

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR SERVICES INFORMATIQUES AUX ORGANISATIONS

ÉPREUVE U.3 : ANALYSE ÉCONOMIQUE, MANAGÉRIALE ET JURIDIQUE DES SERVICES INFORMATIQUES

Épreuve commune aux deux spécialités

SESSION 2021

Durée : 4 heures
Coefficient : 3

AUCUN MATÉRIEL AUTORISÉ

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.
Le sujet se compose de 12 pages numérotées de 1/12 à 12/12**

QWANT

Comment une start-up digitale peut-elle se maintenir sur un marché fortement occupé par un leader mondial ? C'est la question à laquelle tente de répondre les dirigeants successifs de la société Qwant.

La société française Qwant a conçu en 2013 son propre moteur de recherche, et aujourd'hui propose à ses utilisateurs d'autres services complémentaires tels que Qwant Junior (moteur de recherche destiné aux enfants de 6 à 12 ans), Qwant School (moteur de recherche destiné aux adolescents), Qwant Music, Qwant Maps. L'entreprise développe et met en œuvre ses propres algorithmes de recherche sur le web, dispose de sa propre technologie d'indexation du web, et, s'appuie sur divers partenariats notamment en 2019 avec Microsoft et en 2020 avec Huawei, pour accélérer sa conquête de parts de marché.

Elle a pu également bénéficier du soutien essentiel de ses deux actionnaires (le groupe de presse allemand Axel Springer et la Caisse des dépôts et consignations qui détiennent respectivement 20% du capital), de la Banque européenne d'investissement, et des pouvoirs publics français, pour garantir son développement à l'échelle nationale mais aussi européenne. Depuis 2020, Qwant devient le moteur de recherche installé par défaut sur les ordinateurs des administrations publiques françaises conformément à une décision de la direction interministérielle du numérique. Cette mesure a été prise pour soutenir la croissance de cette entreprise française porteuse de valeurs éthiques telles que le respect de la vie privée de ses utilisateurs : aucun traçage ni vente de leurs données personnelles ne sont effectués, contrairement à certains de ses concurrents.

Qwant se place aujourd'hui comme le 4^{ème} moteur de recherche en France avec près de 5 millions de visiteurs uniques¹ par mois. Son chiffre d'affaires a atteint 6,5 millions d'euros en 2019 contre 3 millions en 2017. La société compte aujourd'hui 120 salariés répartis dans plusieurs bureaux notamment à Paris, Nice, Rouen.

Vous avez récemment intégré(e) le bureau de Nice sur un poste de développeur. En tant que nouveau salarié, un parcours d'intégration d'une semaine vous est proposé. Celui-ci commence par une réflexion sur l'environnement économique dans lequel se situe Qwant (mission 1), ainsi que sur la politique managériale menée par la direction pour assurer la pérennité de la société (mission 2). Vous assistez également pendant une journée le délégué à la protection des données (DPO) de la société afin de vous sensibiliser à la réglementation en matière de protection des données personnelles (mission 3).

Enfin, la mission 4 s'appuiera sur votre travail de veille juridique.

Pour réaliser ces différentes missions, vous vous appuyerez sur vos connaissances personnelles, le contexte, ainsi que les documents annexés.

LISTES DES ANNEXES

Annexe 1 : Le marché des moteurs de recherche sur internet.

Annexe 2 : Top 5 des moteurs de recherche en France et dans le Monde.

Annexe 3 : Des barrières élevées à l'entrée du marché des moteurs de recherche.

Annexe 4 : Qwant compte sur Microsoft pour améliorer ses résultats de recherche.

Annexe 5 : Un financement innovant pour un moteur de recherche à fort potentiel.

Annexe 6 : Charte de partenariat signée la société Qwant et entre la région Bretagne, le département d'Ille-et-Vilaine, Rennes Métropole et la ville de Rennes.

Annexe 7 : Interviews des responsables de la société Qwant (extraits).

¹ On entend par « visiteur unique » un internaute se rendant sur le site web intéressé une ou plusieurs fois pendant une période donnée

Annexe 8 : Qwant se verdit un peu plus avec Akuo Energy.

Annexe 9 : Qwant : l'Etat doit-il porter à bout de bras le Google français ?

Annexe 10 : Comprendre le règlement européen sur la protection des données personnelles.

Annexe 11 : Une palette de droits pour mieux exercer le droit à l'oubli.

