



Chapitre 15 : Quelles responsabilités le numérique crée-t-il pour les organisations?

Etude de cas : Google

Entreprise américaine émergeant en 1998 en Californie (Silicon Valley), c'est dans les années 2000 que Google a commencé à se faire connaître, en créant notamment un monopole autour de son moteur de recherche.



Aujourd'hui, c'est un groupe mondial qui s'est constitué grâce à l'acquisition d'une centaine de sociétés telles que Motorola ou YouTube. Le groupe a poursuivi en 2019 avec l'acquisition notamment de Fitbit (accessoires connectés), Looker (big data) et Typhoon Studios (jeux vidéo).

A l'aide des documents et de la vidéo, répondez aux questions suivants :

1. Caractérisez l'organisation Google.
2. Identifiez la place des GAFAM dans l'économie mondiale.
3. Présentez le problème qui se pose aux différents pays.
4. Identifiez la solution retenue.
5. Montrez-en quoi la solution retenue est difficile à mettre en œuvre.

Document 1 : GAFA, GAFAM¹ ou NATU² : Les nouveaux maîtres du monde !

Ces entreprises ont parfois à peine 20 ans (Facebook a été créé en 2004 et Google en 1998) et pourtant la capitalisation de chacune d'elles flirte avec les 1 000 milliards de dollars. [...] À eux cinq, les GAFAM sont davantage valorisés que le montant du PIB de l'Allemagne, du Royaume-Uni ou de la France !

Ainsi, Google concentre à lui seul 90 % des requêtes sur Internet dans le monde. YouTube, le diffuseur de vidéos sur Internet (racheté par Google en 2006 pour seulement 1,65 milliard de dollars à l'époque), est vu bien plus que n'importe quelle chaîne de télévision [...].

Le profilage marketing des consommateurs

Pourtant, Google est gratuit tout comme Facebook. C'est là l'illusion entretenue par ces entreprises de la nouvelle économie numérique : elles ne semblent pas vendre véritablement de nouveaux produits mais servir plutôt d'interface,

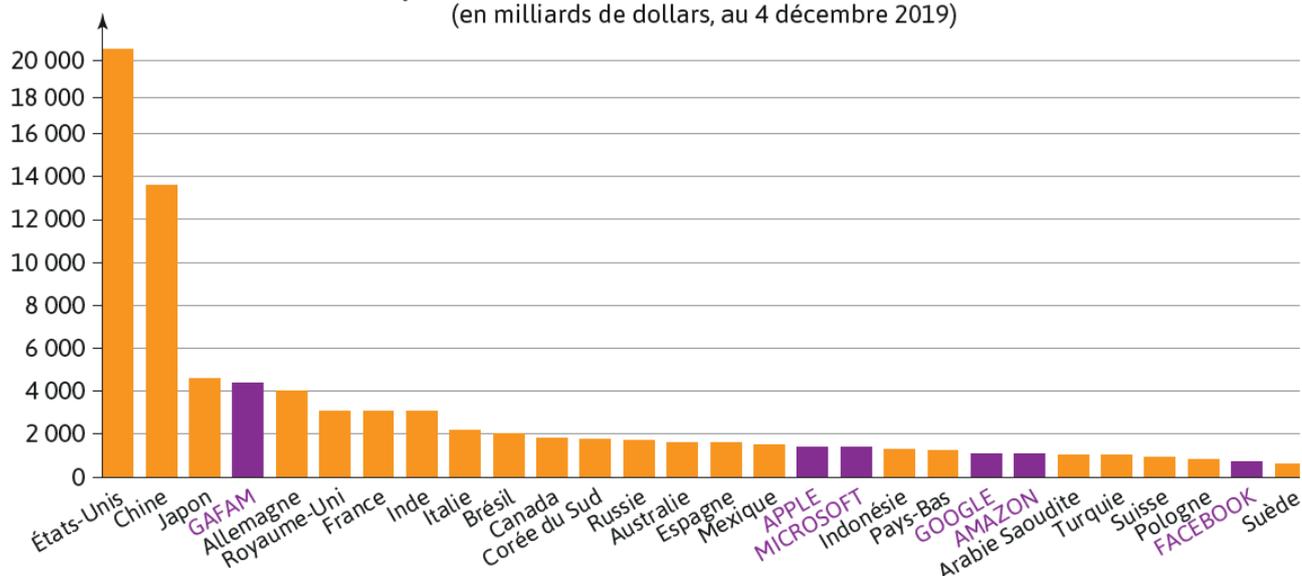
la preuve avec leurs chiffres d'affaires de dizaines, voire de centaines de milliards.

