



Contribution à la consultation publique en préparation du Plan France Numérique 2020

Google

Internet est devenu une réalité indissociable du quotidien des Français mais aussi un vecteur formidable de croissance pour le pays. Comme l'a démontré une récente étude, Internet pèse 60 milliards d'euros dans l'économie française et a représenté 20% de la croissance entre 2004 et 2009¹. Il s'est également avéré être un outil puissant pour le secteur des PME, favorisant leur croissance et leur chiffre d'affaire à l'exportation.

Conscient de ce potentiel et fort du constat que seules 30% des PME françaises disposent d'un site web², Google France s'est engagé à travers la campagne "[Mon Entreprise en Ligne](#)", dans l'accompagnement de PME et TPE françaises pour les aider à créer leur site web.

Au-delà de son potentiel de croissance, Internet est porteur d'accès à l'information et à la connaissance, source de nouveaux modèles favorisant la création et la diffusion artistique mais il est aussi, désormais, reconnu pour sa contribution à une société transparente et démocratique.

A l'horizon 2020, il est sans doute difficile d'imaginer ce que sera un secteur en constante évolution. Toutefois, il apparaît fondamental de s'interroger dès maintenant sur la façon dont cette évolution peut être accompagnée et d'identifier les enjeux à venir afin d'en réaliser tout le potentiel. C'est la raison pour laquelle Google se réjouit de pouvoir contribuer à la consultation ouverte par le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie dans le cadre de la préparation du Plan France Numérique 2020.

¹ Source: Impact d'internet sur l'économie française- <http://www.economie.gouv.fr/files/rapport-mckinsey-company.pdf>

² Source: IPSOS, septembre 2010

I. PERMETTRE A TOUS LES FRANÇAIS D'ACCEDER AUX RESEAUX NUMERIQUES

Déploiement des réseaux de haut et très haut débit, déploiement des réseaux mobiles et neutralité des réseaux

Questions:

Au-delà des initiatives en cours, comment envisagez-vous le déploiement du très haut débit à l'horizon 2020 ? Quelle combinaison de technologies (fibre optique, montée en débit, satellite, etc..) permettrait de répondre au mieux au besoin d'un haut débit de qualité sur l'intégralité du territoire ? Quels sont les services auxquels une connexion à haut débit devrait donner accès au cours de la décennie à venir?

Quels nouveaux usages vont se développer sur les réseaux mobiles au cours de la prochaine décennie ? Quels seraient les besoins des opérateurs mobiles en matière de spectre, notamment pour faire face à l'augmentation du trafic de données ? Dans ce cadre, comment optimiser l'usage du spectre par tous les acteurs ?

Comment percevez-vous l'état des risques et sous quelle forme un encadrement en matière de neutralité des réseaux vous semblerait nécessaire ? Quelles actions complémentaires devraient être conduites, et à quel niveau : national, européen ou international ?

Internet a été conçu pour donner de nouvelles possibilités aux utilisateurs. Son architecture ouverte et neutre s'est avérée être un moteur considérable d'innovation, de croissance, de discours social et de libre circulation des idées.

Il existe aujourd'hui un consensus sur le fait que le caractère ouvert d'Internet bénéficie à l'ensemble des acteurs. Il a été un moteur de croissance économique, d'innovation et de liberté d'expression considérable. L'Internet ouvert a permis à des entreprises comme Google, Facebook, Twitter, Dailymotion, Seismic, PriceMinister, etc. de voir le jour et permet aux *start-ups* de prendre leur envol sans avoir à obtenir une permission préalable. Ce foisonnement a généré une augmentation de la demande pour le haut-débit de la part des consommateurs ce qui a profité aux fournisseurs d'accès et stimulé l'investissement dans le réseau. Ce cercle vertueux est dans l'intérêt des consommateurs.

La question n'est donc pas de savoir si un Internet ouvert est souhaitable mais plutôt de savoir comment promouvoir et maintenir cette ouverture dans un paysage évoluant rapidement.

La prudence s'impose lorsqu'il s'agit de réguler ce domaine car les effets d'un encadrement hâtif peuvent être néfastes. Google défend l'idée que favoriser un environnement concurrentiel, efficace et transparent pour le marché de l'accès à Internet est la meilleure solution pour protéger les consommateurs. Un consommateur qui bénéficie d'un choix et qui est bien informé, sélectionnera le fournisseur qui présente la meilleure offre d'accès à internet.

