



LE GOULVEN Lucie



## GOOGLE

### Histoire

Origine du nom de Google

Création de l'entreprise

Début de la diffusion

### Bureaux Google

Des bureaux dans le monde entier

Des aménagements de détente

### Finances

Origine des revenus

Données financières

Stratégie fiscale

### Diversification des produits

Croissance et diversification

Réputation grandissante

Cloud Computing

Empire Google

Implantation en Chine

### Communication

Identité visuelle

Slogan

Discretion

Engagements environnementaux

### Critiques et controverses

Crainte d'un abus de position

Vie privée et informations personnelles

Peines et condamnations



## SOMMAIRE

### **1 Histoire**

*1.1 Origine du nom de Google*

*1.2 Création de l'entreprise*

*1.3 Début de la diffusion*

### **2 Bureaux Google**

*2.1 Des bureaux dans le monde entier*

*2.2 Des aménagements de détente*

### **3 Finances**

*3.1 Origine des revenus*

*3.2 Données financières*

*3.3 Stratégie fiscale*

### **4 Diversification des produits**

*4.1 Croissance et diversification*

*4.2 Implantation en Chine*

### **5 Critiques et controverses**

*5.1 Crainte d'un abus de position*

*5.2 Vie privée et informations personnelles*

*5.3 Peines et condamnations*

## **CONCLUSION**



## 5.4

### 1. Histoire

#### 1. Origine du nom de Google

Le nom de l'entreprise Google a pour origine le terme mathématique « googol » ou gogol en français, qui désigne 10100, c'est-à-dire un nombre commençant par 1 suivi de cent zéros. Larry Page et Sergueï Brin demandèrent en 1997, à d'autres étudiants en informatique, de l'aide pour nommer le fruit de leur travail. L'idée serait venue de Sean Anderson, qui suggéra « googolplex », nom qui séduisit Larry Page. Il lui demanda d'aller enregistrer le nom de domaine « googol ». Sean Anderson se serait alors trompé dans l'entrée du nom, en frappant google.com. D'autres affirment que le nom de domaine n'était pas disponible car déjà attribué et que, par conséquent, le nom fut modifié volontairement.

Par cette faute, choisie ou subie, Google prend la place de googol, plus simple et plus facile à retenir pour un anglophone et deviendra célèbre dans le monde entier : en 2006, le nom du moteur de recherche, puis de l'entreprise, figurait parmi les dix marques les plus connues au monde et serait devenue, depuis, la première marque connue au niveau mondial. Certains dictionnaires ont désormais inclus le verbe to google dans leurs pages, avec le sens utiliser le moteur de recherche Google pour obtenir un renseignement sur le web.

Rank 2014	Brand	Category	Brand Value 2014 (\$M)	Brand Value Change	Rank 2013
1	Google *	Technology	158,843	+40%	2
2	Apple	Technology	147,880	-20%	1
3	IBM	Technology	107,541	-4%	3
4	Microsoft	Technology	90,185	+29%	7
5	McDonald's	Fast Food	85,706	-5%	4
6	Coca-Cola *	Soft Drinks	80,683	+3%	5
7	Visa *	Credit Cards	79,197	+41%	9
8	AT&T	Telecoms	77,883	+3%	6
9	Marlboro	Tobacco	67,341	-3%	8
10	Amazon *	Retail	64,255	+41%	14

**Les 10 marques les plus connues au monde**

Par ailleurs, la similitude avec le mot anglais goggles signifiant « lunettes », rappelle les deux [O] de la marque. Si on ne peut pas en attribuer l'origine, Google utilise ce jeu de mots dans un de ses services de recherche photo : Google goggles. Également, 10gogol (un chiffre 1 suivi d'un gogol de zéros) s'appelle un gogolplex, dont vient le nom du Quartier général de Google.

Ce terme symbolise les buts que Google s'est fixés : « organiser l'immense volume d'information disponible sur le Web et dans le monde. » En effet, si le nombre de pages web indexables est gigantesque (plus d'un billion), il reste minime par rapport à un gogol. Ce nombre, dont est issu le nom Google, exprime les dimensions potentiellement colossales et universelles du monde d'internet, unique domaine d'activité de l'entreprise.



## 2. *Création de l'entreprise*

Les fondements de l'histoire de l'entreprise Google commencent par la rencontre de deux étudiants de l'université Stanford en 1995. Sergueï Brin alors âgé de vingt-trois ans et Larry Page de vingt-quatre ans sont « pratiquement en désaccord sur tout ». Cela ne les empêche pourtant pas, en janvier 1996, de commencer à travailler sur un nouveau moteur de recherche. Ils nomment leur projet BackRub. Ils imaginent un logiciel qui analyserait les relations entre les sites web afin d'offrir des meilleurs résultats que ceux donnés par leurs concurrents de l'époque, Altavista notamment.



**Garage Google, siège social historique où est fondé Google**

Une fois leurs travaux terminés, les deux étudiants commencent à concrétiser leur projet de moteur de recherche et achètent à cet effet un téraoctet de disque dur d'occasion, afin de créer une base de données. Cette installation sommaire a pris place dans la chambre de Larry Page. Sergueï loue un bureau et se met en quête de financements. David Filo, fondateur de Yahoo, convient de l'intérêt de leurs recherches, mais les encourage à créer leur propre moteur de recherche plutôt que vendre leurs travaux.

