Rapport Annuel d'Impact 2025

data for good



Document confidentiel – Usage réservé aux partenaires financiers

Ce rapport présente les développements, accomplissements et réussites de l'année 2025, ainsi que les indicateurs d'impact destinés au reporting philanthropique. Il expose également les axes de réflexion stratégique pour l'année 2026. Ce document contient des discussions et réflexions stratégiques sur l'association et ne doit pas être partagé en dehors des cercles autorisés.

Le document est structuré en 5 sections :

1) *L'association et sa structuration*
2) *Axe 1 - Co-construire des projets numériques au service de l'intérêt général*
3) *Axe 2 - Lutter contre l'hégémonie technologique et ses dérives*
4) *Axe 3 - Construire des alternatives numériques*
5) Défis stratégiques pour 2026

Introduction : l'association et sa structuration

Une année charnière pour Data for Good

L'année 2025 a été un vrai tournant pour Data for Good. **Alors que l'association fêtait ses 10 ans, elle a changé de modèle en passant d'une structure 100% bénévole à une**

organisation qui emploie maintenant plusieurs salariés. Cette évolution était pensée pour permettre à l'association de passer à l'échelle son action pour la prochaine décennie, en renforçant ses capacités opérationnelles et son impact sur le terrain.

Nous avons pu profiter de cette nouvelle organisation pour multiplier ses actions et renforcer sa présence dans l'écosystème du numérique d'intérêt général. Depuis janvier 2025, pour la première fois, Data for Good dispose d'une équipe salariée à plein temps, et on se rend compte que ça change complètement la dynamique de ce qu'on fait et l'impact des projets qu'on arrive à mener.

Rappel de la mission

Data for Good porte une mission claire : promouvoir une autre manière de faire du numérique, au service de l'intérêt général et à rebours des logiques dominantes du secteur tech. Cette mission s'appuie sur trois dimensions qui guident toutes les actions de l'association : la justice sociale, la protection de l'environnement et la préservation de la démocratie. Ces trois piliers sont le socle de chaque projet, chaque prise de position et chaque partenariat. L'ambition de Data for Good est de construire un contre-pouvoir tech citoyen.

L'équipe salariée et les membres bénévoles

L'association finit l'année 2025 avec 5 salariés :

- Lou - secrétaire générale qui assure la coordination stratégique, financière et administrative
- Ronan - responsable des projets et des opérations qui supervise toutes les initiatives
- Julie - responsable de la communication

À ces postes transversaux s'ajoutent des employés dédiés à des projets spécifiques.

- Giuseppe - travaille sur le projet de lutte contre la désinformation climatique, en partenariat avec Quota Climat et Science Feedback.
- Alexandre - consacré au projet de cartographie des data centers (Data Center Bombs), qui est un axe majeur de développement pour les années à venir.

Enfin, un sixième recrutement est en cours pour renforcer le plaidoyer de l'association en 2026.

Côté bénévoles - En 2025, la communauté Data for Good a continué de grandir.

- L'association compte maintenant près de 8 000 membres bénévoles sur son espace de communication (Slack puis Mattermost), même si tout le monde n'est pas actif en permanence.
- Ces volontaires s'engagent localement au sein d'une dizaine d'antennes actives sur le territoire (Grenoble, Bordeaux, Marseille, Lyon et d'autres), qui sont autant de points de rencontre et de mobilisation pour les membres.

Financement et ressources

L'année 2025 a vu l'obtention de nombreux financements qui ont permis de soutenir cette croissance et de lancer de nouveaux projets ambitieux. L'association a notamment intégré:

2024

- Fondation perma-numérique : 120 k sur 3 ans.
- Fondation pour un monde nouveau : 15 k.
- Fondation de France : 125 k sur 2 ans.
- Entreprendre et Plus : 100k sur 3 ans.

2025

- Luminate : 250 k sur 2 ans (projet Data center bombs)
- Fonds pour la démocratie : 40k sur 2 ans
- Fondation pour un monde nouveau : 15k renouvellement
- 1% pour la planète : 71k
- Ring fondation : 100K sur 3 ans
- ECF et journalismAI : 50k et 50k sur un an

Ces ressources ont été essentielles pour permettre la professionnalisation de la structure et le lancement des projets.

L'association a aussi mené pour la première fois une campagne de dons participative et citoyenne, ouverte au grand public, lancée le 1er octobre. Cette campagne a bien marché, avec:

- 6 600 euros de dons mensuels collectés
- 26 000 euros de dons ponctuel collectés

et une communauté de donateurs engagés autour de la mission de Data for Good. La campagne a été accompagnée d'une vidéo réalisée avec Guillaume Meurice, dans l'idée d'amener un peu de joie et de rire dans ces transformations technologiques. Cette campagne montre que nous pouvons mobiliser au-delà de ses cercles habituels et sensibiliser un public plus large aux enjeux du numérique d'intérêt général.

Accomplissements structurels

Plusieurs accomplissements importants ont marqué cette année.