Cela n'est cependant possible que dans un contexte de confiance en l'efficacité du marché. Le gouvernement peut promouvoir une concurrence libre et non faussée tout en agissant comme filet de sécurité lorsque la concurrence au niveau de l'accès ne fonctionne pas.

Une régulation efficace de la vente en gros et du dégroupage de l'accès est la clé pour encourager de telles conditions de marché. La régulation de la boucle locale en France, qui favorise la concurrence sur le marché de l'accès à l'Internet, a joué et continue de jouer un rôle clé dans le maintien de l'ouverture d'Internet.

Une augmentation du spectre disponible devrait être promue par le gouvernement afin de favoriser la concurrence à l'heure de l'Internet sans fil. Si l'attribution du spectre au cas-par-cas répondait à une certaine logique il y a dix ans, il est maintenant important de s'assurer qu'il y a davantage de spectre disponible pour accommoder les usages innovants. Il est en effet crucial de libérer des fréquences supplémentaires pour les terminaux sans fil maintenant largement répandus. Il serait particulièrement utile de considérer l'allocation de spectre supplémentaire sans licence, par exemple en permettant l'utilisation des espaces blancs des fréquences attribuées à la diffusion télévisuelle.

L'utilisation d'outils de mesure de connexion pour plus de transparence: Pour que les marchés fonctionnent bien, les consommateurs doivent être bien informés sur ce qu'ils peuvent attendre, lors de leur inscription à une connexion haut-débit, de la qualité de service. La mesure des connexions joue un rôle très important pour pouvoir recueillir de façon précise les données sur la performance des réseaux haut-débit.

A titre d'exemple, [MeasurementLab](#) (M-Lab) est une plateforme ouverte disponible à l'échelle mondiale qui permet aux chercheurs de déployer des outils de mesure d'Internet. Par le biais de cet outil, les internautes peuvent mesurer leurs propres connexions haut-débit. Outre la vitesse d'essai et de latence, ils peuvent utiliser des outils comme «Glasnost» pour déterminer si certaines applications sont bloquées ou bridées. Plus de 500 millions de tests ont été exécutés sur la plate-forme à ce jour, partout dans le monde, et plus de 500 téraoctets de données de performance ont été mises à disposition de façon à être réutilisées.

M-Lab a d'ores et déjà été utilisé dans différents pays, y compris par des régulateurs, pour proposer des tests de leur connexion internet aux utilisateurs. Par exemple, en mars 2010, aux Etats-Unis, la Federal Communications Commission a incorporé l'outil de diagnostic réseau NDT déjà opérationnel sur M-Lab dans ses tests du haut débit pour le consommateur. En avril 2009, le régulateur des télécommunications grec EETT a déployé des serveurs M-Lab à Athènes, en collaboration avec le Réseau Grec de Recherche et Technologie (Grnet), afin d'améliorer l'expérience des utilisateurs avec ces outils.

Une action visant à empêcher les pratiques néfastes autant pour le consommateur que pour le climat de concurrence du marché: Lorsque les marchés ne suffisent pas à assurer une concurrence libre et non faussée, le régulateur devrait naturellement intervenir dans le cadre législatif français et européen existant. Aux yeux de Google, quatre principes fondamentaux contribueraient à garantir et pérenniser le modèle ouvert de l'internet :

Pas d'entraves à la concurrence : En accord avec les lois existantes de protection des consommateurs et de concurrence, les opérateurs de réseaux ne devraient pas être autorisés à favoriser leurs propres services par des moyens anti-concurrentiels.

Pas de blocage ou dégradation : Rien ne saurait justifier - en dehors de l'activité de gestion des réseaux visant à prévenir les attaques de déni de service, le spam et autres logiciels

malveillants - qu'un fournisseur d'accès bloque ou dégrade le trafic Internet. Des garanties appropriées devraient être mises en place pour prévenir ces pratiques.

Ne pas tromper le consommateur : Pour que les consommateurs soient en mesure de prendre de bonnes décisions sur le marché, il doit y avoir des sanctions appropriées lorsque les offres des fournisseurs d'accès sont trompeuses.