Andy Bechtolsheim, l'un des fondateurs de Sun Microsystems, se laisse convaincre par Sergueï et Larry et leur fait un chèque de 100 000 \$ pour financer leur moteur. La société Google n'est toutefois pas encore créée et Larry garde le chèque dans son tiroir pendant quelques semaines, le temps d'achever les formalités légales. Le nom de domaine « google.com » est enregistré le 15 septembre 1997. Les deux entrepreneurs sollicitent parallèlement famille et amis et parviennent finalement à réunir un million de dollars pour fonder la compagnie. Google Inc. s'installe dans le garage Google de Menlo Park, loué par une amie, en septembre 1998. La société emploie alors trois personnes : Sergueï, Larry et Craig Silverstein qui est aujourd'hui directeur de Google Technology.



### 3. Début de la diffusion

Alors que le moteur est toujours en phase version bêta, il répond à près de 10 000 requêtes par jour. En décembre 1998, PC Magazine classe Google dans sa liste des 100 meilleurs sites au monde. En février 1999, c'est 500 000 requêtes journalières que Google doit gérer. Devenant trop grand pour le « garage Google », Google se déplace, en mars, dans un bureau sur l'avenue de l'université de Palo Alto et huit personnes y travaillent désormais. En août 1999, la barre des 3 millions de recherches quotidiennes est franchie.

Dès janvier 1999, la presse mondiale commence à se faire l'écho des performances de ce nouveau moteur de recherche. Le journal français Le Monde écrit ainsi que le choix technologique de Google « s'avère très efficace à l'usage ». Ainsi, une recherche avec les mots « Bill Clinton » renvoie d'abord au site de la Maison-Blanche, alors qu'AltaVista ne fait apparaître le site qu'après des dizaines d'autres références. Autre avantage, Google affiche les mots-clés en gras dans le contexte d'une phrase pour chaque lien, alors qu'Altavista ne fournit, à l'époque, que les liens eux-mêmes. Le 7 juin 1999, Google obtient 25 000 000 \$ de capitaux propres, fournis par des sociétés de capital-risque. Omid Kordestani quitte Netscape pour rejoindre Google en tant que vice-directeur des ventes. Michael Moritz et John Doerr, qui avaient contribué à l'essor de Sun Microsystems, Intuit, Amazon.com et Yahoo, s'assoient autour de la table de ping-pong - qui sert de bureau de direction - en compagnie de Ram Shriram. La société déménage une seconde fois vers son emplacement définitif, le Googleplex, situé à Mountain View, en Californie. Le moteur de recherche, jusque-là en version bêta, achève sa phase de test le 9 septembre. Google assure alors la gestion de trois millions de recherches par jour.

Le 9 mai 2000, le moteur de recherche est disponible en dix nouvelles langues : allemand, danois, espagnol, finnois, français, italien, néerlandais, norvégien, portugais et suédois, permettant à la société de pénétrer de nouveaux marchés et de gagner en importance. Tout juste un mois plus tard, en juin 2000, Google est le premier moteur de recherche à avoir référencé un milliard de pages web. L'entreprise cherche à étendre la portée de son moteur en concentrant ses efforts sur l'Asie, avec les versions chinoise, japonaise et coréenne (12 septembre 2000), puis au monde entier, totalisant vingt-six langues dès le 27 mars 2001. Fin octobre 2000, Google signe un partenariat avec Yahoo et commence à proposer de la publicité ciblée en fonction des mots-clés. L'année 2000 se termine avec la publication de la barre d'outils Google (Google Toolbar), proposée depuis en téléchargement gratuit, et voit le trafic journalier du site dépasser les 100 millions de requêtes, ce qui représente plus de 1 000 requêtes/seconde en moyenne. Par son succès et sa croissance exponentielle, l'entreprise devient un phénomène mondial de presse. En mars 2001, Larry Page et Sergueï Brin font appel à Eric Schmidt, le président de l'éditeur de logiciels Novell, pour prendre la direction de l'entreprise, en tant que président dans un premier temps, puis PDG à partir du 6 août 2001, cinq jours après l'ouverture du premier bureau à l'étranger, situé à Tokyo. L'année 2001 s'achève donc par une conquête physique du monde et par l'annonce de la 3 milliardième page indexée. Le 4 septembre 2001, Google obtient la validation de son brevet concernant PageRank.

Le moteur de recherche continue ainsi sa croissance, est décliné en plus de cent langues en 2004 et cent cinquante en 2010. En 2010, Google est le premier moteur de recherche sur Internet, que 80 % d'internautes américains utilisent contre seulement 35 % de Chinois, qui préfèrent l'outil chinois Baidu. En Europe, sa part de marché serait de 93 %.

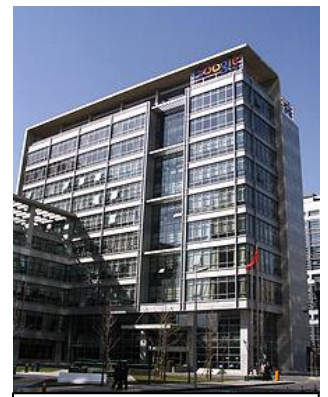




## 2 Bureaux Google

### 2.1 Des bureaux dans le monde entier

Google possède des infrastructures et des bureaux partout dans le monde, même s'ils sont plus nombreux en Europe, aux États-Unis, en Inde et Chine littorale. Le principal lieu où est mis en place le développement de Google est le Googleplex situé en Californie. Le googleplex est constitué de quatre principaux bâtiments, totalisant 47 038 m<sup>2</sup> sur un terrain de 11 hectares.