- **Bureaux** - L'association a pris des bureaux à la Climate House
- **10 ans** - La fête des 10 ans a rassemblé 300 personnes à l'Académie du Climat.
- **Identité visuelle** - Côté identité, nous avons procédé à une refonte complète de notre site internet et de sa direction artistique. Ce travail a été l'occasion de se poser

beaucoup de questions sur qui est Data for Good et ce que l'association veut défendre face à l'hégémonie technologique. Le résultat est une identité visuelle qui est au très loin des visuels technologiques typiques : des découpages, des écritures manuscrites, une composition de plein de choses différentes, un peu bordélique, très organique. Il n'y a pas d'effet visuel de glitch, de code, d'octets qui se baladent ou de lumière futuriste. L'idée est que ce contre-pouvoir tech citoyen, s'il veut faire face à l'hégémonie technologique, est construit par toutes et tous et pour toutes et tous, en combinaison de différents intérêts pour l'environnement, la société, la démocratie, par plein de citoyens qui veulent travailler ensemble et dialoguer pour construire un autre futur que celui qu'on est en train de nous imposer. https://dataforgood.fr

- **Manifeste** - Ce travail s'est accompagné de l'écriture d'un manifeste de positionnement, un document qui explicite les valeurs, les convictions et les engagements de Data for Good par rapport au monde de la technologie. https://dataforgood.fr/nos-positions
- **RH** - La professionnalisation s'est aussi traduite par la mise en place de premiers outils RH : une grille salariale (en cours de construction), des cadres pour les entretiens annuels, et une une réflexion sur les conditions de travail.

Performance de la communication

La stratégie de communication de 2025 a donné de très bons résultats.

- Sur Instagram, l'association est passée de 3 000 à 12 000 abonnés
- Sur LinkedIn, l'audience atteint maintenant 30 000 abonnés.
- Les newsletters comptent + 12 000 inscrits et restent un canal privilégié pour communiquer avec la communauté.
- Excellente couverture presse, avec des retombées médiatiques régulières dans des médias nationaux et spécialisés à la fois sur les projets que sur le plaidoyer numérique

Des publications Instagram comme celles sur l'impact de l'IA sur les droits d'auteur dans le cinéma ou la musique ont été visionnées près de 2 millions de fois



[MENTORAT]
[POLE FORMATION]

Axe 1 : co-construire des projets numérique en coalition au service de l’intérêt général

Philosophie et méthodologie

Le cœur de l'action de Data for Good est l'accompagnement de projets numériques d'intérêt général, toujours orientés autour des trois dimensions de l'association : justice sociale, protection de l'environnement et préservation de la démocratie. L’approche principale de l’association est la co-construction en coalition avec des associations partenaires. Cette philosophie répond à une conviction forte, forgée par 10 ans d'expérience face au techno-solutionnisme. Nous avons essayé d'avoir l'humilité de reconnaître ce qui ne marchait pas, et quand ça fonctionnait c'était toujours en coalition avec des associations expertes de leur sujet. Il n'y a jamais une solution technologique unique qui permet de répondre à un problème et de le résoudre dans son entièreté : les réponses doivent être culturelles, sociales, politiques, géopolitiques.

Cette complémentarité joue à toutes les étapes des projets, du design et de la conception jusqu'au plaidoyer et aux campagnes de mobilisation. Les associations partenaires apportent leur connaissance du terrain, leur légitimité thématique et leur réseau de diffusion. Data for Good contribue son expertise technique, sa capacité à mobiliser des bénévoles qualifiés et son réseau médiatique qui se renforce d'année en année.

Les trois modes de projets

L'expérience de 10 ans a permis d'identifier trois modes de projets qui fonctionnent vraiment :

1. Collecter des données pour le plaidoyer. C'est ce qui a donné les plus gros succès et les plus grosses victoires : savoir collecter des données pour pouvoir objectiver des faits, mettre en lumière des chiffres, poser des diagnostics.

2. Construire des outils internes pour les associations. Quand Data for Good travaille avec des associations auxquelles elle fait confiance et dont l'action est très forte (comme Bloom, ou SINGA), ces structures ont des besoins d'outillage qui ne sont pas forcément destinés au grand public ou au plaidoyer.

3. Créer des plateformes de mobilisation citoyenne. Certains sujets ont besoin d'embarquer des gens pour construire un monde plus juste. L'exemple type est le projet "Dans mon eau" sur les pesticides et polluants dans l'eau du robinet. Dans ce cas, il y a beaucoup d'attention portée non pas juste à construire une plateforme technologique, mais à imaginer comment mobiliser les gens derrière : penser à l'action, raconter des histoires visuellement, avec beaucoup d'ambitions sur le design et le data storytelling.

Ces trois modes guident la sélection et le développement des projets, toujours avec des données rigoureuses, toujours en coalition, toujours développés par des citoyens en open source.

Les saisons d'accélération : le cœur du modèle

Le mode principal de création de projets s'organise autour des saisons d'accélération, qui concentrent environ 90% des efforts sur les projets d'intérêt général. Le fonctionnement est maintenant bien rodé : une dizaine de projets sont sélectionnés, toujours en coalition avec des associations partenaires, et présentés aux bénévoles fin janvier. Le travail intensif se poursuit jusqu'à fin avril, avec l'objectif d'aboutir à un premier prototype fonctionnel.

