

LE DÉPARTEMENT DU CALVADOS
ET LA SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE

OPÉRATION GIGA DESTOCKAGE !



LE PROJET EN UNE PHRASE

Et ton tri
t'as pris
le pli

Et ton tri t'as pris le pli : la sobriété peut être drôle et efficace !

Exemple de pages intranet

Exemples de vidéo : le défi battle, le défi mail

Chef de projet Archives Jessica Huyghe, jessica.huyghe@calvados.fr

Concept graphique : Agence We are public. Pour commander auprès de l'agence un kit « Et ton tri t'as pris le pli » : <https://www.et-ton-tri.fr/>

Défi mail, trucs et astuces

Pour la boîte de réception mais aussi dans les éléments envoyés!



- Trier par date** = supprimer les mails de plus de trois ans
- Trier par Expéditeur** = supprimer les newsletters
- Trier par taille** = identifier les pièces jointes volumineuses et les supprimer (ou les enregistrer sur le G si cela en vaut la peine)
- Afficher en tant que conversations/trier par objet** = supprimer d'un coup un échange entier
- Trier par type** = supprimer tous les avis de réunions de ses messages envoyés

Vider la corbeille !
Envie de pimenter la compétition ?
Relever la date du mail le plus ancien de la corbeille avant de la vider!

Encore envie de pimenter la compétition ?
Relever le nombre de mails conservés avant/ après (à répéter sur la boîte de réception, les éléments envoyés et supprimés)



LES GRANDES ORIENTATIONS DU PROJET

**Et ton tri
t'as pris
le pli**

- **Associer enjeux de sobriété à des objectifs métiers** (efficacité, sécurisation des données essentielles, organisation de l'information numérique)
- **Faire de l'opération une action de communication interne** mobilisante
- **Des objectifs chiffrés atteignables mais ambitieux**
- **Un objectif global de formation et sensibilisation au-delà des seuls bilans chiffrés**
- **Proposer des défis progressifs** : Eliminer mails inutiles, doublons et documents provisoires ; diminuer le poids des fichiers par des bonnes pratiques (pds vs ppt, liens hypertextes vs PJ) ; puis structurer les données pour les agents les plus engagés dans la démarche
- **Ne pas insister sur le cadre réglementaire et technique** pour encourager la dynamique, **mais donner les moyens d'aller plus loin** à ceux qui le souhaitent (formations, accompagnement de services)

UN ENJEU DE TRANSVERSALITÉ ET DE MANAGEMENT

- › Une équipe projet transversale (DRUM, Direction Communication, DSN, Archives) et portée au niveau DGS
- › Une forte implication des services porteurs du projet (700h/an estimées)
- › Un effort de rencontre de cultures métier diverses
- › Un projet de communication interne facteur de mobilisation et d'engagement collectif
- › L'implication du manager comme facteur essentiel de motivation et de réussite



CÔTÉ COMMUNICATION

- ✓ **Un ton pédagogique, ludique, engageant**
- ✓ **Un concept créatif pour interpeler par l'humour et marquer les esprits**
- ✓ **Un temps dédié au challenge pour relever des défis**
- ✓ **Une forte implication en terme de moyens internes et de prestation (22 actus publiés sur l'intranet, 2 numéros du journal interne, de nombreux supports prints)**



UNE IDENTITÉ VISUELLE DÉCALÉE



CÔTÉ ARCHIVES

- › Adapter les outils de l'archivistique et de l'information à une communication décalée axée sur la production numérique quotidienne
- › Assurer des séances de formation, des Q/R en ligne et des échanges avec les équipes les plus motivées (dont formation à la structuration des données, aux plans de classement, et même à Archifiltre)
- › Doubler l'opération par des messages ciblés auprès du management sur les tris et versements potentiels.



LA CARTAPLI

Si Internet était un pays, ce serait le 3^{ème} plus gros consommateur d'énergie.

Chaque jour dans le monde : 248 milliards de mails sont envoyés, soit 68 000 mails à titre personnel Paris-New-York.

Le tri numérique ça se fait en 1 clic !

Les deux data centers du Calvados consomment en électricité l'équivalent de 60 millions d'individus.

Et ton tri t'as pris le pli ?

Le numérique pollue deux fois plus que le transport aérien.

Le changement d'impact sur l'environnement :

70% Action collective
30% Action individuelle

Un mail ça va... plein de mails bonjour les gigas !

20% du temps est perdu à chercher des documents ou à en créer de nouveaux.

Bien classer ses dossiers c'est déjà un tri de fait !

Jetés, éliminés, nettoyés, rangés : la gymnastique du tri numérique, ça se fait en un clic.

Ne rater pas l'occasion de faire une bonne action.

Et ton tri t'as pris le pli ?

Plus d'infos sur **CONNECT**

La chasse au gaspi ça se passe aussi sur nos ordis !

Un mail envoyé avec une pièce jointe consomme autant qu'une ampoule allumée pendant 1 heure.