**Bureaux de Google  
China à Pékin**

- L'entreprise Google possède un complexe à New York pour la recherche de nouveaux services.
- Google est aussi basé en Europe avec un siège à Dublin en Irlande. En mars 2008, l'entreprise crée un nouveau complexe à Zurich, en Suisse, pour son développement en Europe.
- Plusieurs bâtiments sont placés au Proche-Orient et Moyen-Orient : en Israël, à Dubaï et au Qatar.
- En Afrique du Sud sont présents les locaux de Google pour son développement en Afrique.
- Il n'y a qu'un seul site en Asie se situant à Singapour.
- Le site australien basé à Sydney a vu naître Google Maps. Google Wave y était également développé.
- Google crée à partir de 2007 un complexe de serveurs à Mons, en Belgique, dans la zone industrielle de Ghlin-Baudour. Une déviation du canal Nimy-Blaton pour le refroidissement ainsi qu'une ligne de chemin de fer sont prévues.
- À l'occasion d'une visite en France, Eric Schmidt annonce le 9 septembre 2010 la création d'un centre de recherche et développement à Paris.
- 6 décembre 2011 : Un complexe de 10 000 m<sup>2</sup> est installé à Paris dans le 9<sup>e</sup> arrondissement (Quartier Europe). 100 millions d'euros ont été investis dans le projet.



**Bureaux Google implantés dans le monde  
entier**

Dans ce complexe, 350 salariés travaillent sous les ordres de Jean-Marc Tassetto. À l'ouverture de ce centre, Eric Schmidt a déclaré : « La France est l'un des plus importants centres de culture, d'affaires et de technologie au monde. Le pays a rapidement adopté Internet et les Français aiment de plus en plus Google. Nous souhaitons donc plus nous impliquer et je suis heureux que le plan d'investissement lancé en septembre 2010 donne maintenant naissance à des réalisations concrètes, comme l'Institut Culturel et le Centre de R&D. J'ai hâte de voir la suite

de ces projets mis en œuvre. » Le 1<sup>er</sup> février 2013, aux termes d'un accord conclu avec les éditeurs de presse français, la société s'engage à financer à hauteur de 60 millions d'euros un fonds d'aide à « la transition de la presse vers le monde du numérique ». En mars 2013, Nick Leeder, Australien francophone et formé notamment à l'INSEAD, succède à Jean-Marc Tassetto, démissionnaire.



## 5.5 2.2 Des aménagements de détente

Google entend fonctionner avec une hiérarchie légère et peu contraignante. L'autonomie et un encadrement libéral offrent aux employés des postes de travail moins stressants. Des plannings sont établis pour établir les lignes directrices du travail collectif ; Google incite toutefois ses employés à adhérer à la politique du 80-20 : un horaire composé de 80 % de travail imposé par la direction et 20 % du temps consacré à des projets autonomes sans restrictions notables.

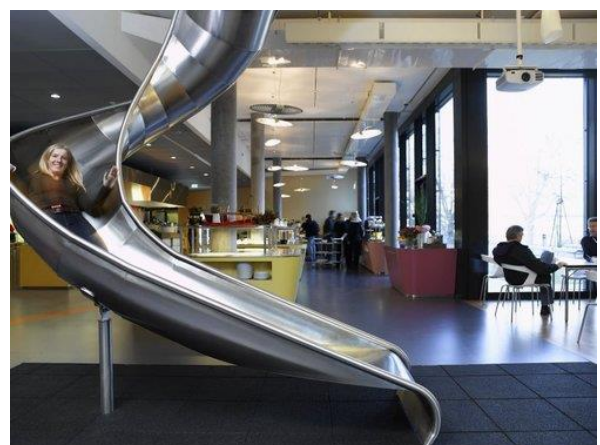
Par ailleurs, Google s'efforce de créer un cadre de travail motivant. Il laisse ses employés libres de gérer l'environnement de leur poste de travail et prône le travail en équipe. Pour ce faire, l'entreprise utilise des plannings communs et des wikis internes. Les lieux de travail sont également radicalement différents de ceux des autres entreprises : la direction offre à ses salariés l'utilisation gratuite de nombreuses installations de divertissement ou de bien-être. Le Googleplex, siège de l'entreprise, comporte des salles de repos, des salles de billard, des terrains de sport, une piscine, un service de massage ou de coiffure. Les employés sont autorisés à amener leur chien, mais pas leur chat, au Googleplex.

Cette politique de bien-être a pour objectif de générer une plus grande motivation et, en conséquence, une productivité accrue. Parallèlement, cette vie professionnelle hors norme devrait fidéliser les employés, assurant ainsi la stabilité de la masse salariale.

De plus, les bureaux ont été aménagés de façon à ce que les employés puissent jouer, se détendre...



**Bureau de Londres en Angleterre**



**Bureau de Zurich en Suisse**



**Bureau de Dublin en Irlande**



## 3 Finances

### 3.1 Origine des revenus

Google tire la majorité de ses revenus de la publicité avec différents mécanismes.

