

## Communiqué de presse

# Invibes Advertising publie un bilan de sa performance énergétique et annonce des objectifs ambitieux

**Paris, 14 novembre 2022 - Invibes Advertising, une entreprise de technologie avancée spécialisée dans la publicité numérique, publie les résultats d'une évaluation de ses performances énergétiques et annonce une série d'objectifs ambitieux pour les années à venir.**

Dans un contexte de préoccupations accrues concernant le changement climatique à l'échelle mondiale, l'impact environnemental des activités numériques fait l'objet d'une attention accrue. En effet, on estime que l'écosystème numérique était responsable de 3,8% des émissions de gaz à effet de serre dans le monde en 2019. Cette proportion augmente rapidement et pourrait atteindre 5 à 8% d'ici 2025. À titre de comparaison, l'aviation mondiale représentait moins de 2% des émissions de gaz à effet de serre en 2016.

Si 44% des émissions de gaz à effet de serre du secteur numérique sont liées à la fabrication des équipements, 56% sont liées à l'utilisation des services (consommation d'énergie des serveurs, du réseau et des appareils des utilisateurs finaux)<sup>i</sup>. Étant donné qu'une part importante de cette utilisation est liée à la publicité numérique, le secteur a un rôle à jouer dans la réduction des émissions mondiales de gaz à effet de serre.

Afin de contribuer à cet effort important, Invibes Advertising a lancé un programme interne pour évaluer et améliorer sa performance énergétique, notamment l'impact de ses campagnes publicitaires numériques.

### Évaluation globale du mix énergétique d'Invibes Advertising

La consommation d'énergie directe du Groupe dans ses différents bureaux ne représente qu'une petite partie de sa consommation totale. La part la plus importante est liée à ses serveurs externalisés.

Les serveurs de la société sont hébergés par deux fournisseurs de services principaux qui représentent 99% de la charge moyenne de ses serveurs. L'un d'eux fonctionne avec 100% d'électricité verte et l'autre avec 78% d'énergie renouvelable.

En outre, Invibes Advertising exécute certaines de ses applications en utilisant des services cloud neutres en carbone.

## **Impact des campagnes d'Invibes Advertising**

La société a réalisé une évaluation de l'empreinte carbone moyenne de ses campagnes publicitaires en septembre 2022.

La première étape a consisté à calculer l'empreinte carbone de la plateforme technologique d'Invibes Advertising pour chaque impression publicitaire :

- Les caractéristiques de charge et de puissance au repos de chacun de nos serveurs externalisés ainsi que des services cloud que nous utilisons nous ont permis d'évaluer la consommation énergétique totale de la plateforme en septembre 2022.
- Grâce aux informations sur la performance environnementale fournies par les fournisseurs de services qui hébergent nos serveurs, nous avons pu calculer l'empreinte carbone de la consommation énergétique de la plateforme en septembre 2022.
- Connaissant le nombre d'impressions publicitaires délivrées par la plateforme en septembre 2022, nous avons calculé son empreinte carbone par 1 000 impressions publicitaires.

La deuxième étape a consisté à estimer l'empreinte carbone d'une impression publicitaire du côté de l'utilisateur final :

- Nous avons collecté le nombre d'impressions publicitaires pour chaque type d'appareil utilisé pour visualiser nos publicités en septembre 2022.
- Sur la base du temps de chargement moyen par impression publicitaire et de la puissance moyenne de chaque type d'appareil (ordinateur, tablette ou téléphone mobile), nous avons estimé la consommation électrique de nos impressions publicitaires de septembre 2022 du côté de l'utilisateur final.
- Connaissant l'emplacement des internautes visualisant nos publicités, nous avons utilisé les données publiées par chaque pays pour calculer l'empreinte carbone de la consommation d'électricité liée à nos impressions publicitaires de septembre 2022 du côté de l'utilisateur final.