Promouvoir les initiatives du secteur : La concertation au sein de l'industrie devrait être encouragée. Des forums techniques comme l'[Internet Engineering Task Force](#) ont toujours été d'une importance cruciale pour le succès de l'Internet. Google a contribué à l'établissement du Broadband Internet Technical Advisory Group (BITAG) aux Etats-Unis - un groupe d'experts techniques se penchant sur les façons de gérer les réseaux haut-débit de manière à préserver et promouvoir un Internet ouvert.

II. DEVELOPPER LA PRODUCTION ET L'OFFRE DE CONTENUS NUMERIQUES

Développement des nouveaux modes de consommation

Question:

Selon vous, comment pourrait s'articuler, à l'horizon 2020, le développement de la création artistique avec les évolutions de la technologie et des modes de consommation de contenus ?

Comment la production de contenus numériques pourrait-elle mieux tirer profit des nouveaux vecteurs de diffusion ?

Aujourd'hui, artistes et entrepreneurs utilisent Internet à des fins créatives. Des plateformes comme iTunes, DailyMotion et YouTube ont contribué à un véritable foisonnement de la création en ligne ainsi qu'à l'émergence de nouveaux marchés atteignant un large public.

Grâce à Internet, il y a plus d'artistes sur plus de plates-formes, créant plus de contenu que ça n'a jamais été le cas auparavant. Rappelons par exemple que:

- Sur YouTube, plus de 48 heures de contenu vidéo sont téléchargées chaque minute.
- Sur Blogger, 250 000 mots sont écrits chaque minute.
- Sur Flickr, plus de 3000 photos sont mises en ligne, chaque minute, par des utilisateurs³.
- MySpace et SoundCloud encouragent les musiciens à enregistrer et à distribuer un nombre record de nouvelles œuvres. Par exemple, plus de 13 millions de groupes de musique ont une présence sur MySpace.

Les différents marchés sont amenés à s'adapter aux évolutions de la technologie et l'on peut constater que les modèles économiques de l'industrie des médias sont en train d'évoluer. Les ventes mondiales de musique en ligne ont augmenté de 1000% au cours des six dernières années⁴, et il y a plus d'achat de musique que jamais constaté auparavant⁵. En France, les ventes en ligne de musique enregistrée au 1er trimestre 2011 ont représenté un chiffre d'affaires de 26,3 millions d'euros en hausse de 13,2% par rapport au premier trimestre 2010⁶.

Alors que les nouveaux services de films en ligne comme Netflix ont commencé à se développer aux Etats-Unis, les recettes globales au box-office pour tous les films sortis dans le monde ont atteint un niveau record de 31,8 milliards de dollars, soit une augmentation de 8% par rapport à 2009⁷. Parallèlement, pour la première fois cette année, Amazon vend plus de

³ <http://royal.pingdom.com/2011/01/12/internet-2010-in-numbers/>

⁴ IFPI Digital Music Report (2011), <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>

⁵ Cf Jeff Price, The State of the Music Industry & the Delegitimization of Artists (Oct. 14, 2010), <http://blog.tunecore.com/2010/10/music-purchases-and-net-revenue-for-artists-are-up-gross-revenue-for-labels-is-down.html>

⁶ Source: SNEP 2011

⁷ Selon la Motion Picture Association of America "En 2010, les recettes globales au box-office pour tous les films sortis dans le monde ont atteint le chiffre record de \$ 31.8 milliards, une augmentation de 8% par rapport à 2009. Le chiffre d'affaire du box office international a augmenté de 13%, avec la croissance la

livres numériques que de livres en version papier et le marché du livre numérique devrait s'élever à 9 milliards de dollars en 2013⁸.

Dans certains cas, de nouveaux modèles économiques ont émergé se traduisant par une transition de la vente de produits physiques à la vente de produits numériques. Dans d'autres cas, des nouvelles plateformes en ligne ont généré de nouvelles sources de revenus et donné naissance à de nouveaux modèles d'accès.

Sur YouTube par exemple, ce sont plus de 3 milliards de vidéos qui sont "monétisées" chaque semaine dans le monde (50% de croissance au cours de la dernière année). Aujourd'hui, les principaux partenaires musicaux des plateformes communautaires génèrent des millions de dollars par mois. La monétisation des contenus sur ces plateformes est possible grâce aux publicités, mais également, grâce aux liens qui permettent à l'utilisateur d'acheter l'œuvre. En effet, ces liens le redirigent vers des sites de commerce en ligne, tels qu'Amazon ou iTunes.