Avec le système AdWords, littéralement publicité liée aux mots, Google vend des mots clés aux enchères. Si une personne fait une recherche avec ce mot, les liens des sites de ceux qui ont participé aux enchères s'inscrivent dans la partie des liens commerciaux selon un ordre déterminé par l'algorithme de Google. Chaque fois qu'une personne sélectionne un de ces liens, l'annonceur concerné doit verser une certaine somme à Google. C'est ce qu'on appelle le coût par clic.

Le système AdSense for search permet à un site web d'accueillir un moteur de recherche offrant la technologie de Google et par extension les publicités AdWords suivant les mots-clés sur ses pages web. Google reverse une partie de ses gains, toujours au coût par clic, à ce site web, le partage étant de 51 % pour l'éditeur et 49 % pour Google. De même le système AdSense for Content permet à un éditeur d'afficher les encarts publicitaires de Google sur son site web, qu'il soit consulté sur ordinateur ou sur mobile, les revenus générés sont répartis à hauteur de 68 % pour l'éditeur et de 32 % pour Google.

Gmail comporte un affichage publicitaire contextuel dans la fenêtre de lecture des emails, la rémunération de Google étant toujours au coût par clic. Youtube comporte également des publicités. Le réseau Display de Google permet à un annonceur de cibler précisément les modes de diffusion et les sites de contenu de sa campagne publicitaire ; l'internaute ne consultant un moteur de recherche et donc la publicité que 5 % de son temps, Google optimise les canaux de diffusion de la publicité ;

En dehors des activités publicitaires, Google a d'autres sources de revenus. Pour l'espace de stockage en ligne, Google propose un espace gratuit de stockage à ses utilisateurs pour enregistrer les documents sur les serveurs Google, et y accéder depuis n'importe quel poste. Lorsqu'un utilisateur atteint la limite d'espace disque autorisé par utilisateur, il peut acheter de l'espace disque supplémentaire.

Google Apps propose une solution de collaboration, qui réunit plusieurs outils bureautiques et de production (création et édition de documents Word, Excel, calendrier, gestionnaire de tâches...). Une version gratuite est disponible à tout utilisateur, mais les organisations/entreprises désirant monter en puissance avec cette solution peuvent payer mensuellement pour bénéficier de services supplémentaires.

Google Play Store est un magasin en ligne destiné à la vente de musique, de livre, d'applications Android et d'appareil Google Nexus, tablettes et smartphones.





### 3.2 Données financières

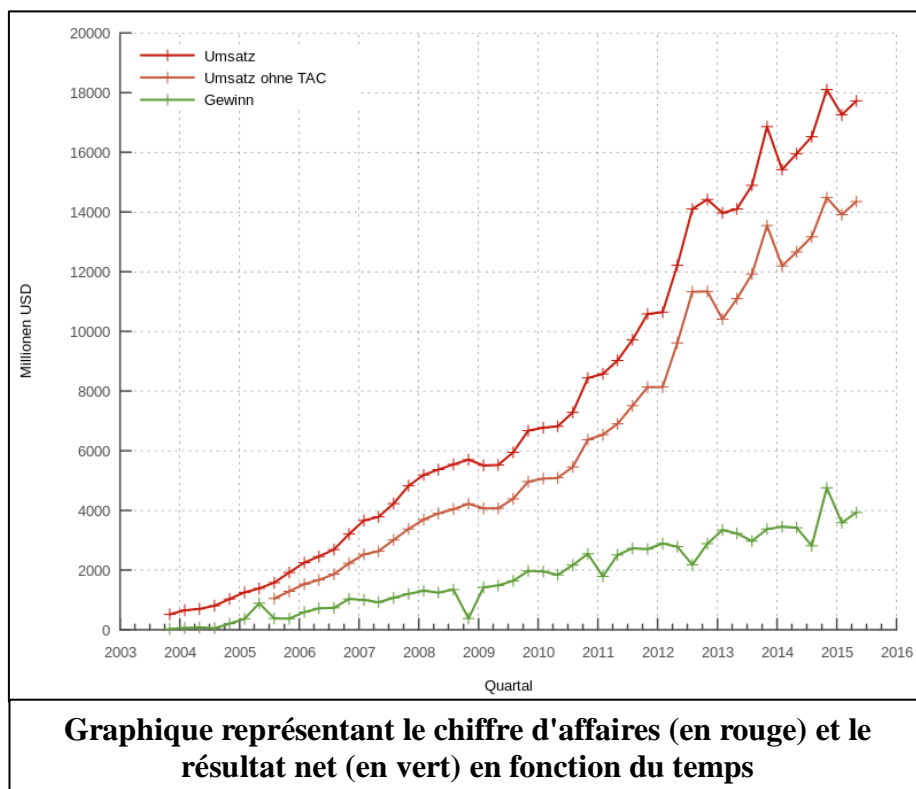
Google est une des start-ups qui ont franchi sans encombre le krach du NASDAQ en 2001, notamment du fait qu'elle n'était pas cotée. L'entreprise s'est introduite en Bourse par un système peu usité d'enchères en mai 2004 qui a comprimé de 5,5 à 1,5 % les commissions perçues par les banques d'affaires ; introduite à 80 \$, l'action cotait 250 \$ un an plus tard, ce qui valorisait l'entreprise à près de 74 milliards de dollars. Début 2006, l'action coûte 460 \$ environ, elle franchit la barre des 600 \$ (609,62 \$) le 8 octobre 2007, puis celle des 700 \$ le 31 octobre 2007, ce qui la