Enfin, nous avons estimé l'empreinte carbone du réseau entre nos serveurs et l'utilisateur final :

- Connaissant la taille du format pour chacune de nos impressions publicitaires, nous avons déterminé la quantité totale de données associées à nos campagnes de septembre 2022.
- Les estimations de l'intensité énergétique de l'internet (kWh/GO) varient selon les études. Nous avons basé notre calcul sur une étude publiée par la division Recherche Énergétique et Cleantech de l'Office Fédéral Suisse de l'Énergie (Coroama, juin 2021).
- Cela nous a permis d'évaluer la consommation d'énergie de nos impressions publicitaires de septembre 2022 liée au trafic réseau.
- En utilisant à nouveau la localisation des internautes visualisant nos publicités et les données officielles sur les sources d'électricité dans les pays correspondants, nous avons calculé l'empreinte carbone de la consommation d'énergie de nos impressions publicitaires de septembre 2022 liée au trafic réseau.

Ce calcul global a abouti à une consommation énergétique moyenne de 0,22 kWh pour 1 000 impressions publicitaires en septembre 2022, ce qui correspond à une moyenne de 26,1 grammes d'émissions de CO2 pour 1 000 impressions publicitaires. En comparaison, on estime qu'une campagne Display émet en moyenne 30 grammes de CO2 pour 1 000 impressions publicitaires<sup>ii</sup>.

Nous pensons que, dans une large mesure, la faible empreinte carbone des campagnes d'Invibes résulte de la nature totalement intégrée de sa plateforme technologique qui permet des processus efficaces, ainsi que de la faible empreinte carbone des serveurs de la société. En outre, le fait qu'un grand nombre des internautes visualisant nos publicités soient situés en France a un impact positif, car l'empreinte carbone de l'électricité dans ce pays est relativement faible.

Outre l'empreinte carbone des impressions publicitaires individuelles, le nombre total d'impressions par campagne est un facteur fondamental de son impact global. À cet égard, le ciblage intelligent d'Invibes Advertising permet à ses campagnes d'atteindre une grande efficacité avec un nombre optimisé d'impressions, soigneusement contrôlé par des indicateurs clés de performance, ce qui minimise leur impact carbone. Ceci est particulièrement important car la plus grande contribution à l'empreinte carbone d'une campagne Invibes est liée à la consommation d'énergie du trafic réseau. Il convient de noter que la majeure partie du trafic de la société passe par des réseaux de diffusion de contenu (CDN), qui sont gérés localement, ce qui réduit la longueur du trafic de données de nos campagnes.

### **L'indépendance technologique permet à Invibes Advertising d'améliorer ses performances**

Depuis sa création, la plateforme technologique propriétaire d'Invibes Advertising a été conçue dans un souci d'optimisation des processus, initialement pour améliorer ses performances techniques et réduire les coûts associés. Désormais, cette configuration présente également des avantages en termes d'efficacité énergétique. Par exemple, le système de la société sélectionne automatiquement le format publicitaire le mieux adapté à l'appareil et au mode de connexion de l'internaute, ce qui améliore l'expérience utilisateur tout en réduisant la bande passante et la consommation d'énergie de l'impression publicitaire correspondante.

Profitant du contrôle total qu'elle a sur sa plate-forme technologique, Invibes Advertising est en mesure d'évoluer et de s'améliorer constamment. Par exemple, les performances des serveurs frontaux font l'objet d'un examen constant.

Une grande partie des efforts de R&D de la société vise à atteindre une plus grande efficacité pour assurer l'évolutivité, ce qui présente également des avantages en termes de consommation d'énergie. Par exemple, au début de cette année, une révision du codage du programme d'analyse du trafic d'entrée a permis à l'équipe de R&D d'améliorer l'efficacité de l'algorithme, réduisant ainsi de 25 % la consommation d'énergie de cette partie du processus.