Nombreux sont les artistes qui aujourd'hui ont été découverts grâce à des plateformes telles que Dailymotion ou YouTube, certains sont même devenus des véritables vedettes internationales. Le guitariste français Matthieu Rachmajda, plus connu sous le nom de MattRach, en est un très bon exemple. Découvert grâce à ses performances musicales sur le web, sa chaîne YouTube compte aujourd'hui 72 millions d'abonnés, et il peut désormais vendre ses œuvres sur iTunes.

Aujourd'hui, YouTube compte plus de 10 000 partenaires de contenu dans le monde parmi lesquels, les principales maisons de production, de cinéma et de télévision ainsi que les principales maisons de disques mais aussi des dizaines de labels indépendants et une myriade d'artistes à leur propre compte. Parmi ces partenaires, ceux qui choisissent de "monétiser" leurs contenus ont accès à un modèle économique reposant sur la publicité, quel que soit leur taille. Aujourd'hui des centaines d'artistes et de créateurs qui se produisent sur YouTube réussissent à générer un revenu significatif.

Au delà de la diffusion et de la monétisation de leurs contenus à travers ces nouvelles plateformes, les créateurs peuvent profiter de nouvelles opportunités d'exploitation de leur œuvre. En effet, certains ayants droit permettent aux internautes de réutiliser leur contenu pour créer quelque chose de nouveau. Les ayants droit utilisent de plus en plus cette créativité venant des utilisateurs comme une nouvelle source de diffusion et de revenus.

L'un des enjeux majeurs pour l'industrie de la création demeure la protection de ses contenus sur Internet. Des solutions émergent. Par exemple, à travers une technologie comme Content ID⁹, il est possible d'identifier des contenus audio et vidéo mis sur les plateformes d'échanges de vidéos comme YouTube. Grâce à ce dispositif, l'ayant droit peut générer les empreintes de

plus forte dans l'Asie Pacifique qui a marqué une croissance de 21%". MPAA

<http://www.mpaa.org/resources/b14b3a65-ece2-45fb-869f-529b953a286e.pdf>

⁸ cf. Matt Hambien, Amazon.com touts more e-book sales than paperbacks, Computerworld (Jan 28, 2011),

http://www.computerworld.com/s/article/9207019/Amazon.com_touts_more_e_book_sales_than_paperbacks?taxonoyId=12

⁹ Content ID est une technologie développée par YouTube, qui permet d'identifier des contenus audio et vidéo mis sur le service qui sont composés en partie ou dans leur intégralité du contenu d'un ayant droit partenaire.

ses contenus ainsi que les règles qu'il souhaite voir appliquer lorsqu'un internaute met en ligne l'un de ses contenus. Il convient de souligner que ces technologies ne se situent pas uniquement dans une perspective de blocage des contenus reconnus, mais permettent également et surtout une « monétisation » (évoquée ci-dessus) des contenus générant des revenus pour l'ayant droit sur la base d'une audience démultipliée. En moyenne, un ayant droit choisissant de monétiser les vidéos reconnues par le système Content ID, voit doubler son audience monétisée !

Avec le soutien des pouvoirs publics, l'enjeu est de généraliser l'utilisation de ces systèmes d'empreintes afin de développer des modèles rémunérateurs pour l'ensemble des parties prenantes.

Diffusion de contenus audiovisuels, cinématographiques, musicaux et écrit

Question:

De quelle manière les pouvoirs publics peuvent-ils poursuivre l'accompagnement et le soutien de la création et de la diffusion des œuvres culturelles et de l'information (livre, presse, audiovisuel, cinéma, musique) à l'ère numérique ?

Alors que la production et la vente de contenus en ligne sont en plein essor, de nombreux obstacles persistent encore et peuvent constituer de véritables freins au développement de ces nouveaux marchés. Aux yeux de Google, les pouvoirs publics peuvent jouer un rôle important sur les points suivants:

1. Soutenir la création de système de licence efficace
2. Libérer l'accès aux oeuvres orphelines

1. Soutenir la création de système de licence efficace

Le système de gestion collective des droits semble le plus adapté pour sauvegarder les droits exclusifs des ayants droit sur Internet. Google a établi des accords de licence directement auprès de partenaires de contenus, mais également auprès des sociétés de gestion collective de droits d'auteur à travers l'Europe. Parmi ces partenaires, citons notamment la SACEM (société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) et la SACD (société des auteurs et compositeurs dramatiques) en France, PRS for : Music au Royaume-Uni, etc.

