINET** Et vous y faites quoi, dans cette ONG ?

**I.L.** Nous avons deux actions essentielles. La première consiste à créer des parcours d'éducation pour les jeunes de 7 à 24 ans. Nous intervenons dans des écoles européennes, du primaire à l'université. Notre deuxième action, c'est le lobbying. Nous cherchons à influencer le plus possible les législations par l'écriture et l'aide à l'écriture d'amendements. En allant convaincre un peu tout le monde. Mais nous n'avons pas un modèle de pression. Nous avons un modèle de collaboration. Nous ne sommes pas toujours d'accord avec les entreprises avec lesquelles nous travaillons, mais nous pensons que leurs salariés sont avant tout des citoyens ayant à cœur de vivre sur une planète agréable. Donc, nous travaillons avec eux, et pas seulement avec les dirigeants. Pour leur donner des clés de compréhension et pour qu'ils ramènent ça à la maison. Nous avons ainsi fait bouger beaucoup d'entreprises grâce à leurs salariés qui ont fait pression pour que les projets numériques deviennent plus responsables.

**QINET** Le magazine Capital vous a désignée « génie du numérique », aux États-Unis. Forbes vous a classée parmi les 90 femmes qui font bouger le monde de la technologie. Comment expliquez-vous toutes ces distinctions ?

**I.L.** Alors, je ne suis pas du tout un génie ! (rire) Je pense que ce qui a fasciné, c'est que je parle d'un sujet dont les gens n'ont pas toujours eu conscience. Et puis sans doute ai-je été la première à le faire à un niveau très citoyen. Je me souviens qu'il n'y a pas si longtemps, lorsque j'évoquais la pollution numérique, même auprès de personnes érudites, je voyais de l'incompréhension dans les yeux. Souvent on me demandait de réexpliquer comment un mail pouvait polluer. On nous a trop bas-

complément alimentaire. Quelque chose que l'on consomme seulement quand on en a besoin. Dans mon livre, je parle d'ailleurs du diabète numérique que fabriquent nos usages, puisqu'on se nourrit beaucoup trop de numérique, et que cela affecte la planète, nos cerveaux, notre santé et notre capacité à vivre ensemble. Le numérique est un outil qui nous offre du confort, mais aujourd'hui, il prend le dessus sur la manière dont on vit. Je n'explique pas les règles à suivre, mais j'explique les effets sur le long terme de nos usages. C'est ça mon job. Et de le faire de la manière la plus fouillée possible afin que les gens comprennent de quoi on parle, pour qu'ils élaborent ensuite leur propre raisonnement.

## « SOUVENT ON ME DEMANDAIT DE RÉEXPLIQUER COMMENT UN MAIL POUVAIT POLLUER »

sinés avec le « zéro papier », le papier qui pollue, le digital c'est génial... Et ce n'est que depuis le début de la pandémie que l'on s'est mis à parler de plus en plus de l'impact du numérique.

**QINET** Avec votre livre, Réparer le futur, quel message voulez-vous faire passer ?

**I.L.** D'abord, je n'entends donner de leçons à personne. Mais j'espère créer des courants d'air dans les schémas de pensée. C'est ça le plus important. Je pense que la meilleure façon de faire adhérer les gens à nos idées, c'est de faire en sorte qu'elles viennent d'eux. Ça prend plus de temps, c'est frustrant, mais c'est ce qui fait qu'elles perdureront. J'aimerais que l'on arrive à considérer le numérique comme un médicament, ou comme un

**QINET** L'événementialisation de la sortie du nouvel iPhone n'a pas dû vous enchanter ?

**I.L.** Hier encore, mon conjoint me disait que Steve Jobs devait se retourner dans sa tombe. Il m'a rappelé cette publicité dévoilée en 1984 lors du Super Bowl. On y voyait une athlète olympique lancer son poids pour briser l'œil de Big Brother, un immense écran devant lequel tout le monde était lobotomisé. À la place, apparaissait le logo d'Apple et l'annonce du nouveau Macintosh, présenté comme un moyen de libérer l'humanité de la pensée unique. Or, l'iPhone, c'est aujourd'hui tout le contraire. J'ai répondu à mon mari qu'en effet c'était étonnant, mais que Steve Jobs n'était pas mort il y a cent ans. Il savait bien vers quoi on se dirigeait. Alors, oui, la sacralisation de ces événements, je la trouve terrible. Je trouve triste que l'on sacralise des objets et fasse croire aux gens que c'est pour leur survie, existentielle, humaine ou même intellectuelle. Que des entreprises avec autant de pouvoir fassent preuve d'autant de narcissisme dans des temps aussi compliqués et aussi inégalitaires, on a toutes les raisons de trouver cela cynique. Et même plus que cela, inquiétant. ●

Propos recueillis par Jean-Marie Portal