Résultats (en millions de dollars)

Année	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Chiffre d'affaires	4	22	78	212	440	1 466	3 189	6 139	10 674	16 418	21 810	23 659	29 320	37 940	50 710	59 800
Bénéfices	1	7	12	46	100	106	399	1 465	3 070	5 956	4 250	6 524	8 494	9 737	14 435	12 900
%	25,00	31,81	9,58	24,72	22,73	7,23	12,51	23,72	28,76	36,28	19,49	27,57	28,97	25,66	28,47	
Investissements et développements (unités de base)	1	5	28	50	70	356	500	1 200	2 100	2 120	2 790	3 109	3 783	5 924	17 858	Rachat Motorola <sup>109</sup>
Employés	20	128	364	596	1 257	5 495	8 763	12 369	15 213	19 856	19 978	20 304	23 619	30 894	53 861	<sup>110</sup>

place au quatrième rang en termes de capitalisation à la Bourse de New York.

Avec les différentes crises financières de fin 2007 et début 2008 sur les marchés financiers et l'annonce d'un probable rachat de Yahoo par Microsoft, l'action Google a chuté passant de 712 \$ fin 2007 à 609 \$ en février 2008.





### 3.3 *Stratégie fiscale*

Afin d'éviter de payer les impôts auxquels sont soumises la plupart des entreprises américaines et européennes, Google utilise la technique dite d'« optimisation fiscale », une forme d'évasion fiscale moderne, via des paradis fiscaux. Les licences Europe, Moyen-Orient et Afrique de la marque sont exploitées par une société domiciliée aux Bermudes. Et « pour échapper au Trésor américain qui impose à hauteur de 35 % les bénéfices des entreprises rapatriés de l'étranger, la multinationale les laisse dormir aux Bahamas ».

Selon Bloomberg, Google aurait réalisé une économie de 3,1 milliards de taxes sur les bénéfices en 2007 et 2009. En 2009, Google serait parvenu à abaisser son taux d'imposition à 2,4 % sur ses activités hors États-Unis, grâce à sa filiale irlandaise par laquelle transitent 88 % de ses activités internationales. Le taux d'imposition sur les bénéfices des sociétés, en Irlande, est, en effet, de 12,5 % contre 25 % en moyenne dans les autres pays où Google réalise l'essentiel de son chiffre d'affaires. Mais Google a également cherché à réduire le montant des bénéfices imposables de sa filiale irlandaise en lui imposant de reverser des redevances à une filiale néerlandaise, condition sine qua non afin que l'Irlande accorde l'exonération fiscale à Google Ireland Holdings, société jumelle de Google Ireland Limited, la filiale opérationnelle. Google Ireland Holdings transfère ses redevances à la filiale néerlandaise qui les transfère ensuite aux Bermudes. Cette stratégie a permis à l'entreprise de cumuler plus de 39 milliards de dollars au comptant.

Le véhicule juridique utilisée par Google aux Bermudes, Google Bermuda Unlimited a été adopté en 2006 et lui permet d'échapper à la fiscalité des pays où sont réalisées les ventes, mais également à l'obligation de publier ses comptes.

Le 18 décembre 2013, une étude menée par VRDCI116 montre que les revenus de Google en France seraient supérieurs à ses déclarations. Entre novembre 2012 et novembre 2013, Google aurait réalisé 1,43 milliard d'euros en France, un chiffre loin des 193 millions d'euros déclarés par l'entreprise en France (lors de l'exercice fiscal 2012).

Au terme d'une enquête commencée en 2011, le fisc français en février 2014 aurait décidé d'infliger un redressement fiscal de près d'un milliard d'euros à Google pour s'être soustrait à l'impôt.



## 4 Diversification des produits

### 4.1 Croissance et diversification

C'est à partir de 2002 que l'entreprise diversifie son activité, basée jusqu'alors sur son moteur de recherche. En cette année, Google propose aux entreprises le GB-1001 de Google Search Appliance, une solution à la fois matérielle et logicielle permettant de se « connecter à leur réseau informatique afin de bénéficier des fonctions de recherche sur leurs propres documents ».



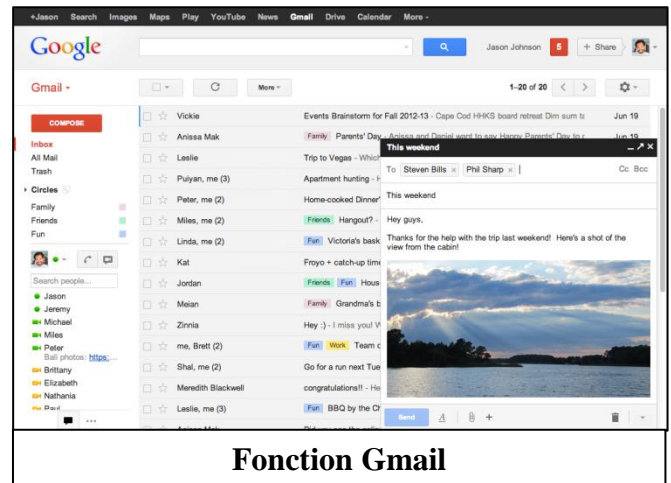
Fonction Google News

La fonction Google Labs est également une importante nouveauté de cette année. Elle permet aux utilisateurs curieux de tester les services et produits non finalisés, mais dont la sortie en public approche<sup>46</sup>. Par ailleurs, AdWords voit sa tarification s'établir au nombre de clics (20 février 2002). En septembre, le service en ligne Google News est disponible et

permet d'afficher des pages web relatives à l'actualité en fonction des mots-clés de l'utilisateur.