Noire ? Jaune ? Pour le tri numérique c'est la corbeille électronique !

Quand tu ranges ça s'arrange !

Plus d'infos sur **CONNECT**

02 34 47 43 30 - archiv@calvados.fr

Calvados
LE DEPARTEMENT

CÔTÉ INFORMATIQUE

- › **Produire des outils d'analyse** (courbes d'évolution des données stockées, outils d'analyse des doublons)
- › **Suivre techniquement le process** (être prêt à aller chercher des documents dans la corbeille...)
- › **Entrer dans un effort de pédagogie et de transversalité** (formations, visite des data centers)



BILAN FORMATION/SENSIBILISATION

✓ 25% des agents connectés engagés dans des équipes et des défis sobriété

- 74 % des agents connectés ont consulté la page sobriété numérique
- 450 agents (25% des agents connectés) se sont engagés dans des équipes et des défis
- 100 agents ont participé aux matinales sur la sobriété numérique (2022)
- 150 agents se sont inscrits aux formations Archifiltre (2023)

Les formations sont plébiscitées, témoignant de la forte demande du terrain et de l'attente suscitée. Le manque de temps et d'outils limite ou freine parfois la motivation après la formation.



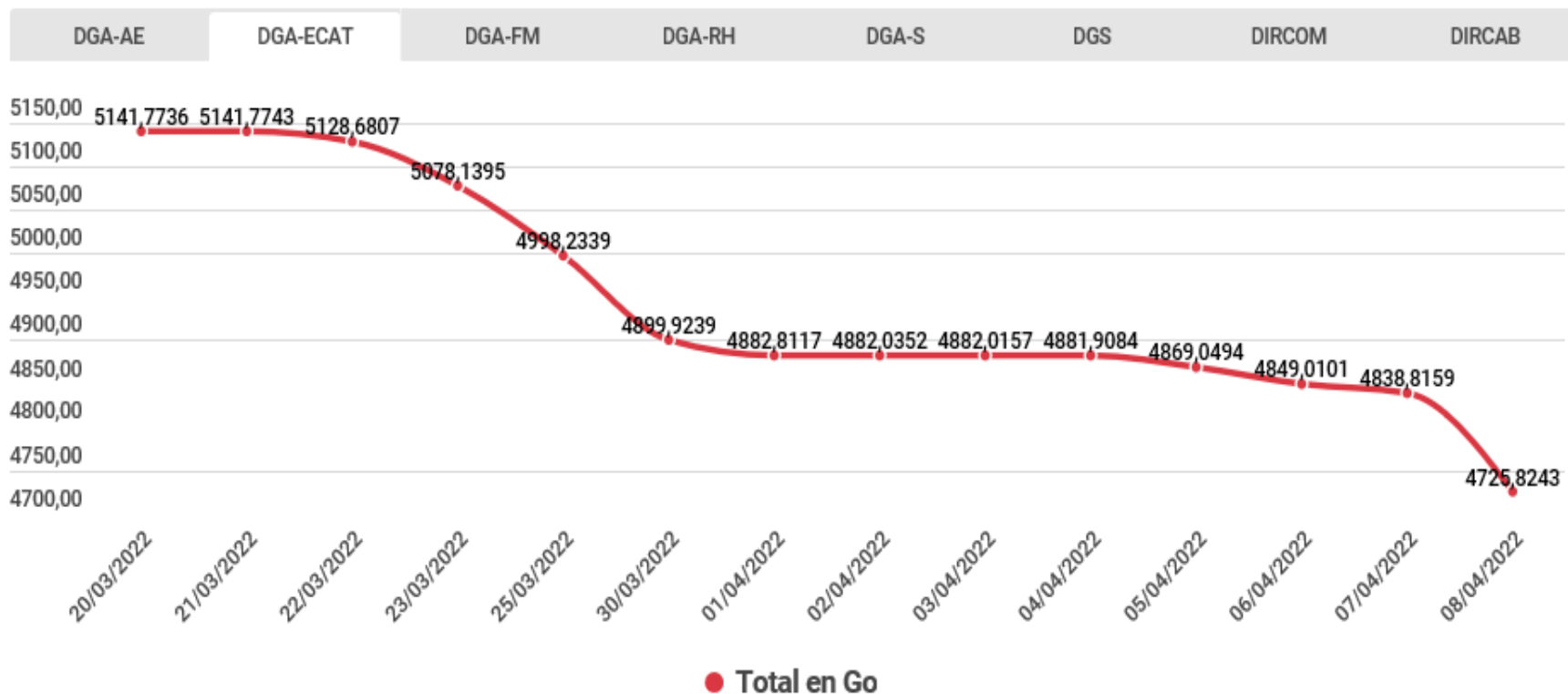
UN FACTEUR DE MOTIVATION : LE TRAVAIL D'ÉQUIPE

Et ton tri
t'as pris
le pli



UN FACTEUR DE MOTIVATION : LES BILANS PAR DGA PUBLIÉS EN TEMPS RÉEL...