Annexe 12 : La Cnil belge inflige une amende record de 600 000 euros à Google.

MISSION 1 : L'environnement économique de la société Qwant - Annexes 1 à 6 (12 points)

En 2013, Qwant a décidé d'entrer sur le marché des moteurs de recherche en développant son propre moteur. La direction du bureau de Nice met à votre disposition diverses informations afin de vous imprégner de l'environnement économique dans lequel évolue la société Qwant.

1.1 Analyser les principales caractéristiques du marché des moteurs de recherche.

1.2 Repérer et classer les différentes barrières à l'entrée de ce marché et montrer que Qwant s'efforce de les surmonter.

1.3 Présenter les moyens par lesquels les pouvoirs publics français et l'Union européenne soutiennent l'activité de Qwant. Préciser les raisons de ce soutien.

MISSION 2 : La politique managériale de la société QWANT - Annexes 7 à 9 (10 points)

Dans le cadre de la deuxième phase de votre parcours d'intégration, vous vous entretenez en visioconférence avec le directeur général de la société qui vous présente les choix managériaux effectués par la société.

2.1 Identifier les finalités poursuivies par la société Qwant et montrer leur complémentarité.

2.2 Repérer les principales caractéristiques du modèle économique adopté par la société, puis présenter ses avantages et ses limites.

2.3 Justifier les stratégies (stratégie globale et stratégie de domaine) adoptées par la société.

MISSION 3 : Le RGPD et les droits des utilisateurs – Annexes 10 à 12 (10 points)

Votre parcours d'intégration se termine par une journée auprès du délégué à la protection des données (DPO) de la société. Cette journée a pour objectif de vous sensibiliser à la réglementation relative à la protection des données à caractère personnel.

3.1 Montrer que le RGPD renforce la protection des données à caractère personnel des internautes de l'Union européenne.

Le DPO vous demande de l'assister dans le traitement d'une demande d'un internaute domicilié en France. L'internaute s'est en effet aperçu que, lorsqu'il saisissait ses nom et prénom sur le moteur de recherche QWANT, des propos diffamatoires sur son état de santé étaient publiés sur un blog. Face aux difficultés actuelles rencontrées pour obtenir un emploi, il s'interroge sur les moyens dont il dispose pour obtenir la suppression de cette publication en ligne. Il effectue une démarche auprès de la société Qwant.

3.2. Repérer le droit que peut faire valoir l'internaute auprès de Qwant.

3.3. Vérifier la recevabilité de la demande effectuée auprès de Qwant.

3.4. Préciser les recours dont dispose l'internaute et les sanctions encourues par la société Qwant si elle refuse d'accéder à sa demande.

3.5. Montrer les limites de cette démarche pour obtenir un droit à l'oubli numérique complet.

MISSION 4 : Veille juridique (8 points)

La société française E-AGRI dispose d'un site internet marchand qui lui permet de vendre en ligne des équipements agricoles. Elle aspire à ce que son site apparaisse dans les premières pages de résultats des principaux moteurs de recherche présents en France afin d'obtenir un trafic plus important sur son site pouvant se traduire par une hausse de son chiffre d'affaires.

Pour cela, elle décide de conclure avec la société EXPERT DIGITAL un contrat de référencement. La moitié de la facture a été réglée lors de la signature du contrat, le solde doit être versé le jour du référencement définitif du site.

Mécontente des résultats de la prestation (le site n'apparaissant qu'à la 30ème page sur Google, 18ème sur Qwant...), la société E-AGRI refuse de payer le solde de la facture. Un audit fait apparaître que ce mauvais référencement pourrait entraîner pour l'entreprise un manque à gagner de près de 30% en termes de chiffre d'affaires.

La société EXPERT DIGITAL estime avoir déployé tous les efforts nécessaires pour référencer le site de son client. D'ailleurs, elle n'hésite pas à rappeler à la société E-AGRI la mise en garde effectuée avant la signature du contrat. La société lui avait bien précisé que le positionnement d'un site dépend de l'algorithme de chaque moteur de recherche, fréquemment mis à jour. La société de référencement ne peut donc être soumise qu'à une obligation de moyens.

À la demande de la société EXPERT DIGITAL, ce litige est porté devant la justice.

En vous appuyant sur votre travail de veille, vous présenterez les prétentions² de chacune des parties ainsi que les arguments juridiques qu'elles pourraient avancer pour faire reconnaître leur droits devant la justice.