Après ce premier livrable, les projets continuent leur développement jusqu'à atteindre une maturité suffisante pour garantir leur impact réel. Cette continuité s'appuie généralement sur le même groupe de bénévoles qui s'est engagé pendant la saison, parfois renforcé par des personnes externes ou par des financements dédiés obtenus par la coalition. L'équipe salariée joue aussi un rôle croissant dans l'accompagnement des projets jusqu'au bout.

L'année 2025 a été la première saison où deux salariés étaient impliqués dès le départ, portant la sélection des projets, leur cadrage, la gestion opérationnelle des bénévoles et le déploiement final. Cette professionnalisation a vraiment renforcé la capacité de l'association à mener les projets jusqu'au bout. Par ailleurs, nous avons mis en place pour la première année une **évaluation de mesure d'impact** à +1 mois et +12 mois.

Bilan de la saison 13

La saison 13 a permis d'accompagner 12 projets, dont plusieurs ont eu des impacts significatifs et mesurables. Un des enseignements majeurs de cette année : le temps investi en amont des projets est crucial. Avoir des personnes dédiées au pilotage permet de garantir que les projets atteignent vraiment leurs objectifs pendant la saison et après.

Un changement notable cette année a été la volonté de pousser la plupart des projets jusqu'à leur phase d'impact réel, que ce soit des campagnes médiatiques, du plaidoyer ou de la mobilisation citoyenne.

Projets phares de l'année

Lutte contre la désinformation climatique

https://quotaclimat.org/app/uploads/2025/10/Cartographie-desinformation-climatique-France-Bresil-octobre-2025.pdf

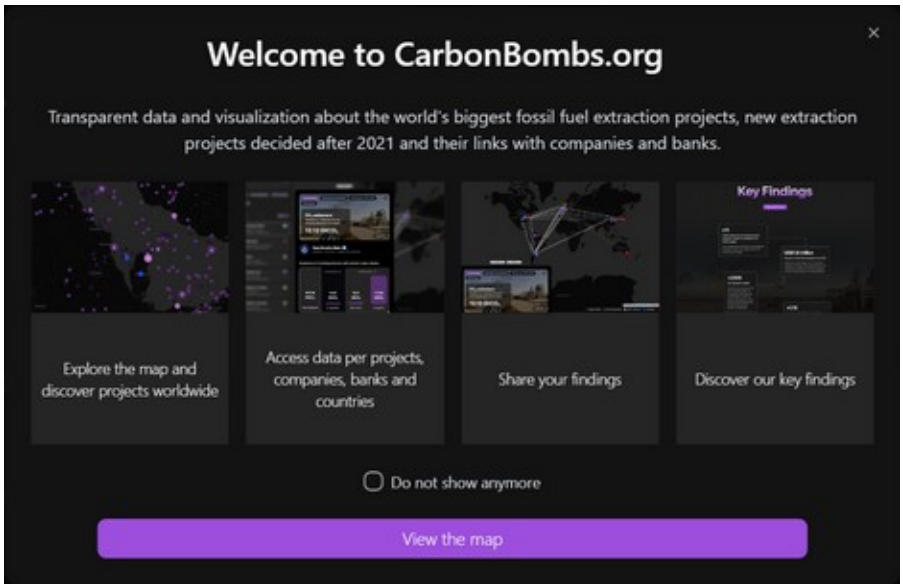


Le projet mené en coalition avec Quota Climat, Science Feedback et l'Observatoire des médias sur l'écologie est une des réalisations majeures de l'année. Ce projet a produit plusieurs rapports d'analyse approfondis, alimentant un plaidoyer de longue date contre la désinformation climatique et l'intégrité de l'information scientifique.

L'impact de ce projet se mesure à plusieurs niveaux. Les chiffres produits sont utilisés pour dialoguer directement avec les médias. Une proposition de loi est portée à l'Assemblée nationale par Quota Climat. Le sujet de l'intégrité de l'information climatique est porté jusqu'aux négociations entre les États à la COP.

Le succès de ce projet se mesure aussi concrètement : plusieurs plaintes ont abouti auprès de l'ARCOM, une couverture presse significative a été obtenue (+ de 90 articles), et le plaidoyer continue d'être alimenté par les données produites. Ce travail contribue directement à améliorer la qualité de l'information climatique dans l'espace médiatique français et mondial.

CarbonBombs.org v2



Un autre projet majeur réalisé hors saison a été la mise à jour de la plateforme des Bombes Carbone, lancée initialement en 2023. Cette plateforme est un outil de référence qui répertorie les plus grands projets pétroliers du monde, les entreprises qui les portent et les banques qui les financent.

La version 2, sortie en octobre 2025, a été développée en coalition avec Reclaim Finance, éclaircies et Leave It In The Ground. Elle a intégré les évolutions des deux dernières années, notamment les conséquences de certains accords internationaux. La base de données couvre maintenant plus de projets. Ce projet a eu une très bonne couverture médiatique (dépassement du record annuel de Reclaim finance +95 articles) à l'international, relançant les discussions sur les bombes carbone juste avant la COP 30. Plusieurs cabinets de notation ESG souhaitent intégrer ces données dans leurs évaluations pour leurs clients, et la base de données est utilisée quotidiennement par Reclaim Finance pour parler de certains projets.

Projets à fort écho médiatique

Plusieurs autres projets ont généré un écho important.