Grâce à ces accords, les auteurs, les auteurs-réalisateurs, les compositeurs et les éditeurs de musique représentés par les sociétés de gestion collective sont rémunérés pour la diffusion de leurs œuvres sur YouTube.

Au regard de ces accords et des opportunités qu'ils représentent, Google soutient le principe d'un régime de licence flexible et efficace qui apparait déterminant dans la promotion de la diversité culturelle en France et en Europe, mais aussi pour assurer un développement d'un Internet dynamique et répondant à la demande des utilisateurs.

La Commission Européenne a initié une réflexion sur une réforme de la gestion collective des droits d'auteur. La France jouera un rôle important dans le cadre de cette réforme. Google suggère de considérer les principes suivants afin d'assurer un processus d'octroi de licence plus efficace, équitable et rapide :

- **Faciliter la transparence** : pour les utilisateurs commerciaux souhaitant bénéficier d'une licence en ligne, il est souvent difficile de connaître ce que recouvrent les catalogues et répertoires ainsi que les différents droits associés qui sont gérés par les sociétés de gestion collective. Pour mettre fin à cette situation, il est important que les sociétés de gestion collective de droits rendent accessibles ces données.
- **Instaurer un système de licence "multi-territoriale"** : La concession de licence de droits en ligne est souvent limitée à un certain territoire, et les utilisateurs commerciaux doivent négocier dans chaque État Membre auprès des gestionnaires collectifs de droits, et ce pour chaque droit inclus dans l'exploitation en ligne. L'instauration d'une licence susceptible de couvrir plusieurs territoires améliorerait grandement l'efficacité du système de licence en Europe.
- **Mettre en place un système d'arbitrage** : un système efficace et rapide de règlement des conflits entre les différentes parties.

2. Libérer l'accès aux œuvres orphelines

Aujourd'hui, une large majorité des livres, disques et autres biens culturels n'est plus disponible dans le commerce. En effet, la durée de vie commerciale de la plupart des œuvres est une question de mois ou d'années. Dans le monde matériel, cela signifie que la plupart de ces biens deviennent des "œuvres indisponibles". A l'ère du numérique où l'espace de stockage est infini, il devient possible de donner accès à chacun et partout dans le monde à des œuvres qui ne sont plus sur le marché physique tout en offrant à l'ayant droit de nouvelles sources de revenu par l'exploitation de ses œuvres. En redonnant vie à ces œuvres, ce sont autant de nouvelles opportunités qui peuvent s'ouvrir dans l'environnement numérique.

Néanmoins, de nombreux acteurs du secteur s'accordent à dire que des obstacles demeurent. Les coûts liés à l'identification, la recherche de l'ayant droit peuvent être très importants. Dans certains cas, une œuvre peut également s'avérer être "orpheline", c'est-à-dire qu'il est impossible d'identifier le détenteur des droits au terme d'une recherche sérieuse et avérée. Des millions d'œuvres orphelines sont aujourd'hui inaccessibles en raison du cadre juridique qui s'applique à ces œuvres.

Google soutient la mise en place d'un cadre juridique qui permettrait de faire "revivre" ces œuvres en les rendant accessibles à tous en ligne et permettant à son auteur, lorsqu'il est identifié, d'en tirer de nouvelles ressources. Différentes options peuvent aider à atteindre cet objectif :

- **Créer des solutions technologiques permettant à l'ayant droit d'être identifié facilement**: La création de bases de données simples, précises et fiables sur les ayants droit permettrait d'avoir accès à leurs coordonnées. Ces bases de données seraient un moyen efficace pour les utilisateurs de déterminer si une œuvre est sous-droit, "épuisée"

c'est-à-dire indisponible dans le commerce ou "orpheline" c'est-à-dire sans qu'il ait été possible d'identifier l'auteur.

- **Définir la notion de "recherche diligente"** : Toute définition de ce qui constitue une recherche sérieuse et avérée comporte le risque de dissuader l'usage légitime de deux manières: en fixant une règle telle qu'aucune institution culturelle de taille moyenne (petits musées, artistes eux-mêmes...) ne puisse espérer y satisfaire, ou, au contraire, en définissant une norme de façon tellement vague qu'une interprétation conservatrice pourrait empêcher de considérer que la recherche est terminée.
- **Une indemnisation équitable des ayants droit qui s'identifient a posteriori:** Si un ayant droit s'identifie, il doit pouvoir obtenir une compensation. Toutefois, il importe que cette compensation soit raisonnable et ne décourage pas les projets qui auraient été initiés de bonne foi. Aucun projet à grande échelle ne fera les investissements nécessaires en financement et en temps si le projet comporte un risque permanent d'être annulé dans le cas où l'ayant droit se présente a posteriori en demandant un dédommagement ou une décision de justice.