(Thème de veille juridique paru au Bulletin officiel de l'enseignement supérieur et de la recherche et au Bulletin officiel de l'Éducation nationale le 11 janvier 2018 : « Les contrats de production et de fournitures de services informatiques »)

² On entend par « prétentions » les demandes exprimées par les parties devant une juridiction

ANNEXE 1 - Le marché des moteurs de recherche sur internet.

En 2018, le marché mondial est toujours largement dominé par Google. Google, c'est 90% des requêtes dans le monde, plus de 90% en Europe, au Moyen Orient et en Afrique. Google qui vient de fêter ses vingt ans, s'est imposé au départ en modifiant la manière dont les systèmes classent les résultats de recherche non plus seulement en comptant le nombre de fois où des mots clefs recherchés apparaissent sur une page mais en analysant les relations entre les pages internet.

D'autres acteurs se partagent les 10% de parts de marché restant, l'américain Bing, élaboré par Microsoft [...]. Vient ensuite Yahoo, qui résiste et fait figure d'ancêtre à l'échelle de la temporalité internet, créé avant Google, en 1995. Puis on trouve le Chinois Baidu. Baidu c'est de très loin le premier moteur de recherche en Chine. Il est utilisé par 7 Chinois sur 10. Le russe Yandex s'en sort très bien chez lui, numéro un en Russie, devant Google, avec plus de la moitié des parts de marché. Le coréen Naver est lui entre 20 et 30% de parts de marché en Corée du Sud.

En Europe, des "petits" tentent de s'implanter en misant sur le respect de la vie privée ou la dimension éthique et environnementale

Les concurrents de Google en Europe mettent en avant le respect de notre vie privée. Né en 2013, basé en France, Qwant s'engage à ne collecter aucune donnée personnelle chez ses internautes et fonctionne sans cookie, sans traceur publicitaire. Qwant cherche à s'étendre auprès du grand public. C'est désormais le moteur de recherche par défaut à l'Assemblée nationale. Cela dit, Qwant ne représentait que 10 milliards de requêtes l'an dernier, l'équivalent de trois jours sur Google. L'américain DuckduckGo met lui aussi en avant le respect de la vie privée. D'autres moteurs misent eux sur la dimension sociale et environnementale. C'est le cas de l'allemand Ecosia qui reverse des bénéfices à un programme de reforestation pour compenser la consommation d'énergie liée aux recherches internet, ou du français Lilo qui finance des projets sociaux ou environnementaux.

Source www.francetvinfo.fr/ Emilie Gautreau - 27/09/18

ANNEXE 2 – Top 5 des moteurs de recherche en France et dans le Monde.

	Part de marché en France (en %)		
	Oct 2020	2019	2018
Google	92.23	92.99	93.52
Bing	4.10	3.28	3.49
Yahoo	1.13	1.28	1.62
DuckDuckGo	0.52	0.34	0.74
Qwant	0.83	0.80	0.65

	Part de marché au niveau mondial (en %)		
	Oct 2020	2019	2018
Google	92.71	92.71	92.25
Bing	2.73	2.32	2.41
Yahoo	1.47	1.59	2.07
Baidu	1.08	1.06	1.01
Yandex RU	0.44	0.56	0.63

Source : <https://gs.statcounter.com>

Données chiffrées établies par la société irlandaise Statcounter à partir d'un logiciel installé sur les sites de ses clients destiné à mesurer le nombre de visites sur un site web

ANNEXE 3 – Des barrières élevées à l’entrée du marché des moteurs de recherche.

Un certain nombre d’éléments peuvent expliquer la difficulté pour les acteurs d’entrer et de se développer sur le marché des moteurs de recherche :

- la notoriété et les marques en place et bien sûr les investissements publicitaires que cela représente ;
- la puissance financière des acteurs déjà en place ;
- la part de marché de Google sur le marché des moteurs de recherche ;
- la constitution d’une plateforme technologique innovante, stable, sûre et de bonne qualité ;
- les économies d’échelle et le phénomène de taille critique de l’audience pour drainer suffisamment de revenus publicitaires ;
- le savoir-faire et l’expérience de Google.

