

The Great Transition
Projet Final

SciencesPo

Lettre d'intention

Ephémail

Groupe 81

Pauline Coatalem
Garance Dumargne
Hayk Keshishian
David El-Kaim
Léa Malgras

Projet Ephemail

Avec l'explosion d'internet depuis le début des années 2000, l'économie digitale a émergé rapidement et est aujourd'hui incontournable. La dématérialisation de l'information permet une transmission quasi-instantanée, accélérant le rythme de nos vies et augmentant la quantité d'information à laquelle nous sommes exposés chaque jour. Les grandes entreprises exploitent ce nouveau marché pour leurs campagnes marketing ; les particuliers et les travailleurs exploitent ces nouveaux outils pour rester connectés au monde qui les entoure. Accompagnant ce développement éclair du secteur digital, les mails ont très rapidement pris une place très importante dans la vie du travailleur moderne, et des particuliers.

En 2019, 293 milliards de mails sont envoyés en moyenne chaque jour dans le monde (hors spam). En 2022, ce chiffre aura évolué pour atteindre 347 milliards de mails chaque jour !

En France, un internaute reçoit en moyenne 39 e-mails par jour. En entreprise, ce chiffre monte à 88 e-mails reçus et 34 envoyés en moyenne par jour par chaque collaborateur. Cela représente 23% du temps de travail d'un employé moyen quotidiennement !

Cette frénésie conduit ainsi à la naissance de problèmes inédits et difficiles à résoudre au premier abord : le tri des mails reçus est très chronophage, l'envoi de mails également, et l'information pertinente est noyée dans la vaste quantité de mails inutiles. Ainsi, les mails s'empilent sans être lus, et certains mails sont perdus dans la masse et doivent être renvoyés plusieurs fois.

Or, si tous ces mails paraissent dématérialisés, ils reposent sur une technologie physique, et présentent donc des externalités négatives. En effet, l'envoi de mail repose sur un ensemble de multiples serveurs, câbles, et systèmes de refroidissements, qui nécessitent des ressources pour leur fabrication et leur bon fonctionnement. Ainsi, s'ajoutant aux problématiques économiques présentées plus haut, les mails génèrent des gaz à effet de serre, participant au dérèglement climatique. On estime qu'un simple e-mail sans pièce jointe entraîne l'émission d'environ 10 grammes de CO₂ émis dans l'atmosphère - l'équivalent du bilan carbone d'un sac plastique.

Pourtant, cet impact est complètement méconnu des citoyens, car le mail possède cette apparence dématérialisée qui ne permet pas de soupçonner un tel

impact. A une époque où la conscience internationale se tourne vers l'impact de l'Homme sur son environnement, ce problème s'inscrit dans son temps. Les citoyens doivent être sensibilisés à ces problématiques, afin de permettre un usage plus raisonné du mail dans le monde, améliorant la productivité de chacun, ainsi que nos impacts sur l'environnement. Face à l'inertie mondiale en rapport avec les problématiques touchant au dérèglement climatique, commencer par résoudre des problèmes au premier abord contre-intuitifs, à impact relativement fort, et simples à résoudre peut permettre de mettre la machine en route.

Concept proposé :

Notre proposition, une réponse à ce challenge d'envergure se nomme **Éphémail**. Nous sommes partis du principe que de nombreux mails avaient en réalité une échéance temporelle et restent pourtant inutilement dans nos boîtes mails. Citons par exemple les newsletters qui sont obsolètes tous les mois, les publicités et les promotions que nous recevons par mail qui ne sont valables que quelques semaines, les confirmations de rendez-vous... Ces mails ne sont pour la plupart jamais retraités et supprimés par les personnes qui les reçoivent, polluant leur boîte mail, consommant beaucoup d'énergie dans les data centers. Éphémail prend la forme d'une extension que l'on peut ajouter sur n'importe quelle boîte mail, créant la notion de mail éphémère.

Éphémail comptera trois fonctionnalités principales. Les mails ayant une échéance temporelle (promotions, rappels de rendez-vous) seront supprimés une fois l'échéance passée. L'extension scanera simplement les mails pour repérer les dates mais ne collectera pas de données. Celle-ci est locale et ne renvoie d'information sur un serveur central. Ensuite les mails non-ouverts depuis plus de x temps, cette durée sera une fonctionnalité à définir par l'utilisateur, seront supprimés sauf mention contraire. Enfin les mails systématiquement non ouverts du même expéditeur, qui sont souvent des newsletters, seront supprimés et le désabonnement à ces newsletters se fera avec l'accord de l'utilisateur. Afin de limiter le risque de suppression de mails encore utiles à l'utilisateur, Éphémail demandera l'accord de l'utilisateur avant de supprimer les mails qu'il a identifiés comme obsolètes ou inutiles. Notre solution s'adresse à tous les usagers de boîtes mail, ce peut être aussi bien dans une utilisation personnelle que professionnelle ou scolaire.