- La plateforme TousExposés.fr permet de cartographier l'exposition aux pesticides sur le territoire français, donnant aux citoyens et aux décideurs un outil de visualisation et de sensibilisation. + 30 articles nationaux, + 70 000 contacts de députés mobilisés et une campagne de plaidoyer associée.
- HelloQuitX, plateforme d'interopérabilité développée dans le contexte des questionnements sur le réseau social X, permet une migration coordonnée vers Bluesky et Mastodon. Nous avons aidé à trouver des bénévoles sur le projet.

- Une étude avec Démocratiser la Politique documente la sous-représentation des classes populaires dans la vie politique française depuis 30 ans, contribuant au débat public sur la représentativité démocratique.

Projets de la saison 13

- Avec Générations Futures - Le projet "Dans mon eau", a eu un retentissement particulièrement fort. Cet outil centralise et visualise les données sur la pollution chimique de l'eau (pesticides et polluants) en France, pour sensibiliser le public et les décideurs. C'est un exemple type de plateforme de mobilisation citoyenne : la couverture presse a été exceptionnelle, et le projet a déclenché de nouvelles mesures de la part des Agences Régionales de Santé ainsi qu'un intérêt législatif notable. https://dansmoneau.fr (+ 100 aine d'articles nationaux dont un passage au 20h de France 2)



- Avec Greenpeace, un outil appelé Potentiel Scolaire a été développé pour mesurer et quantifier le potentiel solaire des écoles et faciliter l'installation de panneaux photovoltaïques.

- Avec Canopée, un outil de détection des coupes rases abusives dans les forêts françaises a été créé. Il est désormais déployé sur le terrain et contribue à identifier des chiffres utiles pour le plaidoyer.
- Avec Anima, l'empreinte de la souffrance animale dans la production d'œufs est en cours de finalisation, pour sensibiliser les consommateurs sur les conditions d'élevage des poules pondeuses. Une sortie médiatique est prévue pour le salon de l'agriculture afin de demander aux Supermarchés de respecter leur engagement concernant l'arrêt des poules élevées en cage.
- Avec Anticor, le projet Éclaire le Public sortira en février 2026. Il vise à rendre accessibles les données publiques des collectivités locales pour faciliter la lutte contre la corruption et renforcer la vigilance citoyenne.
- Avec le collectif 50/50, plusieurs outils ont été développés pour analyser et mesurer la diversité et l'égalité dans le cinéma et l'audiovisuel français. Ces outils ont été présentés aux Assises de l'égalité dans le cinéma et seront utilisés pour analyser le Festival de Cannes ainsi que d'autres festivals.
- Avec J'accueille (SINGA), le projet OD&IS vise à améliorer l'accueil des personnes réfugiées dans les zones périurbaines et rurales et à renforcer les réseaux d'hébergement citoyen.

Préparation de la saison 14

L'année 2025 a aussi été marquée par une refonte du processus de préparation des projets pour la saison suivante. Pour la première fois, ce travail a commencé très tôt, dès mi-août, soit presque un mois avant les années précédentes.

- La première phase, entre mi-août et début octobre, a été une campagne d'appel à projets permettant aux associations de postuler pour proposer des coalitions. En parallèle, l'équipe a prospecté pour identifier et rencontrer des associations susceptibles de porter des projets alignés avec la mission de Data for Good.
- Une phase d'audit de trois à quatre semaines a suivi, pour creuser chaque projet candidat, rencontrer les associations porteuses et évaluer la faisabilité technique et le potentiel d'impact. Cette phase commence par de l'asynchrone (quelques questions par mail), puis des premiers appels, avant de creuser plus en profondeur 20 à 30 projets.
- La sélection définitive a été présentée le 28 octobre devant un comité de sélection composé de bénévoles et du comité administratif. Sur les 50 projets analysés, 18 projets ont été présentés au comité - 18 projets qui auraient tous pu être accompagnés en saison.
- Le lancement de la saison 14 est prévu pour janvier 2026 (probablement le 17 ou le 24 janvier). Entre octobre et janvier, l'équipe dispose donc de 2 mois et demi pour cadrer les projets. C'est la grosse nouveauté de cette année, directement issue du feedback des bénévoles de la saison précédente qui disaient que les projets n'étaient pas assez cadrés au début.

Ce cadrage porte à la fois sur les dimensions produit et technique, avec l'objectif d'arriver en janvier avec des projets bien matures. Un élément clé est l'identification précoce de bénévoles engagés, organisés en binômes avec un responsable produit (PM/PO) et un responsable technique (tech lead) pour chaque projet. Cette organisation permet d'identifier les bénévoles fiables et de créer de la redondance pour que les équipes soient solides. Les bénévoles qui rejoignent la saison en janvier trouvent ainsi des projets bien préparés, ce qui maximise l'efficacité du temps de travail collectif.