## Les objectifs ambitieux d'Invibes Advertising

Conformément à sa valeur fondamentale consistant à toujours innover dans tous les aspects de son activité, Invibes Advertising a lancé plusieurs initiatives visant à réduire l'empreinte carbone de ses campagnes. Elles se répartissent en deux catégories :

- Actions visant à réduire l'empreinte carbone des processus directement sous le contrôle d'Invibes, en diminuant la consommation d'énergie de la plateforme et en privilégiant les sources d'électricité vertes.
- Des actions visant à réduire la consommation d'énergie de nos campagnes en dehors du domaine d'Invibes, au niveau du réseau et de l'utilisateur final, sachant que l'empreinte carbone de l'électricité qui y est utilisée n'est pas sous le contrôle de la société. En particulier, les différences d'empreinte carbone de l'électricité entre les pays pourraient avoir un effet de distorsion à mesure que l'audience d'Invibes se développe au niveau international. Toutefois, étant donné que la plupart des internautes visualisant les publicités d'Invibes se trouvent en Europe, les efforts continus de cette région pour passer à une énergie plus verte seront bénéfiques.

La société a défini une série d'objectifs qu'elle souhaite atteindre :

- Suivi et publication semestrielle de l'empreinte carbone des campagnes publicitaires d'Invibes.
- 99% d'énergie verte pour les serveurs externalisés d'ici à la fin 2023.
- Réduction annuelle de 10% de la consommation d'énergie associée aux campagnes publicitaires d'Invibes pour les 3 prochaines années.

Cela permettra à Invibes Advertising d'offrir l'excellence à ses clients dans le domaine toujours plus important de l'impact carbone de leurs activités publicitaires.

## A propos d'Invibes Advertising

Invibes Advertising est une entreprise technologique internationale spécialisée dans l'innovation publicitaire numérique. Fondée en 2011 par les co-CEO Kris Vlaemynck et Nicolas Pollet, Invibes Advertising a développé une plateforme technologique intégrée conçue pour renforcer la relation entre les marques et les consommateurs grâce aux publicités in-feed.

Chez Invibes Advertising, nous croyons au pouvoir des connexions.

- Le pouvoir de connecter les marques directement avec les consommateurs pour permettre des interactions plus significatives.
- La puissance de la connexion entre big data, formats in-feed innovants, reach puissant et services d'intelligence avancés dans une plateforme unique et holistique pour mettre en relation les marques et les consommateurs de manière transparente et efficace.
- Le pouvoir de mettre en relation des personnes passionnées, dynamiques, compétentes et venues du monde entier pour former l'équipe extraordinaire de spécialistes de l'in-feed qu'est Invibes Advertising.

Afin de poursuivre notre collaboration avec les plus grandes marques du monde, comme Amazon, Bacardi, Volkswagen, Dell, IKEA ou Toyota, nous comptons continuer à intégrer de nouveaux talents pour partager nos innovations à travers le monde. Outre notre foi inébranlable dans le potentiel technologique, nous croyons plus fondamentalement au potentiel de nos collaborateurs. Chez Invibes Advertising, nous nous efforçons continuellement de maintenir un environnement dynamique et ouvert qui favorise une culture de l'innovation, de la croissance et des #GoodVibes, ce qui se répercute directement sur nos clients.

Vous voulez en savoir plus sur Invibes Advertising ? Visitez : [www.invibes.com](http://www.invibes.com)

Invibes Advertising est cotée à la Bourse Euronext (Ticker : ALINV - ISIN : BE0974299316).

**Retrouvez nos derniers communiqués de presse sur :**

<https://www.invibes.com/fr/fr/investors.html>

**Suivez en direct les dernières actualités d'Invibes Advertising :**

**LinkedIn** [@Invibes Advertising](#) **Twitter** [@Invibes\\_adv](#)

**Financial & Corporate Contacts:**

**Kris Vlaemynck, co-CEO**

[kris.vlaemynck@invibes.com](mailto:kris.vlaemynck@invibes.com)

**Audrey Mela, VP Investor Relations**

[audrey.mela@invibes.com](mailto:audrey.mela@invibes.com)

---

<sup>i</sup> L'empreinte environnementale du monde numérique - Septembre 2019 - GreenIT.fr

<sup>ii</sup> L'empreinte carbone des campagnes médiatiques, mars 2022, cinquante-cinq ans.