Le 22 janvier 2004 Google s'essaie au monde des réseaux sociaux en mettant au point son propre site de réseautage social : Orkut. Toutefois, ce projet ne rencontre pas le succès escompté, sauf au Brésil et en Inde.

Le 1er avril 2004 Google propose Gmail, son propre service de messagerie électronique avec une capacité initiale de 1 Go annoncée doublée pour 2005. Cette capacité est totalement inédite et foudroie la concurrence, à l'exemple de MSN hotmail, dont la capacité lui était 500 fois inférieure. Ce stockage révolutionne la messagerie, qui s'affranchit dès lors du stockage des messages sur l'ordinateur par l'intermédiaire de logiciels, tels qu'Outlook. Gmail instaure donc l'ère de la messagerie email en ligne. À son lancement, l'inscription nécessitait toutefois une invitation. Son succès se traduit par un nombre croissant d'utilisateurs, 176 millions début 2010.



Fonction Gmail

Google propose une visionneuse d'images par rachat début juillet 2004 de Picasa. Ce logiciel est couplé à un compte en ligne permettant de stocker une galerie de 100 Mo. Le service connaîtra un certain succès, mais devra lutter contre le service Flickr de Yahoo! lancé en début d'année et sera concurrencé par la Windows Live Photos en 2008. Le 6 octobre 2004, Google installe son centre européen à Dublin en Irlande avec un effectif de 150 personnes. Trois semaines plus tard, on apprend le rachat de Keyhole, une société de cartographie numérique qui sera à la base de Google Earth, sans toutefois publier le logiciel l'année même, qui se termine par le lancement de Google Desktop search le 14 octobre, de Google Scholar quatre jours plus tard, et de Google Print le 14 décembre (rebaptisé Google Recherche de livres), alors que l'index de recherche affiche huit milliards de pages web. L'entreprise emploie à cette date plus de 3000 employés.



## 4.2 *Implantation en Chine*

En 2006, Google accepte de brider son moteur de recherche afin de pouvoir s'implanter en Chine. Le gouvernement chinois a en effet imposé certaines conditions pour l'entrée sur le marché d'internet, la censure notamment. Les cofondateurs expliqueront qu'« Afin de travailler à partir de la Chine, nous avons retiré certains contenus des résultats de recherches obtenus sur Google.cn, en application de la législation et de la réglementation locales. » Ainsi, à partir du 25 janvier 2006, une recherche images sur « Tian'anmen » affiche, dans Google.fr, la célèbre photo de l'étudiant barrant la route aux chars, symbole des manifestations de la place Tian'anmen, tandis que, sur Google.cn, les résultats affichent des portraits de familles joyeuses ou des photos de monuments. Cette action a fait couler beaucoup d'encre dans les médias mondiaux. Toutefois, une telle censure a été entreprise volontairement de la même manière à des sites racistes, islamistes ou révisionnistes, dans les versions française et allemande de Google, conformément au protocole additionnel à la convention sur la cybercriminalité de 2001.

Cependant, le 12 janvier 2010, une attaque double pirate massive et « hautement sophistiquée » venue de Chine dite « Opération Aurora » a ciblé plus d'une vingtaine d'entreprises dont Adobe, Google et Intel. Cette opération a permis à ses auteurs le vol de secrets industriels et la copie des mails de milliers d'exilés chinois et de militants des droits de l'homme. Ces atteintes, malgré le respect et l'application des conditions imposées par le gouvernement chinois, provoqueront la fureur de l'entreprise californienne, qui menacera de ne plus appliquer aucune censure en reconnaissant que cette décision pourrait la contraindre à quitter le pays, mais retirer directement ses services de Chine.

Cette annonce fut perçue par certains forums comme un bluff, puisque le marché de l'internet est très porteur (384 millions d'internautes fin 2009) et que Microsoft a annoncé son intention de poursuivre ses activités avec Bing malgré tout. Pour rendre hommage et affirmer leurs soutiens à de telles décisions, de nombreux Chinois déposèrent sur l'édifice portant le logo de l'entreprise fleurs, bougies et mots de soutien. Ces actions sont devenues des phénomènes très médiatisés et l'affaire prit les tournures d'un incident diplomatique entre les États-Unis et la République populaire de Chine.



**Dépôt de fleur pour le refus des conditions imposées par la Chine**





## 5 Critiques et controverses

### 5.1 Crainte d'un abus de position

À mesure que Google se développe et prend une importance de plus en plus considérable dans la gestion des informations mondiales, se développent en parallèle de nombreuses critiques d'une entreprise dont quelques hommes politiques (par exemple Jean-Noël Jeanneney) craignent qu'elle puisse abuser de sa position, notamment en recueillant des données très privées des internautes utilisant ses services, et en les utilisant, voire en louant l'usage, de manière abusive. Un nombre croissant d'instruments informatiques a ainsi été développé par différents groupes d'activistes et de militants pour limiter les capacités intrusives de Google. Il s'agit par exemple de masquer les publicités AdWords.