Du côté des moteurs de recherche, la technologie prime. De nouveaux moteurs peuvent s’imposer s’ils présentent une technologie supérieure du point de vue de l’internaute. La problématique de l’innovation est au cœur de ce processus. Tout porte à penser que l’organisation de l’innovation chez Google constitue une barrière à l’entrée aux nouveaux entrants. En effet, comme l’ont montré Lyer et Davenport (2008) l’innovation chez Google se fonde sur une politique salariale intéressante pour les meilleurs ingénieurs, un investissement fort et une organisation sous forme d’écosystème de sa politique d’innovation.

Source : d’après une étude publiée sur le site innovation-regulation.telecom-paris.fr

ANNEXE 4 - Qwant compte sur Microsoft pour améliorer ses résultats de recherche.

Le moteur de recherche français va utiliser les infrastructures du géant américain pour continuer son développement. Mais assure que sa promesse de respect de la vie privée est maintenue. [...] « Qwant va ainsi renforcer son partenariat avec Microsoft », s’apprête à annoncer le secrétaire d’État au numérique Cédric O, ce vendredi à Viva Tech. Cette collaboration doit aider Qwant à améliorer ses résultats de recherche et conquérir de nouvelles parts de marché. Qwant relègue aussi à la plateforme publicitaire de Microsoft, Bing Ads, le soin de l’aider dans la croissance de ses revenus.

« Si nous voulons passer à l’échelle supérieure, aller chercher des utilisateurs hors d’Europe, nous devons recourir à la puissance des serveurs en ligne Microsoft Azure », explique Eric Léandri, PDG de Qwant. Et cela tombe bien, Microsoft est de son côté « ravi d’aider les acteurs européens à accélérer dans l’innovation qui répond aux exigences d’éthique et de responsabilité des citoyens européens », explique Carlo Purassanta, président de Microsoft France. Sans compter que Qwant est une épine dans le pied d’un ennemi commun nommé Google.

Cette collaboration remonte déjà à plusieurs années, Bing assurant déjà des millions de revenus publicitaires à Qwant ainsi qu’une aide indispensable dans les résultats de recherche d’image. C’est d’ailleurs cette dépendance technique qui avait posé problème à Qwant lors de sa levée de fonds auprès de la Caisse des Dépôts en 2017. Avec le nouvel accord, le moteur devrait indexer 100 milliards de pages par an et être à jour des dernières innovations, comme la recherche avancée d’images à l’aide d’algorithmes d’intelligence artificielle. Il disposait jusqu’ici de technologies en retard de trois ans, par rapport à ses concurrents. [...]

Source : www.lefigaro.fr – 17 mai 2019

ANNEXE 5 - Un financement innovant pour un moteur de recherche européen à fort potentiel.

Faisant de l’innovation et du numérique une de ses priorités d’action pour faire émerger des nouveaux leaders sur le marché très concurrentiel de l’Internet, la Banque européenne

d'investissement (BEI) a décidé de soutenir la start-up franco-allemande Qwant via un prêt d'un montant de 25 millions d'euros. [...]

« *C'est un financement innovant* » a souligné le vice-président de la BEI lors de la signature. *Il va permettre à cette start up franco-allemande d'étendre son offre en Europe et ainsi développer un moteur de recherche hautement performant, respectueux de la vie privée de ses utilisateurs comme de la neutralité des résultats de recherche. La BEI est fière d'accompagner Qwant dans son projet de développement à l'échelle européenne.* »

« *Nous sommes très heureux de voir nos valeurs et nos technologies validées par la France, l'Allemagne, et l'Europe. C'est le vrai départ de notre parcours européen* » ont ajouté Eric Leandri et Jean-Manuel Rozan (respectivement président et directeur général de Qwant).

Participer activement au développement du marché européen du numérique est en effet le souhait de la Banque de l'Union européenne, face à un secteur très concurrentiel dominé par les géants de l'Internet, et à l'internationalisation des pratiques du numérique.

Jeune entreprise dynamique et innovante, Qwant s'est imposée depuis 2013 comme l'un des futurs leaders européens du numérique avec le lancement en 2013 d'un moteur de recherche doté d'une méthodologie hautement performante de recherche internet et adaptée aux besoins de ses utilisateurs européens, innovante de surcroît en matière de contenus locaux diversifiés, de protection de données personnelles de ses navigateurs et de neutralité dans les résultats de recherche. [...] Qwant s'engage sur des valeurs européennes essentielles : le respect de la vie privée des utilisateurs, l'anonymisation des requêtes, la neutralité des résultats. La vocation immédiate de Qwant est de présenter une alternative européenne crédible et fluide dans le domaine de la recherche sur internet.