Les processus de sélection ont aussi été revus et formalisés, avec une méthodologie plus rigoureuse et transparente. Un comité éthique a été mis en place pour accompagner la réflexion sur les projets qui posent des questions plus profondes. Les critères de sélection sont renseignés ici 2025 - criteres-de-selection - Data For Good.pdf

La liste des projets sélectionnés pour la saison 14 est maintenant arrêtée :

- Environnement et biodiversité
    - Avec InfoClimat (Serge Zaka) - Valoriser la plus grande base de donnée météo disponible pour que les chaines d'informations privées puissent s'en emparer
    - Avec VCM Water Watch - Cartographier la pollution liée à l'utilisation de canalisations en PVC installées avant 1980, contenant des résidus de CVM
    - Avec Planète Mer - Améliorer l'analyse des informations récoltées grâce aux citoyens pour mieux surveiller la biodiversité du littoral
    - Avec Seed & All4Trees - obtenir de la donnée pour valoriser le travail de reforestation d'All4Trees
    - Avec la FNAB (Fédération Nationale D'Agriculture Biologique) - Cartographier le taux de bio dans les cantines, puis comparer pour savoir quels critères font que les municipalités appliquent la loi Egalim ou pas
- Justice Sociale
    - Avec Reclaim Finance - qui paie le prix du changement climatique ? - Cartographie pour croiser les données des catastrophes naturelles avec des indicateurs socio-économiques, et ainsi montrer les injustices sociales liées aux crises climatiques.
    - Avec Equal Legal Aid - Rendre la base de donnée d'aide juridique de l'association accessible pour que toutes les personnes/organisations puissent s'en servir et ainsi accompagner les personnes déplacées dans leurs démarche juridiques
    - Avec SaCy et Féministe contre le CyberHarcèlement - Lutte contre le cyber-harcèlement en ligne
- Démocratie
    - Avec EUPHA - Lutter contre la désinformation sur la santé (sur les RS en Europe) en créant une plateforme qui détecte et apporte des réponses aux messages de désinformation sur la santé.
    - Avec Paye Ton Influence - Observatoire des pratiques d'influence marketing - Identifier 1000 collaborations cachées entre influence et entreprise nocive

- Avec Oxfam - Créer un index des femmes dans les postes stratégiques du pouvoir
- Avec MDSE (Mouvement de Soutien aux Défenseur·ses de l'Environnement) - Créer une BDD pour partager la connaissance entre les avocats qui défendent les activistes climat

---

Axe 2 : Lutter contre l'hégémonie du numérique et ses dérives

Le constat : une accélération inquiétante

Le constat est clair : il y a une domination très forte des entreprises privées de la tech sur les évolutions du numérique, et cette domination a une emprise sur nos vies, l'environnement et nos démocraties qui est extrêmement forte. L'accélération portée par l'IA générative est exponentielle.

Face à cette hégémonie, Data for Good a identifié trois leviers d'action.

1. Informer et vulgariser sur les impacts de la tech

Depuis un an et demi à deux ans, nous prenons énormément la parole dans les médias (radio, télé, presse écrite) pour vulgariser les enjeux environnementaux, sociaux et démocratiques du numérique.

Revue de presse - 50+ reprises presse, TV, radio ou interview (Radio France, Socialter, NouvelObs, Charlie Hebdo, L'Humanité, Bon Pote, Vert, Ouest France)

- https://bonpote.com/intelligence-artificielle-le-vrai-cout-environnemental-de-la-course-a-lia/
- https://www.lemonde.fr/pixels/article/2025/02/12/au-sommet-sur-l-intelligence-artificielle-la-france-prone-une-ia-ecoresponsable-sans-vraiment-s-en-donner-les-moyens_6544093_4408996.html
- https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/le-debat-du-7-10/le-debat-du-7-10-du-mardi-01-juillet-2025-5292800
- https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/la-terre-au-carre/la-terre-au-carre-du-lundi-10-fevrier-2025-3809708
- https://www.auposte.fr/ia-le-progres-version-mad-max/