Parmi ces instruments, on peut citer le réseau Tor (« The Onion Router », littéralement : « le routage en oignon »), qui anonymise les internautes (le résultat visible avec Google est que les publicités ne sont plus ciblées) ; le logiciel Scroogle, un « Google Scraper » développé par l'activiste Daniel Brandt qui détourne le moteur de recherche, lui fournit une nouvelle adresse I.P. à chaque recherche, et accepte l'installation du cookie sur son serveur avant de le jeter à la poubelle ; ou encore l'extension pour Mozilla Firefox « Optimize Google, » qui permet de rendre anonyme le cookie Google, empêche Google Analytics de récolter des statistiques sur l'utilisateur et supprime également les publicités, à l'instar de Adblock Plus (extension de navigateur). Par ailleurs, certains sites militant pour la défense de la protection des informations privées donnent des informations sur la manière dont les internautes peuvent faire valoir auprès des régies publicitaires, et notamment auprès de Doubleclick, leur droit d'exiger que les données les concernant ne soient pas récoltées (elles le sont par défaut, mais il existe un système d'opt-out).

La régie publicitaire Doubleclick est rachetée par Google en 2007 pour 3,1 milliards de dollars ce qui induit une forte concentration du marché entre les mains d'un seul acteur, mais en dépit de protestations la Federal Trade Commission et la Commission européenne ont validé ce rachat.

La question de savoir s'il vaut mieux à volume égal se voir présenter de la publicité non ciblée que ciblée reste évidemment un sujet de controverse.

En avril 2015, la commission européenne après enquête présente à Google une « communication de griefs » sur sa position dominante. La commission accuse le moteur de recherche de mettre en avant ses propres services au détriment de ceux de ses concurrents dans les résultats de recherche notamment son comparateur de prix Google Shopping et cela « en violation des règles de l'Union européenne en matière d'ententes et d'abus de position dominante » selon les termes de Margrete Vestager, commissaire européenne en charge de la concurrence. Cela présenterait également à l'utilisateur des résultats qui ne seraient pas les plus pertinents. D'autre part une enquête est également ouverte concernant des faits de distorsion de concurrence pour son système d'exploitation mobile Android. La peine encourue par Google serait une amende pouvant représenter 10 % de son chiffre d'affaires, soit environ six milliards de dollars.



## 5.1 Vie privée et informations personnelles

La multiplication des services proposés par Google engrange une demande accrue de renseignements sur les utilisateurs : suivi de la navigation et stockage des mots-clés, scan des mails dans Gmail, des informations livrées dans les formulaires, entre autres. Cela pose à chaque innovation la question du respect de leur vie privée, comme le note la philosophe et philologue Barbara Cassin dans son ouvrage sur Google. Google croise ces données pour affiner le profil des utilisateurs, et améliorer le ciblage des publicités sur internet.

Une telle concentration d'informations sur les individus et leur conservation inquiètent les organisations de défense de la vie privée sur internet, comme l'Electronic Frontier Foundation ou le « Groupe de travail de l'article 29139 » de la Commission européenne, une nouvelle forme de surveillance très sophistiquée et un danger pour la liberté des personnes. Récemment, Google fut placé tout en bas du classement élaboré par l'ONG Privacy International, qui dit de Google qu'elle est « ennemie du respect de la confidentialité en raison de la surveillance totale des utilisateurs ». Tout ceci est d'autant plus inquiétant depuis que Google a signé un contrat de sécurisation avec le NSA, services secrets des États-Unis, laissant présager la fourniture des informations des usagers à ces services. Google est également attaqué en Allemagne par l'équivalent allemand de la CNIL, car sa Google Car collecterait toutes les informations sur les HotSpot Wifi et leurs adresses MAC sur son passage. Le 29 avril 2012, le New York Times révèle que cette collecte de données personnelle n'était ni fortuite ni une erreur, mais que des responsables avaient été avertis. Ces derniers n'ont pas stoppé la démarche. En 2004, Google, associé à AOL, Amazon.com, CNet, eBay, Microsoft et Yahoo!, a pratiqué aux États-Unis du lobbying contre le Spyware Control Act en Utah obligeant de demander l'accord explicite de l'utilisateur pour activer des options de traçage de ses choix ou avant l'installation d'un logiciel espion. Les raisons de leur opposition, selon eux, étaient d'ordre technique et non éthique : dans la lettre envoyée au sénateur Valentine et au représentant Urquhart, ils reconnaissent les très bonnes intentions de la loi.

En 2007, le chef du service expertise informatique de la CNIL juge ainsi : « En clair, Google peut contrôler toutes les données personnelles des individus. En exploitant de façon corrélée ces outils, Google pourrait se transformer en une redoutable société de surveillance. (..) Les internautes doivent savoir qu'en utilisant les services de Google, ils lui donnent la possibilité de les surveiller. » Seul Google n'a pas réagi à la recommandation du G29 (Union européenne), c'est-à-dire « de porter à six mois maximum, contre au moins douze mois aujourd'hui, la durée pendant laquelle les moteurs de recherche sur Internet ont le droit de conserver ou d'utiliser les données personnelles ».

En 2012, Google modifie sa politique de règles de confidentialité, et prévoit de stocker et croiser tout élément concernant ses utilisateurs : données personnelles telles que nom, adresse, numéro de téléphone, n° de carte de paiement, données techniques sur les appareils connectés et leurs paramètres, journaux de consultation ou d'utilisation des outils Google.