Concepts similaires existants & différenciation :

Nous avons repéré quelques solutions existantes permettant de nettoyer sa boîte mail. Le plus connu et le plus utilisé est Cleanfox. C'est un logiciel gratuit qui propose de nettoyer la boîte mail des spams et permet de se désabonner des newsletters en analysant les messages en fonction de la fréquence d'envoi et d'ouverture, des destinataires, du type de message. Il existe aussi d'autres logiciels, ils sont moins complets et proposent davantage un tri des mails ou simplement le désabonnement de newsletters. Notre solution offre donc un tri plus complet et prend en compte l'obsolescence des mails tout en intégrant les fonctions classiques proposées par Cleanfox et les autres concurrents. De plus, ce tri est permanent et les mails « périmés » sont régulièrement effacés. Ephémail est donc innovant par l'identification et l'élimination de mails devenus obsolètes.

Éphémail est une solution efficace et durable car elle aide à lutter contre le stockage inutile de mail, ainsi que l'envoi dans la mesure où nous permettons le désabonnement aux newsletters, qui ont une empreinte carbone assez conséquente. Il peut également amener l'utilisateur vers une prise de conscience du coût environnemental de ses mails et lui faire prendre de bonnes habitudes de tri et de suppression. L'extension améliore également l'expérience utilisateur en l'aidant à avoir une boîte mail organisée et triée.

Supports et freins au lancement de notre projet :

Les serveurs de boîte mail (Gmail, Hotmail, etc) seront sûrement intéressés par notre solution car elle leur fournit des avantages à la fois en termes d'image et économiques. Expliquons-nous ; le stockage des mails consomme énormément d'électricité dans les data centers et ce coût est supporté par les entreprises de boîtes mails. Un nombre moins important de mails stockés leur permet donc de réaliser des économies et d'également faire baisser leur bilan carbone. Les entreprises de boîte mail pourront également utiliser ce dernier point à des fins de communication et se donner une image plus éco-responsable auprès du grand public. Ephémail est donc une solution profitable pour les clients et pour les usagers visant à réduire l'impact environnemental et économique du grand nombre de mail échangé. Nous pensons ainsi que tout acteur utilisant largement les mails pour communiquer mais également soucieux de son empreinte écologique pourra utiliser et nous aider à promouvoir notre concept.

Nous sommes néanmoins conscients que ces acteurs risquent d'être difficiles à convaincre au premier abord, le rapport de taille entre ces géants de l'IT et notre extension tout juste conçue est immense : le risque d'indifférence ou de passivité

face à notre projet est grand. D'autre part, les entreprises (au sens large, toutes les institutions utilisant le mail professionnellement) ont peu à gagner en utilisant notre extension : elles ne supportent pas le coût du stockage, leur seul gain est une amélioration de leur image. Ce risque peut être minimisé en aidant les entreprises à communiquer sur cette image plus verte auprès de leurs employés et du grand public.

Nous avons également identifié un autre risque au succès de notre extension, du côté des usagers cette fois-ci : ils pourraient avoir peur de perdre des mails importants. S'ajoute à cela une certaine injonction dans le monde du travail à conserver tous les mails reçus et envoyés afin de garder une trace des échanges. L'extension contournera ce problème et demandera systématiquement l'approbation de l'utilisateur avant de supprimer les mails, de se désabonner des newsletters. Les fonctionnalités de l'extension seront librement activables par l'utilisateur qui gardera un contrôle sur toutes les opérations de tri réalisées.

Stratégie de déploiement et jalons majeurs :

a. Coûts :

Ce projet concernant une extension pour boîtes mail existant déjà, sa création peut être réalisée pour un coût quasiment nul. En effet, notre équipe comporte deux ingénieurs pouvant coder l'extension, et nous cherchons simplement à poser un jalon de plus dans notre long chemin vers la neutralité carbone. Nous n'avons donc pas d'objectif de revenus à court terme car nous n'avons presque pas de coûts à couvrir, ce qui nous donne une grande liberté dans l'exécution du projet. Plus précisément, les coûts que nous aurions à supporter sont les suivants :

- conception de l'extension : coût nul grâce aux ingénieurs de l'équipe
- mise à disposition de l'extension : coût nul de publication d'une extension sur les marketplace des différents navigateurs internet
- design et visuels : coût nul grâce à la designer de l'équipe
- marketing : coût du serveur pour un site internet vitrine, et coût de la publicité sur les réseaux sociaux.

