

Michelin a tout ce qu'il faut : Des sites rapides et une empreinte carbone réduite grâce à Quanta et Scaleflex.



Domaine d'activité :

Automobile

Taille :

10,000+ employés

Siège Social :

Clermont-Ferrand,
Auvergne-Rhône-Alpes,
France



Soheir Benyagoub
Architecte DXP

Points Saillants



4,5 fois
des images plus
légères sans
perte de qualité



4 fois
Réduction
empreinte carbone



< 1 semaine
mise en œuvre
avant d'obtenir
des résultats

Michelin est une multinationale française spécialisée dans la fabrication de pneus, basée à Clermont-Ferrand, dans la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Michelin souhaitait identifier, surveiller et traiter les problèmes de performance dans un contexte international et multi-projets et trouver le bon équilibre entre la performance web, la sobriété digitale et les efforts de branding.

Pour relever ses défis et aider à prioriser son carnet de commandes, Michelin a mis en place le **tableau de bord Quanta Real User Monitoring** sur Michelinman.com et a utilisé la solution d'optimisation des médias **Cloudimage de Scaleflex** pour **compresser, optimiser et diffuser intelligemment les images** via ses multi-CDN.

“ *Ce projet a ouvert la voie à une meilleure culture d'ingénierie qui placera la performance et l'éco-conception au centre de notre processus de développement.* ”

Michelin a tout ce qu'il faut : Des sites rapides et une empreinte carbone réduite grâce à Quanta et Scaleflex.

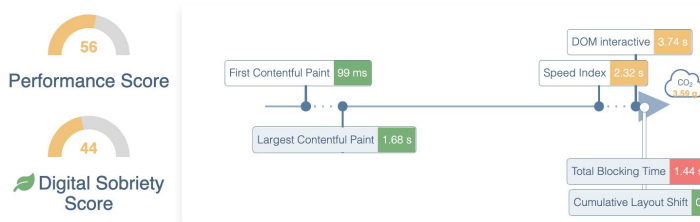
Le Défi

Michelin gère **plus de 250 sites web dans plus de 40 pays** à travers une plateforme CMS (Apostrophe). Ils développent des widgets permettant aux auteurs de différents pays d'ajouter du contenu aux sites web. Les défis concernant la performance web étaient de s'assurer que le contenu qu'ils servent est continuellement optimisé et qu'ils n'envoient que le code nécessaire à l'utilisateur et seulement quand il en a besoin.

La performance web a toujours été une priorité pour l'équipe Digital, qui devait identifier les faiblesses et apporter des améliorations en permanence. Le point de départ a été de pouvoir s'appuyer sur des outils de monitoring et de profilage pour adapter et prioriser les sujets de performance. Puis est venue une phase itérative avec l'évaluation des types d'enjeux (complexité de l'optimisation) et sa validation (cet enjeu est-il vraiment le problème ? Comment le résoudre ? Quel serait l'impact sur le référencement, l'UX, etc...).

En 2021, Michelin a franchi une nouvelle étape en transformant sa démarche All-Sustainable en objectifs pour 2030 et au-delà. Le groupe Michelin **demande une expérience utilisateur parfaite** et de rendre ses **sites web plus durables**.

L'objectif est **d'améliorer l'efficacité énergétique de tous ses produits de +10% en 2030**, y compris les émissions liées aux assets digitaux. L'idée de la **sobriété digitale** grandit dans l'entreprise, qui avait donc besoin de nouveaux indicateurs et de nouvelles solutions pour aborder le sujet.



La Solution

Pour relever ces défis et aider à hiérarchiser les tâches en attente, Michelin a mis en place le **tableau de bord Quanta Real User Monitoring** sur Michelinman.com, afin de visualiser les pages les plus visitées et leur score de performance (à la fois en termes de **temps de chargement de la page et d'empreinte carbone estimée**).

L'outil a permis d'identifier que l'une des pages les plus visitées émettait 3,6 grammes d'empreinte carbone. Cela représente **3600 kilogrammes de CO2** pour chaque million de vues (plus que l'empreinte d'une personne effectuant un voyage aller-retour en avion de Paris à Tokyo !)

Le rapport ayant montré que la principale optimisation consistait à réduire la taille des images sur la page, Michelin a utilisé la **solution d'optimisation des médias Cloudimage de Scaleflex pour compresser, optimiser et diffuser intelligemment les images** via ses multi-CDN.

Michelin a tout ce qu'il faut : Des sites rapides et une empreinte carbone réduite grâce à Quanta et Scaleflex.

Il'optimisation des images a été une **quick win** dans le cadre du projet d'amélioration des performances du web. Au lieu d'envoyer les images depuis le serveur d'origine, Cloudimage utilise une **technologie multi-CDN** pour les livrer au point de présence le plus proche de l'utilisateur.

La version mise en cache sera alors accessible à tous les futurs utilisateurs locaux. Cloudimage s'est également assuré que **toutes les images ne soient chargées que lorsqu'elles sont affichées à l'écran.**

Les résultats ?

- Une **diminution considérable du transfert de données** sur le réseau
- Une **expérience plus rapide pour l'utilisateur** (diminution du temps de blocage LCP et du temps de blocage total)
- **Réduction de l'empreinte carbone** (par 4 fois !)



Après la mise en œuvre de Cloudimage, les pages web de Michelin pèsent désormais moins d'un gramme de CO₂, comme le montre l'outil de suivi des émissions de carbone de Quanta.

L'entreprise

Michelin est une multinationale française spécialisée dans la fabrication de pneumatiques, basée à Clermont-Ferrand, dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. L'objectif du Groupe est de faire de Michelin l'une des entreprises les plus innovantes, les plus responsables et les plus performantes au monde sur l'ensemble de ses responsabilités : économiques, environnementales et sociales. La responsabilité sociale de l'entreprise s'incarne dans sa stratégie de développement et de mobilité durables. Grâce à une initiative de recyclage innovante, chaque pneu a 4 vies.

Cette stratégie transversale est de plus en plus présente et visible au sein de la Michelin Digital Factory, une équipe dédiée à la conception et au déploiement de toutes les applications et sites web pour les différentes marques du Groupe. Alors que la performance web a toujours été une priorité pour les équipes techniques, elle tend à ajouter une corde verte à leur arc.

Découvrez d'autres success stories avec Scaleflex [ici](#) !