DGA ECAT



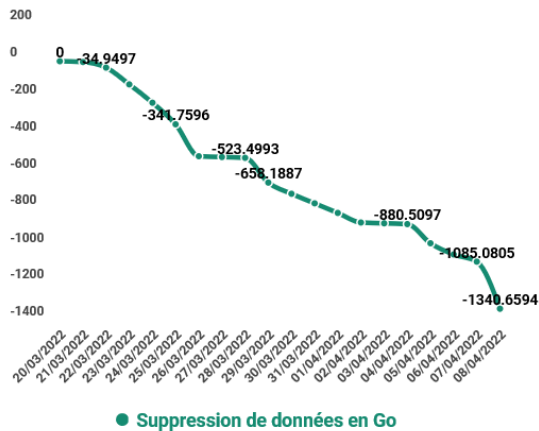
BILAN SOBRIÉTÉ

✓ 1 an de données (1To) supprimées en 3 semaines de défi

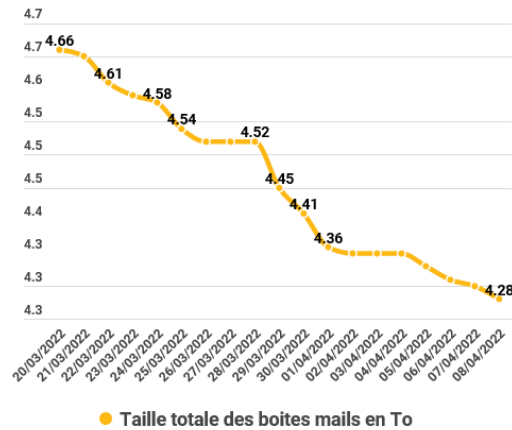
- 1306Go de données supprimées en 2022, 1051 Go de supprimés (1306 Go en 2022)
- 320Go de mails supprimés, 134 Go en 2023 (1 million de mails supprimés chaque année)

La suppression des mails est plus difficile que celle des données. Deux versements d'archives électroniques sont suscités par l'opération.

Données supprimées en Go dans toute la collectivité



Evolution du poids des mails en To



BÉNÉFICES

Bénéfices directs

- Prise de conscience des enjeux environnementaux du numérique d'une manière ludique, consensuelle et non culpabilisante
- Enclenchement des bonnes habitudes de tri et de gestion de l'information
- Un vrai résultat en termes de données éliminées
- Un plébiscite sur les formations surtout en comparaison des formations classiques à l'archivage
- Deux versements d'archives électroniques provenant de la DGS et de la Direction de la Communication

Bénéfices indirects

- Valorisation du rôle des Archives et impulsion d'une dynamique transversale en interne
- Valorisation du Département en externe (prix au jury « Cap'com » et très belle couverture médiatique (article dans la Gazette des Archives, recension dans Archimag, lors de la Journée des transitions du Journal des départements).
- Cohésion entre équipe/convivialité autour d'un sujet mobilisateur et transversal

POINTS D'ATTENTION

Points d'attention managériaux et stratégiques

- Quelle place pour la sobriété dans la stratégie générale de transition environnementale du Département ?
- Comment mieux impliquer l'ensemble du management dans un agenda chargé ?

Points d'attention techniques et environnementaux

- Nécessité d'aller encore plus en amont : le meilleur mail est celui qu'on n'envoie pas...
- Insister sur les gains rapides plutôt que sur le tri fin ?
- Intégrer l'ensemble du cycle de vie et l'ensemble de l'impact environnemental du numérique (prendre en compte l'infrastructure, le renouvellement des terminaux, etc).
- Accepter qu'on ne peut pas augmenter le nombre de données éliminées d'une année sur l'autre et miser sur la cohérence et la « routine » à mettre en place

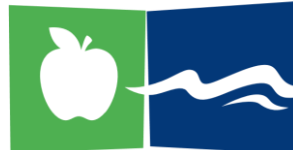
Points d'attentions communication

- Ne pas tout miser sur une com' numérique : proposer des outils papier ludique pour motiver et valoriser la démarche
- Prévoir des outils visant à valoriser la démarche en équipes sur l'opération (véritable remise de prix ?).

- **Une stratégie événementielle en cours d'évaluation pour définir les actions à venir**
- **Une action à penser dans la durée, en lien avec la stratégie globale bas carbone du Département (Calvados vision 2030) et le projet de service Archives 2030.**
 - pages dédiées aux challenges [2022](#) et [2023](#) à retravailler en pages dédiées à la sobriété numérique au quotidien
 - actions de formation à l'archivage à faire évoluer en s'appuyant sur cette expérience et la « marque » Giga Destockage
 - élargissement à l'ensemble de la problématique du numérique responsable à travailler



Calvados



LE DÉPARTEMENT

DÉPARTEMENT DU CALVADOS

BP 20520 • 14035 Caen CEDEX 1

calvados.fr
f t i in v