- https://www.carenews.com/carenews-info/news/des-dynamiques-insoutenables-quel-est-l-impact-environnemental-reel-de-l-ia
- https://www.radiofrance.fr/franceinter/ia-il-faut-qu-on-s-parle-une-journee-speciale-sur-france-inter-lundi-10-fevrier-2025-8085043
- https://www.la-croix.com/societe/course-aux-data-centers-pourquoi-google-a-jete-son-devolu-sur-chateauroux-20250708
- https://www.socialter.fr/article/trump-efface-donnees-scientifiques-climat-resistance
- https://www.banquedesterritoires.fr/sommet-ia-limpact-ecologique-de-lia-sur-le-banc-des-accuses
- https://charliehebdo.fr/2025/10/societe/tech/on-preche-dans-le-desert-les-data-centers-des-forets-de-beton-qui-devorent-le-territoire/
- https://www.aefinfo.fr/depeche/742236-aef-info-devoile-les-30-personnalites-qui-ont-bouge-les-lignes-en-rse-en-france-depuis-la-cop-21
- https://vert.eco/articles/ladministration-trump-et-la-societe-palantir-utilisent-lia-pour-surveiller-en-masse-les-personnes-immigrees-et-toutes-les-autres
- https://www.ouest-france.fr/high-tech/intelligence-artificielle/point-de-vue-pour-une-gouvernance-mondiale-ethique-et-responsable-de-lintelligence-artificielle-a06c5954-e244-11ef-822c-d93b68cf46e7
- https://www.ouest-france.fr/high-tech/intelligence-artificielle/quel-est-limpact-de-lintelligence-artificielle-sur-lenvironnement-4f56e47e-e863-11ef-995e-b071f34de180
- https://www.laquadrature.net/2025/04/08/tribune-contre-la-loi-simplification-ralentissons-et-osons-faire-front-commun/
- https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/livret_TGF_IA-et-environnement_fev2025.pdf
- https://vert.eco/articles/comment-le-departement-de-lefficacite-gouvernementale-de-musk-utilise-lintelligence-artificielle-pour-licencier-en-masse-et-tordre-la-democratie
- https://www.radiofrance.fr/franceinfo/podcasts/les-documents-franceinfo/ca-fait-une-facture-electrique-tres-importante-le-developpement-de-l-ia-face-au-defi-environnemental-8687679
- https://www.parismatch.com/vivre/high-tech/ia-frugale-comment-la-france-va-changer-la-donne-en-matiere-dintelligence-artificielle-247236
- https://lareleveetlapeste.fr/ia-les-data-centers-transforment-les-territoires-en-deserts/
- https://www.franceinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/intelligence-artificielle-les-starter-packs-sont-ils-vraiment-un-gouffre-energetique_7161201.html
- https://www.bfmtv.com/environnement/studio-ghibli-starter-packs-l-utilisation-massive-de-l-ia-generative-est-elle-un-probleme-pour-la-planete_AN-202504140681.html
- https://www.novethic.fr/economie-et-social/business-model-en-transition/les-plans-climat-des-entreprises-en-danger-avec-le-boom-de-lia-generative
- https://www.alternatives-economiques.fr/lintelligence-artificielle-conquiert-monde-menace-planete/00113398
- https://vert.eco/articles/fausses-images-dhollywood-en-feu-a-qui-profite-lia
- https://www.dailyclimate.org/elon-musks-ai-chatbot-downplays-climate-risks-boosting-fringe-views-2672221092.html

- https://www.humanite.fr/politique/environnement/pourquoi-la-tendance-du-starter-pack-sur-les-reseaux-sociaux-pose-probleme
- https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/06/10/les-data-centers-prets-a-s-en-remettre-a-la-geothermie-profonde-pour-etancher-leur-soif-d-energie_6612026_3244.html

Sur nos projets, +200 reprises (Telerama, NouvelObs, Figaro, …)

- https://www.telerama.fr/debats-reportages/quand-l-ia-se-met-au-service-de-la-lutte-contre-la-desinformation-climatique-7024750.php
- https://www.lefigaro.fr/sciences/energies-fossiles-28-bombes-carbone-amorcees-depuis-2021-alertent-des-ong-20251027
- https://www.nouvelobs.com/ecologie/20250219.OBS100508/l-intelligence-artificielle-est-un-facteur-de-desinformation-climatique.html
- https://www.humanite.fr/environnement/accord-de-paris/climat-2300-nouveaux-projets-dextraction-denergies-fossiles-lances-depuis-2021-denonce-un-rapport
- https://www.greenpeace.fr/espace-presse/energie-solaire-un-nouvel-outil-revele-le-potentiel-des-ecoles-francaises/
- https://www.bfmtv.com/environnement/climat/energies-fossiles-28-bombes-carbone-demarrees-depuis-2021-alertent-des-ong_AD-202510270735.html
- https://www.liberation.fr/environnement/pollution/pfas-pesticides-nitrates-une-carte-pour-savoir-ce-que-contient-leau-de-votre-robinet-20251016_6LTR6KJSPJHUDD477N6DYJPHVY/
- https://www.novethic.fr/environnement/climat/totalenergies-remporte-la-palme-du-plus-grand-nombre-de-bombes-carbone-au-monde
- https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/04/10/la-desinformation-climatique-prospere-dans-une-partie-des-medias-audiovisuels-francais_6593627_3244.html
- …

Une newsletter dédiée à ces sujets a été créée, suivie par 1200 personnes. Cette newsletter invite les citoyens à être lucides sur ces technologies, à s'informer sur leurs usages et leurs impacts dans la conception. Elle vulgarise les impacts du numérique et de l'IA, permettant à un public non spécialiste de comprendre les enjeux et de se faire une opinion.

Nous avons également organisé des webinaires / podcasts publics une fois par mois disponible sur notre chaîne Youtube pour vulgariser des penseur.euse.s et expert.e.s techno-critiques : Antonio Casilli, Anne Alombert, Marc Faddoul, Soizic Penicaud, Hubert Guillaud, …

2. Interroger les usages et les infrastructures

- Cette année, pour la première fois, Data for Good s'est mobilisé en faisant une activité de plaidoyer structurée. Nous avons rejoint une coalition d'acteurs comprenant La Quadrature du Net, Commown, GreenIT et Le Nuage était sous nos pieds, pendant la période de vote du projet de loi de simplification de la vie économique. L'article 15 de ce

projet de loi prévoyait la dérégulation de l'implantation des centres de données en France, et la coalition a travaillé à proposer des amendements, notamment sur les questions relatives à l'utilisation de l'eau par ces infrastructures.