L'adage devenu célèbre dans l'industrie numérique est de dire que « si c'est gratuit, c'est que le produit c'est vous ». Qu'est-ce que cela signifie ? Que ces entreprises se nourrissent de l'analyse et de la revente de vos données, c'est-à-dire de vos choix, vos goûts, vos centres d'intérêt quand vous utilisez leurs services (recherche sur Internet, réseaux sociaux, etc.). Elles peuvent ainsi définir plus finement votre profil de consommateur et ensuite se faire rémunérer en proposant aux entreprises des liens publicitaires Internet ayant un impact commercial plus efficace qu'un simple panneau publicitaire au bord de la route.

1. Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft.

2. Netflix, Airbnb, Tesla et Uber.

Comparaison du PIB 2018 et valorisation boursière des GAFAM (en milliards de dollars, au 4 décembre 2019)



D'après la Banque mondiale

Document 2 : La CNIL inflige une amende historique à Google

La CNIL a infligé à Google sa toute première amende au titre du RGPD, ce lundi 21 janvier 2019, huit mois après l'entrée en vigueur de ce texte européen encadrant l'utilisation des données personnelles. Et les 50 millions d'euros réclamés au géant américain font voler en éclats les compteurs de l'institution. Les sanctions de la CNIL étaient jusqu'à présent plafonnées à 3 millions d'euros et elles n'étaient,

dans les faits, montées qu'à 400 000 euros pour réprimander Uber fin décembre après un vol de données.

Après instruction, la CNIL a conclu à plusieurs manquements de Google, relatifs aux articles 6, 12 et 13 du RGPD. [...] La CNIL reproche également au géant américain de ne pas recueillir convenablement le consentement des utilisateurs.

Sébastien Dumoulin, *Les Échos*, 21 janvier 2019

Document 3 : Taxe GAFA : sans surprise, ce sont les clients qui payent

La France, comme de nombreux autres pays européens, veut instaurer une taxe « GAFA » afin de faire payer les géants du Web, en particulier Google, Facebook, Apple, Amazon et Microsoft. Ces derniers usent (et abusent) de techniques d'optimisation fiscale pour réduire leurs impôts, mais les experts sont sceptiques : ils craignent que ces géants ne répercutent le coût de la taxe sur leurs clients européens. Une crainte qui est devenue réalité...

L'Autriche impose une taxe GAFA

Chaque pays a sa version de la taxe GAFA puisque les États-Unis s'y opposent, une véritable guerre commerciale est en cours entre la France et le pays de l'oncle Sam à ce sujet, et qu'aucun accord entre les pays membres de l'Union européenne n'a été trouvé. L'Autriche,

par exemple, a décidé d'instaurer, depuis le 1^{er} janvier 2020, une taxe de 5 % sur les revenus issus de la publicité en ligne. Cibles officielles de cette taxe : Google, leader de ce marché, mais également Facebook.

Aussitôt la loi mise en place, Google a déjà trouvé la parade pour ne pas perdre de l'argent... et c'est exactement celle que tout le monde craignait mais qui, au final, n'aura surpris personne : le géant a annoncé à ses clients autrichiens qu'à partir du second semestre 2020, ses tarifs seront augmentés de 5 %. Et le géant ne cache pas la raison de cette augmentation : « Les coûts de notre activité en Autriche ont augmenté de 5 % en lien avec l'introduction de la nouvelle taxe sur les services numériques. »

Paolo Garoscio, *Économie Matin*, 4 février 2020