III. DIVERSIFIER LES USAGES ET LES SERVICES NUMERIQUES

TIC et développement durable

Question:

Comment les TIC peuvent-elles permettre de diminuer la consommation d'énergie et de ressources non renouvelables, ainsi que l'impact environnemental ?

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont un énorme potentiel en matière d'économies d'énergie et de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Un rapport publié par le Climate Group et la Global e-Sustainability Initiative a constaté que les TIC pourraient permettre des réductions d'émissions équivalentes à 7,7 giga-tonnes de dioxyde de carbone en 2020, soit 15% des émissions mondiales¹⁰. Le potentiel des TIC se traduit par une efficacité énergétique permettant de faire une économie se chiffrant à environ 500 milliards d'euros. Cette réduction des coûts ne provient pas seulement des activités telles que le commerce électronique ou le télétravail, mais aussi des améliorations dans l'efficacité du transport, de la conception de bâtiments éco-énergétiques et de réseaux de distribution électrique intelligents.

Le "*cloud computing*" peut être un moyen particulièrement efficace pour faire des économies d'énergie. Par exemple, Gmail est 80 fois plus éco-énergétique que les solutions traditionnelles de messagerie d'entreprises¹¹. En effet, les services de "*cloud computing*" sont généralement hébergés dans des centres de données à haute efficacité qui fonctionnent à des taux plus élevés d'utilisation des serveurs et utilisent du matériel et des logiciels conçus spécifiquement. De la même façon, une personne devrait regarder des vidéos YouTube pendant trois jours consécutifs pour que les serveurs qui permettent le visionnage d'une vidéo, consomment la quantité d'énergie nécessaire à fabriquer, emballer et expédier un seul DVD.

Comment les TIC peuvent-elles favoriser la mise en place, le suivi et le partage d'indicateurs fiables et pertinents pour le suivi des mesures contribuant au développement durable et à la croissance verte ?

Les TIC peuvent permettre une plus grande transparence et un meilleur partage des indicateurs permettant la surveillance globale du développement durable. L'Internet a pour la première fois mis des informations clés sur l'état de notre planète à disposition des scientifiques, des décideurs et des citoyens. Des bases de données publiques en ligne telles que l'inventaire américain de déchets toxiques ont conduit à des réductions des émissions de produits chimiques. Les plates-formes de "*cloud computing*" comme le Google EarthEngine¹² ont permis de surveiller et de mesurer les changements climatiques à l'échelle planétaire.

¹⁰ <http://www.smart2020.org/>

¹¹ <http://googlegreenblog.blogspot.com/2011/09/gmail-its-cooler-in-cloud.html>

¹² <http://earthengine.googlelabs.com/#intro>

L'information sur la consommation d'énergie en temps réel permet aux consommateurs d'économiser jusqu'à 15% de leur consommation d'électricité domestique¹³.

Confiance numérique

Questions:

Comment approfondir la confiance dans les nouveaux services de l'économie numérique au cours de la prochaine décennie ?

Faut-il définir un « droit à l'oubli » numérique ?

Le chiffre d'affaire de Google provient à plus de 95% des revenus publicitaires. Le succès de Google repose donc sur l'audience de ses services, en particulier son service de recherche. S'agissant des clés de l'audience, la confiance est l'une des plus importantes. Dans les domaines d'activités de Google, la confiance est d'autant plus précieuse que l'utilisateur est libre de tout abonnement ou engagement et n'est qu'à un clic des services concurrents.

C'est pourquoi la responsabilité de traitement des données à caractère personnel se pose de manière accrue à Google, acteur aujourd'hui emblématique de l'Internet. La protection de la vie privée est une valeur forte de l'entreprise, prise en compte dès la conception des produits et services.