En 2013, le moteur de recherche communique le nombre de ses comptes internet surveillés par le gouvernement américain, dans le cadre du Patriot Act, qui cherche à prévenir d'éventuelles activités terroristes.

Le 8 janvier 2014, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) a sanctionné Google à une amende de 150 000 euros, estimant que les règles de confidentialité mises en œuvre par la firme depuis le 1er mars 2012 ne sont pas conformes à la Loi informatique et libertés en France. La sanction pécuniaire s'accompagne de l'obligation de publier un communiqué sur la page d'accueil de Google.fr pendant 48 heures.



## 5.1 *Peines et condamnations*

- Le 21 février 2008, Google a été condamné à payer 150 000 € pour contrefaçon.
- L'Union européenne a infligé plusieurs lourdes amendes à Google pour monopole abusif envers d'autres sociétés minoritaires.
- La branche vidéo de Google, YouTube, a été plusieurs fois condamnée à des amendes allant jusqu'à 1,6 million de dollars pour diffusions illégales ou non-respect des droits d'auteurs.
- Le 18 décembre 2009, Google a été condamné à payer 300 000 € de dommages et intérêts aux éditions du Seuil, Delachaux et Niestlé et Harry N. Abrams, ainsi qu'un euro à titre de préjudice au Syndicat national de l'édition (SNE) et à la Société des gens de lettres (SGDL) pour avoir reproduit intégralement et en rendant accessibles des extraits d'ouvrages sans l'autorisation des ayants droit. Le tribunal de grande instance de Paris a également interdit à Google de poursuivre la numérisation d'ouvrages sans l'autorisation des éditeurs.
- Le 8 septembre 2010, Google est condamné en France pour diffamation par algorithme pour avoir associé certains mots-clés avec les termes « viol », « condamné », « sataniste », « prison » et « violeur ».
- Le 24 août 2011, Google préfère payer une amende de 500 millions de dollars aux autorités américaines, plutôt que d'être poursuivi par la justice pour avoir fait la promotion de médicaments illégaux.



## **CONCLUSION**

Google est une entreprise fondée le 4 septembre 1998 dans le garage Google dans la Silicon Valley, en Californie, par Larry Page et Sergueï Brin, créateurs du moteur de recherche Google. L'entreprise s'est principalement fait connaître à travers la situation monopolistique de son moteur de recherche, concurrencé historiquement par AltaVista puis par Yahoo et Bing. Elle a ensuite procédé à de nombreuses acquisitions et développements et détient aujourd'hui de nombreux logiciels et sites web notables parmi lesquels YouTube, le système d'exploitation pour téléphones mobiles Android, ainsi que d'autres services tels que Google Earth, Google Maps ou Google Play.

Google s'est donné comme mission « d'organiser l'information à l'échelle mondiale et de la rendre universellement accessible et utile »<sup>7</sup>. Eric Schmidt en a été le CEO jusqu'au 4 avril 2011 et est désormais remplacé par Larry Page<sup>8</sup>.

Google est devenu l'une des premières entreprises américaines et mondiales par sa valorisation boursière, quelques années après une entrée en bourse originale. Début 2008, elle valait 176 milliards de dollars à Wall Street<sup>9</sup>.

En 2014, le classement Best Global Brands d'Interbrand positionne Google comme la 2e entreprise mondiale en termes de valeur avec une valorisation de 107,43 milliards de dollars (+15 % par rapport à 2013), dépassant avec Apple pour la première fois depuis la création de ce classement en 1974 la barre des cent milliards de dollars.

La société compte environ 50 000 employés. La plupart travaillent au siège mondial : le Googleplex, à Mountain View en Californie.

Google est l'une des plus imposantes entreprises du marché d'Internet et fait partie, avec Apple, Facebook et Amazon.com, du « Big Four » (les « quatre gros ») des entreprises de technologie. En 2011, Google possédait un parc de plus de 900 000 serveurs, contre 400 000 en 2006, ce qui en fait le parc de serveurs le plus important au monde (2 % du nombre total de machines), avec des appareils répartis sur 32 sites. Parallèlement, le moteur de recherche Google a indexé plus de 1 000 milliards de pages web en 2008. En octobre 2010, Google représente 6,4 % du trafic Internet mondial et affiche une croissance supérieure à celle du web. En Europe, Google aurait une part de marché de 93 % concernant les moteurs de recherche.

Observant des gains de parts de marché qui se traduisent par plus de consultations, Google mise sur des changements d'infrastructure pour améliorer sa capacité technique. Par exemple, l'infrastructure Caffeine a pour but d'augmenter la rapidité du traitement des pages web afin de les indexer plus rapidement (il aurait ainsi gagné 50 % en rapidité).

Au-delà du moteur de recherche, Google offre gratuitement de nombreux logiciels et services (email, suite bureautique, vidéo, photo, blog...) et se finance par la publicité à partir de l'an 2000 avec un principe de lien sponsorisé dans les résultats de recherche et une facturation au « coût par clic » pour les annonceurs. Cependant, la situation croissante de monopole et les questions de vie privée inquiètent de plus en plus, de l'internaute occasionnel jusqu'à certaines grandes organisations. Google a également fait l'objet de plusieurs poursuites en justice, notamment pour plusieurs affaires de compatibilité de copyright et pour sa plateforme Google Books.