Source : www.eib.org/fr - octobre 2015

ANNEXE 6 - Charte de partenariat signée entre la région Bretagne, le département d'Ille-et-Vilaine, Rennes Métropole et la ville de Rennes et la société Qwant.

Cette charte a pour objet le déploiement du moteur de recherche Qwant par défaut au sein de leurs administrations et de leurs services au public. À partir de septembre prochain, le moteur de recherche Qwant sera déployé par défaut sur les 1800 postes informatiques des agents et des élus de la Région Bretagne.

Pour son président Loïg Chesnais-Girard « *ce partenariat montre notre engagement dans la souveraineté numérique et la protection des données. Il s'inscrit dans notre action pour accompagner la transformation numérique et faire qu'elle profite à tous les Bretons. Au-delà du choix de Qwant comme moteur de recherche, nous travaillons d'ores et déjà à d'autres pistes de partenariats en lien avec les compétences régionales* ».

La région s'engage également à déployer, en lien avec le rectorat d'académie, le moteur de recherche Qwant sur tous les postes informatiques des lycées. « *En choisissant le moteur de recherche Qwant, le département d'Ille-et-Vilaine souhaite encourager des pratiques numériques respectueuses des données personnelles tout en valorisant une solution française* » met en avant Damien Bongart, vice-président du Conseil départemental d'Ille-et-Vilaine, délégué aux usages numériques. Les 3 600 postes informatiques du département seront désormais disponibles avec Qwant.

Emmanuel Couet affirme lui que « *la sécurité numérique et la protection des données sont au cœur de nos préoccupations. Avec ce partenariat, Rennes Métropole confirme son engagement en faveur d'un Internet éthique et responsable* ». Les postes informatiques des 5 000 agents de la métropole et de la ville de Rennes seront désormais équipés avec Qwant.

Source : www.ille-et-vilaine.fr – mai 2019

ANNEXE 7 – Interviews des responsables de la société Qwant (extraits).

Interview accordée par Eric Léandri, fondateur et PDG de Qwant, au site web Les Numériques :

Pour exister, vous devez donc jouer la carte de la différenciation...

Faire du Google contre Google, c'est impossible. Vous jouez contre le numéro un de la planète. Il a plus d'ingénieurs que vous, plus de serveurs, plus de puissance et plus d'argent que vous. Vous pouvez jouer, mais mieux vaut faire autre chose. Il faut se différencier, proposer aux gens une alternative crédible et des choses qui ne sont plus trouvables actuellement sur Internet. Aujourd'hui, si vous cherchez de la musique par exemple, vous avez YouTube. Ce n'est pas toute la musique. À Paris, on compte 600 start-up dans le monde de la musique. Où sont-elles sur Google ? À Berlin, il y en a 1 200... Où sont les artistes indépendants ? Tout existe, mais il faut aller chercher ailleurs.

Qu'est-ce qu'on fait avec Qwant Music ? Nous mélangeons le web, le web social, les photos, les news et les vidéos, le tout dans un espace de recherche ouvert. Notre idée est de vous envoyer partout : vers du Soundcloud, de l'iTunes, du Spotify, du Deezer... où vous voulez.

Qu'est-ce que le règlement européen sur la protection des données personnelles va changer pour vous ?

Ça ne va rien changer pour nous. Nous faisons beaucoup plus que ce que nous demande le règlement. Nous sommes complètement compatibles avec le RGPD [en anglais GDPR], l'*e-privacy*. Nous ne gardons aucune de vos données, nous ne pouvons donc pas les revendre ou les utiliser. C'est un signal qui semble cohérent en Europe. Baser son modèle économique sur quelque chose d'éthique n'est pas si idiot que cela. [...]

Vous avez procédé à une nouvelle levée début 2017...

Nous avons levé 25 millions d'euros en 2016 auprès de la banque européenne d'investissement (B.E.I.), et 18,5 millions en 2017 auprès de nos deux actionnaires : la Caisse des dépôts et consignations³ et le groupe allemand Axel Springer. À quoi ça sert ? À installer nos nouveaux serveurs, à augmenter la couverture globale de nos *crawls*⁴ et de nos index, à augmenter la qualité globale du produit, à mettre en place l'intelligence artificielle, à généraliser Qwant Junior aux différents pays européens. Nous avons prouvé que le modèle marchait dans plusieurs pays européens. Ce que l'on veut maintenant, c'est prouver que ça marche partout. [...]