Conscient de l'enjeu de maintenir la confiance des internautes dans le respect de leur vie privée quand ils utilisent leur moteur de recherche, Google a pris plusieurs initiatives et décisions stratégiques dans ce domaine. L'entreprise a ainsi instauré cinq [principes](#) qui régissent son approche en matière de vie privée et de protection des informations des utilisateurs sur l'ensemble de nos produits :

1. Utiliser les informations en vue d'offrir des produits et des services utiles à nos utilisateurs
2. Concevoir des produits respectant des normes et des pratiques strictes en matière de confidentialité.
3. Signaler la collecte d'informations personnelles de manière transparente.
4. Offrir à nos utilisateurs de réels choix en matière de protection de la vie privée.
5. Gérer les informations que nous détenons de manière responsable.

Un [centre de confidentialité](#) a été créé afin de mettre à la disposition des utilisateurs des informations claires et simples sur les produits et leurs conditions d'utilisation. Il permet aux utilisateurs de faire un choix parmi les produits qu'ils souhaitent utiliser, de savoir comment les utiliser et leur signale les informations partagées avec Google ainsi que les différents outils à leur disposition afin de contrôler ces informations.

Un débat s'est ouvert sur la notion de "droit à l'oubli" et son utilité pour renforcer la confiance de l'utilisateur envers les nouveaux services en ligne.

¹³ The effectiveness of feedback on energy consumption

<http://www.eci.ox.ac.uk/research/energy/downloads/smart-metering-report.pdf>

Il existe actuellement un spectre large de définitions de ce qu'est un "droit à l'oubli". La définition la plus précise mise en avant par la Commission Européenne ainsi que par le gouvernement français concerne la gestion des données publiées intentionnellement par des internautes. Elle reprend des principes existant dans la Directive européenne sur la protection des données (finalité du traitement, consentement, droits d'accès, de modification, de rectification et de suppression). En pratique cela implique que les plateformes d'hébergement donnent aux utilisateurs les moyens de supprimer l'information qu'ils ont eux-même mis en ligne. Pour les moteurs de recherche, il s'agit de respecter les règles de non-indexation. Google respecte déjà cette règle en appliquant le protocole d'indexation robots.txt qui permet au webmaster d'indiquer s'il souhaite que son site ne soit pas indexé, en partie ou dans son entièreté.

Google a toujours été convaincu que ses utilisateurs sont naturellement propriétaires des informations qu'ils partagent avec ses services et des outils ont été développés pour qu'ils puissent contrôler leurs informations. [Google Dashboard](#) permet aux utilisateurs de savoir quelles données personnelles sont associées avec chacun des services Google qu'ils utilisent tels que Gmail, Docs, YouTube etc. et d'ajuster à tout moment les paramètres de partage de ces données. Lancé en parallèle à Google+, [Google Take Out](#) permet à l'utilisateur de retirer toutes ses données de services Google tels que Google+, Buzz ou Picasa et d'en faire une sauvegarde pour, le cas échéant, pouvoir les réutiliser sur un service concurrent. Ces différents instruments qui donnent plus de contrôle à l'utilisateur sur ses données personnelles sont autant de façons de mettre en oeuvre un droit à l'oubli.

Un "droit à l'oubli" tel que décrit ci-dessus ne nécessite pas une évolution législative ou réglementaire spécifique, dans la mesure où celui-ci est déjà appliqué à travers la législation existante. Il est néanmoins utile de renforcer les moyens pour l'utilisateur de le faire valoir en pratique en lui donnant les outils nécessaires pour qu'il puisse contrôler ses informations personnelles sur Internet.

Une autre approche du droit à l'oubli va plus loin en incluant toute informations publiée en ligne ayant trait aux données personnelles. Cette approche envisage, entre autres, le droit de l'utilisateur de pouvoir obtenir de manière automatique de la rédaction d'un journal ou d'un blogger le retrait d'un article le concernant, la possibilité pour l'utilisateur de pouvoir obtenir systématiquement d'un individu le retrait de contenu publié le concernant (par exemple sur un blog personnel, une page Facebook ou un compte Flickr) ou encore la possibilité pour l'utilisateur de pouvoir obtenir des moteurs de recherche d'empêcher l'indexation de tout site contenant des informations le concernant. Si dans certains cas les demandes de retrait de contenus sont certainement légitimes, dans d'autres elles sont plus délicates à trancher. Le caractère systématique de pouvoir obtenir le retrait de contenus au motif du droit à l'oubli comporterait un risque de porter atteinte à la liberté d'expression.