- Data For Good a notamment rejoint un contentieux juridique contre un projet de data center d'Amazon à Wissous, en rejoignant par intervention volontaire un contentieux porté par une petite association locale appelée "Wissous Notre Ville". L'objectif est d'utiliser ce cas local pour interroger beaucoup plus largement la question de la puissance de calculs installée en France, au service des intérêts de qui, et demander d'arrêter cette expansion en inadéquation avec nos objectifs climatiques et sociaux.
- Dans la petite ville de Fouju, où Mistral envisage l'implantation d'un data center, Data for Good a contribué à la discussion démocratique en proposant des cahiers d'acteurs pour que les citoyens puissent s'informer et participer au débat. https://www.concertation-campus-ia.fr/fr/cahiers-d-acteurs

Data Center Bombs

Dans la continuité de ce travail, Data for Good a conçu et lancé un projet ambitieux appelé Data Center Bombs. En écho aux projets des Bombes Carbone et Pink Bombs (sur la surexploitation du saumon). L'objectif de Data Center Bombs est de cartographier les data centers existants et à venir, leurs impacts sociaux et environnementaux à l'échelle mondiale, tout en fournissant des outils de résistance locale aux élus, citoyens, experts, journalistes et scientifiques. Un financement a été obtenu pour développer ce projet sur plusieurs années. Alexandre a rejoint l'équipe fin novembre pour piloter ce projet sur les deux prochaines années.

3. Construire des coalitions et des rapports de force

Le Sommet pour l'Action sur l'IA

L'année 2025 a commencé avec le Sommet pour l'Action sur l'Intelligence Artificielle, organisé par le gouvernement français avec l'ambition de mettre l'IA au service de l'intérêt général. Data for Good a choisi de s'impliquer activement dans cet événement, en testant différentes façons d'agir et de se positionner.

Nous avions notamment créé un challenge sur l'IA frugale, qui a rassemblé des centaines de praticiens du monde entier pour explorer des applications d'IA non générative, plus légères mais tout aussi efficaces pour répondre à des problèmes concrets.

Au-delà de ce challenge, Data for Good a travaillé sur plusieurs propositions et a contribué à créer des coalitions avec des ONGs européennes. L'objectif était d'avoir un positionnement commun et des demandes claires pour les décideurs, sur les droits humains, la protection de l'environnement et l'implantation des data centers.

Le bilan de cette participation est cependant très mitigé pour ne pas dire extrêmement déceptif. Nous (avec nos partenaires) avons eu le sentiment de ne pas avoir été assez préparés face à un lobbying tech puissant et bien organisé.

Coalitions et partenariats

Tout au long de l'année, Data for Good a participé à de nombreux ateliers de coalition avec d'autres associations du numérique, des droits humains et des mouvements technocritiques : La Quadrature du Net, le Mouton Numérique, Limites Numérique, Climax, Green Screen Coalition, Beyond Fossil Fuels engagée dans la lutte contre les énergies fossiles, VoxPublic ou encore le réseau People Against Big Tech.

Position sur l'intelligence artificielle

Nous avons travaillé à proposer un positionnement clair sur l'IA et clarifier une ligne de crête. De manière générale, Data for Good est contre le développement actuel de l'industrie de l'IA focalisé sur l'IA générative et l'expansion à tout prix - social, environnemental, démocratique. Nous fustigeons le techno-solutionnisme, la concentration des pouvoirs, le lien avec la militarisation, et de nombreux autres enjeux.

Certaines formes d'IA (notamment le machine learning) ont servi par le passé à des projets d'intérêt général : la détection de feux de forêt en coalition avec Pyronear ou l'analyse des verbatims médias pour quantifier l'information climatique avec QuotaClimat.

Nous allons formuler une position plus claire dans les prochains mois spécifiquement sur l'intelligence artificielle. Ce travail pose beaucoup de questions et va donner des règles claires sur la sélection des projets, sur la manière de proposer aux bénévoles de travailler, et des recommandations pour les associations et les citoyens qui s'y intéressent.

Ce travail n'est pas fini et va impliquer les bénévoles pour être construit collectivement. L'objectif est que cette position soit plutôt radicale et vraiment frontale par rapport à l'expansion de l'IA générative, tout en permettant d'avoir une voie à proposer sur ces sujets. Pour aider les citoyens, nous refusons d'expliquer comment se servir d'un outil d'IA. Ce qu'il faut, c'est aider les citoyens à avoir une prise de recul critique sur l'IA, pas encourager l'usage qui entraîne l'adoption sans casser certains mythes.

Axe 3 : Construire des alternatives numériques

Ce troisième axe, développé de manière significative en 2025, va de pair avec le travail de dénonciation. Il ne suffit pas de critiquer le système dominant, il faut aussi proposer et construire des alternatives qui marchent.

Migration vers des outils souverains

Data for Good a engagé cette année un vaste plan de migration de tous ses outils numériques internes, avec l'objectif de s'autonomiser des entreprises de la tech américaine. Nous avons aussi la chance d'avoir les compétences pour déployer des logiciels libres dans notre action au quotidien.