Interview accordée par Jean-Claude Ghinozzi, directeur commercial de Qwant, à Keyade, agence conseil en performance digitale :

Qu'est-ce que Qwant, en quelques mots ?

Qwant est un moteur de recherche européen, alternatif aux moteurs de recherche existants. Notre mission est de proposer aux utilisateurs un moteur de recherche qui respecte la vie privée : nous ne traçons pas les utilisateurs et effaçons systématiquement leur adresse IP. Nous proposons un contexte de recherche avant tout basé sur la sémantique et la qualité des algorithmes.

Aujourd'hui, Qwant c'est un moteur de recherche disponible en plus de 24 langues et une présence dans 3 pays : la France, l'Allemagne et l'Italie.

Aujourd'hui, quel est votre modèle économique ?

Nous vivons du système de liens sponsorisés. Ainsi, 10 % de nos réponses sont de la publicité et 90 % naturelles. [...] Il faut savoir que Qwant bénéficie d'une audience assez qualifiée, avec des

³ Institution financière publique française créée en 1816 dont une des missions est de financer des projets publics et privés

⁴Activité qui consiste pour le moteur de recherche à explorer plus ou moins régulièrement les pages et contenus proposés par un site web ou une application mobile.

utilisateurs qui nous sont très fidèles puisque plus d'un utilisateur sur deux ne repasse plus sur un autre moteur de recherche.

Notre modèle n'est pas aussi ample que celui de nos concurrents, il est plus traditionnel.

Nous proposons bien évidemment la sponsoring d'annonces dans les résultats de recherche (de l'*adword*). C'est notre partenaire Microsoft/Bing qui gère la commercialisation des mots-clés, dans tous les pays dans lesquels nous sommes présents. Nous mettons aussi à disposition des annonceurs et des agences un certain nombre de propositions commerciales et marketing liées à la visibilité de marque.

Depuis 2018, nous proposons aussi un catalogue Shopping très ample sur Qwant : des milliers de produits sont référencés, soit via des accords d'affiliation directement passés avec les commerçants, soit via des comparateurs comme Awin, Connexity ou Kelkoo par exemple.

Dans un monde où les gens sont toujours plus connectés et géolocalisés, comment imposer un modèle économique qui n'utilise pas de données personnelles ?

Aujourd'hui, l'utilisation qui est faite des données privées nuit à la confiance des utilisateurs, et dans notre monde actuel, où la data est omniprésente, nous sommes convaincus que l'alternative que nous proposons a toute sa place. Qwant ne collecte donc pas de données privées mais en agrégeant et en anonymisant la donnée que nous collectons, nous pouvons proposer aux utilisateurs et aux entreprises des résultats pertinents.

En marge de ces résultats, proposez-vous d'autres services ?

Oui, nous avons de nouveaux services qui arrivent, en lien avec le développement produit. Par exemple, nous avons annoncé une version alpha de la Map Qwant, développée par nos ingénieurs et qui sera bientôt enrichie avec une solution d'itinéraire, sur un système open-source. [...]

Nous travaillons aussi, et c'est un sujet extrêmement structurant pour nous, à développer une solution Mail. [...]

Sources : www.lesnumeriques.com – janvier 2018 , www.keyade.com – février 2019

ANNEXE 8 - Qwant se verdit un peu plus avec Akuo Energy.

Il se distinguait déjà en revendiquant le respect de la vie privée de ses utilisateurs et en n'utilisant aucun dispositif de traçage ni exploitation des données personnelles. Désormais, le moteur de recherche français Qwant sera également le plus vert de tous. Le partenariat qui vient d'être conclu avec le producteur d'énergies renouvelables Akuo prévoit en effet que ce dernier devienne son fournisseur exclusif d'électricité.

Même s'il reste petit face au géant Google, la forte croissance de Qwant - qui a levé 18,5 millions d'euros en février dernier pour financer son développement en Europe - va entraîner une explosion proportionnelle de sa consommation électrique, dont le volume n'est aujourd'hui pas rendu public, pas plus que le montant du contrat passé avec Akuo Energy. Ce sont les data centers qui, notamment pour leur refroidissement, engloutissent la quasi-totalité de l'énergie consommée par les acteurs du numérique.