Le coût du maintien d'un site internet en ligne par Wordpress (la solution que nous avons choisie) est de 3€ HT / mois.

Le coût de la publicité sur les réseaux sociaux (nous avons choisi Facebook et Instagram), est d'un peu moins de 1€ par impression.

Les incubateurs de nos différentes écoles permettent l'éligibilité à des subventions de plusieurs dizaines de milliers d'euros. Notre projet sur 5 ans nécessiterait 180€

pour le maintien en ligne, et le reste serait alors investi en marketing sur les réseaux sociaux. Nous pourrions donc cibler plus de personnes à mesure que nous obtiendrons des subventions. Avec une bourse de 10k € nous pourrions ainsi toucher 2000 personnes par an pendant 5 ans.

b. Stratégie de déploiement :

A court terme, nous comptons donc rendre l'extension accessible dans les plateformes de téléchargement d'extensions des principaux navigateurs web existants. Notre stratégie de déploiement à court terme repose donc sur de la communication de proche en proche :

- activation de nos réseaux : notre équipe est composée de 5 personnes venant de 5 formations et écoles différentes. Nous avons globalement accès aux étudiants des 10 plus grandes écoles de commerce et d'ingénieurs, des facs de droits, en architecture, à Sciences Po... Ces étudiants sont pour la plupart sensibilisés aux problématiques liées aux émissions de gaz à effet de serre, et seront sans aucun doute heureux de pouvoir réduire leur empreinte carbone quasiment sans aucun effort. De plus, la plupart d'entre nous avons effectué des stages dans de multiples entreprises et institutions, ce qui nous permettra également de diffuser notre projet dans leurs locaux par l'intermédiaire d'anciens collègues.
- organisation d'événements : à la manière de Marc Zuckerberg pour le lancement de Facebook, nous avons l'intention d'organiser des événements, par exemple des dîners, pour promouvoir notre produit et pénétrer le marché plus efficacement.
- prise de contact avec les médias : certains journaux, chaînes de radios, et chaînes de télévision présentent tous les jours les dernières créations des start-ups françaises. Nous voulons les contacter pour élargir notre cercle de diffusion, et promouvoir notre extension également avec des médias de masse.
- Bouche-à-oreille : un grand atout de notre solution est qu'elle ne demande quasiment aucun effort de la part de l'utilisateur. Au regard de la période historique que nous vivons, le lancement de notre extension est effectué au bon moment, car chaque nouvel utilisateur voudra certainement convertir plusieurs autres potentiels utilisateurs vu le rapport entre l'impact obtenu et le peu d'efforts que notre solution représente.

Selon nos prévisions, cette phase de promotion active d'Ephemail nous permettrait ainsi d'acquérir une base solide d'utilisateurs à horizon 5 ans. Nous estimons atteindre 200 utilisateurs l'année du lancement, 700 utilisateurs en

année n+1, 1500 en n+2, 3500 en n+3, 7500 en n+4 (5 ans après le lancement de l'extension).

A long terme, notre objectif serait de pouvoir former des partenariats avec divers acteurs concernés par notre extension :

- les entreprises : quasiment toutes les entreprises aujourd'hui voient leurs collaborateurs utiliser intensivement les mails. Elles pourraient promouvoir Ephémail en interne, afin de verdir leur image extérieure, tout en augmentant la productivité de leurs collaborateurs.
- les entreprises émettant les mails de publicité en masse : la plupart de ces mails ne sont jamais ouverts par les destinataires. Nous pourrions aider ces entreprises à identifier les utilisateurs qui n'ouvrent jamais leurs mails, afin de leur éviter l'envoi de tels mails. Cela leur permettrait à la fois de leur donner une image plus éco-responsable, et de réaliser des économies grâce à un envoi plus restreint de tels mails.
- Les boîtes mail : Ephémail permet aux clients mails de réaliser des économies sur l'utilisation de leurs serveurs, en diminuant l'espace de stockage nécessaire. Ainsi, les boîtes mail elles-mêmes pourraient être intéressées pour nouer des partenariats avec Ephémail, à la fois pour verdir leur image, et pour réaliser des économies sur le stockage.

Ces revenus à long terme permettraient de développer l'extension, d'augmenter les solutions qu'elle offre, et d'atteindre plus d'utilisateurs grâce à des campagnes marketing plus appuyées.