L'association maintient maintenant en interne une dizaine d'outils qui commencent à remplacer quasiment tous les usages. Elle a vocation à proposer ces outils à d'autres associations qui partagent les mêmes préoccupations. Parmi les outils mis en place :

- **Authentik** : une application d'authentification unique (SSO - Single Sign On) qui permet aux bénévoles et salariés d'avoir un identifiant commun à travers tous les services de l'association. C'est un outil recommandé, vraiment super pour ceux qui ont déjà fait du SSO en entreprise.
- **Outline** : alternative à Google Docs ou Notion pour la prise de notes et le travail collaboratif, offrant un espace de travail partagé pour documenter les projets.
- **Mattermost** : remplace Slack pour la messagerie instantanée, permettant les conversations entre bénévoles et salariés dans un environnement maîtrisé. La migration de Slack vers Mattermost a été déclenchée en décembre 2025.
- **Vaultwarden** : outil open source basé sur Bitwarden pour la gestion sécurisée des mots de passe.
- **NocoDB** : un outil de base de données accessible proposé aux projets de la saison.
- **Stalwart** : mis en place pour l'envoi d'emails, offrant une solution indépendante des grands acteurs du marché.
- **Moodle** : plateforme de formation en ligne open source, permet de former les bénévoles de manière structurée.

Critères de sélection des outils

Nous avons établi une liste de critères pour pouvoir choisir ses outils : souveraineté, open source, et beaucoup d'autres considérations. Ces critères guident les décisions de migration et de déploiement.

Défis stratégiques pour 2026

Structuration de l’association

- Stabiliser le financement pour assurer la pérennité de la structure
    - Trouver des nouveaux relais de financement.
    - Diversifier les sources à l’international.
    - Finaliser notre charte de dons en la confrontant à la réalité

- Structurer un comité stratégique pour nous accompagner dans la définition de notre stratégie (combats à mener, choix des coalitions, stratégie-tactique)
- Continuer à construire une vraie stratégie RH qui favorise le bien-être des salariés et l'agrandissement pérenne de la structure
- Clarifier encore mieux comment salariés et bénévoles travaillent ensemble.
- Structurer les antennes pour renforcer le maillage local et mitiger les risques
- Mettre en place des protocoles de sécurité pour les personnes engagées sur des projets sensibles ou exposées (Lou en particulier), notamment face aux risques de cyber-harcèlement ou les cyber-attaques sur notre infrastructure numérique
- Clarifier notre implication face aux enjeux électoraux de 2026 et 2027 : quel rôle jouer ?

Axe 1 - Projets

- Affiner les critères de sélection pour les rendre plus clairs, plus objectifs et plus orientés vers l'impact de long terme.
- Définir en amont des axes de sélection. Aujourd'hui, beaucoup de projets intéressants arrivent de manière spontanée. Nous voulons compléter cette approche par une stratégie proactive, en identifiant des thématiques prioritaires sur lesquelles aller délibérément chercher des associations partenaires.
    - Par exemple, sur la thématique de la démocratie, les axes stratégiques pourraient être définis en avance et sélectionner des projets cohérents et des synergies. C'est un axe qu'on veut prioriser à l'approche des municipales et présidentielles
- Développer des actifs technologiques transverses. Plusieurs projets ont besoin de capacités similaires : récupérer des données des réseaux sociaux, analyser des données télévisuelles, exploiter des données géospatiales à l'échelle des collectivités françaises. (très utile à l'approche des municipales)
- Pouvoir accompagner plus de projets par an : une 20 aine dans un monde idéal.

Axe 2 - Plaidoyer

- Recruter une personne dédiée au plaidoyer à plein temps (janvier ou février 2026). *Ce recrutement permettra de définir et mettre en œuvre une stratégie de plaidoyer structurée, et de mieux définir comment D4G peut intervenir sur ces sujets. La répartition envisagée des efforts est d'environ 70% sur les data centers, qui sont l'axe prioritaire, et 30% sur d'autres questions numériques. Ces dernières pourraient inclure les évolutions des législations européennes sur l'IA, la défense des droits d'auteur face aux systèmes d'IA générative, la protection des salariés et des citoyens face aux transformations de l'IA, ou les questions de surveillance selon le calendrier politique.*
- Formalisation et déploiement d'une stratégie de plaidoyer
- Clarifier notre positionnement sur l'IA dans un contenu ré-utilisable
- Peser dans le débat public pour les municipales et présidentielles - en y intégrant les questions numériques, notamment celle des data centers ou de la résistance à l'IA

- Sortie de notre projet “Data center Bombs” : comment assurer qu’il réponde bien à un besoin et qu’il est utilisé ?
    - Assurer la collaboration des équipes (responsable data center bombs, plaidoyer, communication)
- Renforcer nos coalitions avec d'autres mouvements associatifs. Les luttes contre le numérique hégémonique doivent s'inspirer et collaborer avec d'autres types de plaidoyers.
- Accélération de la sensibilisation et des contenus proposés sur les réseaux sociaux et à travers nos newsletters

Axe 3 - Alternatives

- Héberger nos propres solutions de mailing et de stockage de fichiers
- Proposer d’autres outils
    - Quel temps allouer en interne à ces projets de “R&D” ?
- Partager l’expérience à d’autres associations
- Construire de nouvelles formes d’utilisation du numérique et des nouveaux récits
- Continuer la newsletter lancée pour documenter ce chemin vers l’autonomie numérique et partager les apprentissages avec d'autres organisations intéressées.