En réalité, Qwant est déjà, mais plus discrètement, un acteur responsable du numérique.

"Depuis nos débuts, - la mise en ligne remonte à 2013 - nous compensons nos émissions, rappelle le fondateur de Qwant Eric Leandri. Mais nous avons souhaité franchir un pas supplémentaire."

En l'occurrence, acheter la production d'Akuo pour alimenter ses data centers implantés dans le nord de Paris. Celui situé en Suisse (pour assurer l'anonymisation des données selon la réglementation locale) fonctionne à l'hydro-électricité. Qwant prévoit d'en ouvrir prochainement un en Allemagne, qui sera lui aussi alimenté par la production verte d'Akuo.

Source : www.latribune.fr – juin 2017

ANNEXE 9 - Qwant : l'Etat doit-il porter à bout de bras le Google français ?

[...] Depuis son lancement en 2013, le site a gagné en notoriété, mais ses audiences restent confidentielles face à la concurrence. Le site a totalisé 18 milliards de requêtes sur toute l'année 2018, quand Google en compte 3,3 milliards... par jour. Les dirigeants de la société Qwant évaluent leur part de marché française à 4% – un chiffre sans doute généreux, certains instituts la plaçant sous 1%. En conséquence, ses revenus, tirés de la publicité, peinent à croître. En 2018, au lieu des 15 millions espérés, Qwant affichait 5 millions d'euros de chiffre d'affaires, après 3 petits millions l'année précédente. Et sur ces deux exercices, le moteur de recherche made in France cumulait 21 millions d'euros de pertes. Il a jusqu'ici pu compter sur un fort soutien politique. Mais battre Google et ses milliards de dollars de budget R&D n'est pas une mince affaire. [...]

Source : www.capital.fr – novembre 2019

ANNEXE 10 - Comprendre le règlement européen sur la protection des données personnelles

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) est le nouveau cadre européen concernant le traitement et la circulation des données à caractère personnel, ces éléments sur lesquels les entreprises s'appuient pour proposer des services et des produits. Ce texte couvre l'ensemble des résidents de l'Union européenne. [...] Il s'agit d'harmoniser le panorama juridique européen en matière de protection des données personnelles, afin qu'il n'y ait qu'un seul et même cadre qui s'applique parmi l'ensemble des États membres, que ce soit en France, en Allemagne, en Italie ou en Espagne, ainsi que dans la vingtaine d'autres pays de l'Union. [...]

Du point de vue de l'internaute, le RGPD met en place ou conforte un certain nombre de protections. Il faut par exemple que les entreprises récoltent au préalable un consentement écrit, clair et explicite de l'internaute avant tout traitement de données personnelles, ou qu'elles s'assurent que les enfants en-dessous d'un certain âge aient bien reçu l'aval de leurs parents avant de s'inscrire sur un réseau social.

Le RGPD inclut aussi une reconnaissance d'un droit à l'oubli pour obtenir le retrait ou l'effacement de données personnelles en cas d'atteinte à la vie privée, le droit à la portabilité des données, pour pouvoir passer d'un réseau social à l'autre, d'un FAI à l'autre ou d'un site de streaming à l'autre sans perdre ses informations, le droit d'être informé en cas de piratage des données. [...]

Les organisations ont tout intérêt à respecter à la lettre le RGPD car les plafonds des sanctions sont particulièrement élevés : en cas d'infraction, des amendes jusqu'à 20 millions d'euros ou 4 % du chiffre d'affaires annuel mondial total de l'exercice précédent sont prévues pour l'organisme fautif, sachant que c'est le montant le plus élevé qui est retenu entre les deux cas de figure.

Source : www.numerama.com – mai 2019

ANNEXE 11 – Une palette de droits pour mieux exercer le droit à l'oubli.

Pour exercer plus facilement son droit à l'oubli sur internet, un internaute dispose de plusieurs moyens : utiliser son droit à l'effacement, son droit d'opposition à la publication de ses données à caractère personnel sur un site ou bien encore son droit au déréférencement.

Le déréférencement permet de faire supprimer un ou plusieurs résultats fournis par un moteur de recherche à l'issue d'une requête effectuée à partir de l'identité (nom et prénom) d'une personne. Pour cela, l'internaute concerné doit adresser au moteur de recherche, par le biais de son formulaire en ligne, une demande motivée de déréférencement d'un contenu le concernant s'affichant dans la liste de résultats du moteur de recherche.

Toutefois, cette suppression ne conduit pas à effacer l'information sur le site internet source : le contenu original reste inchangé et est toujours accessible, en utilisant d'autres critères de recherche

ou en allant directement sur le site à l'origine de la diffusion. Pour supprimer l'information sur le site source, il faut privilégier une demande d'effacement auprès du responsable du site.

La CNIL a dressé une liste de critères devant servir à déterminer si un contenu doit ou non être déréférencé :

- 1- *Les résultats de recherche sont-ils relatifs à une personne physique ?*
Seules les personnes physiques peuvent exercer ce droit.
- 2- *S'agit-il d'une personne publique ? Le plaignant joue-t-il un rôle dans la vie publique ?*
Plus la personne a une activité publique, plus la liberté d'information prime.
- 3- *Les données sont-elles exactes et mises à jour ?*
Les infos inexactes ou trompeuses doivent être déréférencées.
- 3- *Les données sont-elles pertinentes et/ou excessives ?*
Si elles touchent à la vie privée, si elles sont diffamatoires, injurieuses, calomnieuses, etc., si elles reflètent une opinion personnelle plutôt qu'un fait vérifié, alors le déréférencement peut apparaître justifié.
- 5- *L'information est-elle sensible ?*
Cela concerne les données d'origine raciale, ethnique, opinions politiques, convictions religieuses ou philosophiques, l'appartenance syndicale, les informations liées à la santé ou à la vie sexuelle. Par principe, la diffusion de ce type de données aura un impact plus important sur la vie privée des personnes que celle d'autres informations plus ordinaires. Par conséquent, leur déréférencement peut être justifié.
- 6- *Le traitement de l'information cause-t-il un préjudice au plaignant ?*
Les données ont-elles un impact négatif disproportionné sur sa vie privée ?
Il n'y a pas d'obligation pour les personnes de démontrer qu'elles subissent un préjudice et cela ne peut pas être une condition du déréférencement. Toutefois, l'existence d'un préjudice pour la personne constitue un facteur important en faveur du déréférencement.
[...]

	Délai Le moteur de recherche a un mois pour répondre mais la demande peut être traitée en quelques jours.		En cas de refus Vous pouvez contester auprès de la CNIL via son formulaire de plainte en ligne. Vous pouvez également saisir la justice afin qu'elle vérifie et ordonne les mesures nécessaires.
---	--	---	--

Source : www.cnil.fr

ANNEXE 12 – La Cnil belge inflige une amende record de 600 000 euros à Google.

L'autorité protectrice des données (APD) en Belgique - l'équivalent de la CNIL en France - a imposé le 14 juillet 2020 une amende de 600 000 euros à Google Belgium pour non-respect du droit à l'oubli. Il s'agit de la plus lourde sanction imposée par l'APD à ce jour.

"Cette décision est historique pour la protection des données personnelles en Belgique, non seulement de par le montant de la sanction, mais aussi parce qu'elle assure que la protection complète et efficace du citoyen soit maintenue dans des dossiers liés à des grands groupes internationaux comme Google, dont la structure est très complexe ».

Le plaignant demandait à l'entreprise américaine de supprimer certains résultats de recherche liés à son nom dans le moteur de recherche. Une partie des pages litigieuses concernait un éventuel étiquetage politique et une seconde était relative à une plainte pour harcèlement à son encontre, déclarée non fondée il y a de nombreuses années. La situation était particulièrement délicate car le

plaignant fait partie de la vie publique belge. Mais, malgré les circonstances, Google a refusé de déréférencer ces pages visées.

L'autorité a donné raison à Google sur les pages concernant l'étiquetage politique. "*Le maintien de leur référencement était nécessaire à l'intérêt public*, mais sur le volet harcèlement, elle estime que la firme technologique aurait dû donner suite à la demande de suppression "*Vu que les faits n'ont pas été établis, sont anciens, et susceptibles d'avoir de sérieuses répercussions pour le plaignant, les droits et intérêts de la personne concernée doivent prévaloir.*

En plus de l'amende record, l'APD ordonne à Google de cesser les référencements des pages concernées dans l'Espace Economique Européen. [...]

Source : www.usine-digitale.fr - juillet 2020