

Google champion des lobbyistes aux Etats-Unis

Le lobbying de Google auprès du gouvernement américain n'a pas faibli en 2015. L'entreprise de Mountain View aurait dépensé plus de 16 millions de dollars l'année dernière en actions de «communication», selon [Consumer Watchdog](#). Soit autant qu'en 2014. Un «investissement» qui maintient Google au premier rang des lobbyistes dans le classement de Consumer Watchdog [depuis l'an dernier](#).

Une affaire de gros sous

L'association de défense des consommateurs, qui se présente comme indépendante de toute entreprise ou de leurs intérêts, appuie son analyse sur les données publiques fournies par la Chambre des Représentants aux États-Unis. Elle y épluchés notamment les agissements de 16 entreprises de l'IT et des communications dont Facebook, Apple, ou encore Amazon. « Ces entreprises dépensent des millions pour acheter les résultats qu'ils veulent, alerte John M. Simpson, directeur du projet Vie privée de Consumer Watchdog. Les choix politiques sont maintenant une affaire de gros sous, pas de grandes idées. »

Pour faire «connaître» ses idées, Google a ainsi dépensé 16,66 millions de dollars auprès des commissions de lois et autres régulateurs. A peine 1% de moins que les 16,83 millions dépensés en 2014. Notons néanmoins que Alphabet, [la nouvelle entité qui chapote le moteur de recherche](#) depuis août dernier, n'apparaît pas (encore?) dans la liste des «donateurs».

Amazon, la plus forte poussée

Microsoft, pour sa part, se montre bien moins «généreux» que son rival. Mais de plus en plus, néanmoins. Les 8,49 millions dépensés en campagnes d'influence en 2015 marquent une hausse annuelle de 2%. Avec une tendance à l'accélération au quatrième trimestre: +9,1% pour 2,25 millions. Ce qui reste un cran en dessous de Facebook qui regarde de moins en moins à la dépense avec 9,85 millions mis sur la table, soit une hausse de 5,5% par rapport à 2014.

Mais le champion toutes catégories de la croissance en matière de dépenses d'influence est sans conteste Amazon. La hausse de ses frais de lobbying a augmenté de 91,4% pour atteindre 9,07 millions. Avec 4,48 millions déboursés (+9%), Apple reste le plus modeste des Gafa (voire des Gafam si l'on intègre Microsoft).

Loin derrière Google

Néanmoins, malgré leurs efforts louables, les concurrents directs de Google (sur un secteur ou un autre) restent donc loin derrière la capacité de Mountain View à pouvoir chuchoter aux oreilles des parlementaires et des dirigeants. Son plus proche rival n'est autre que le cablo-opérateur Comcast

qui affiche 15,63 millions au compteur. En perte de vitesse d'influence (-7%). Les opérateurs AT&T (14,86 millions), Verizon (11,43 millions) et T-Mobile (6,14 millions) s'inscrivent parmi les activistes les plus dynamiques auprès des faiseurs de lois.

Globalement, le classement de Consumer Watchdog nous montre que tous les grands acteurs de l'IT disposent d'un budget de lobbying plus ou moins développé. IBM, Intel, Cisco, Oracle et Yahoo ont dépensé entre 2,84 millions et 4,63 millions pour exposer leurs intérêts dans les meilleures conditions. Il sera intéressant de voir si la campagne des élections présidentielles américaines le 8 novembre prochain aura une influence sur les dépenses d'influence des groupes IT.

Lire également

[Les Gafa dépensent des millions de dollars dans le lobbying](#)

[Android sous surveillance antitrust aux Etats-Unis](#)

[L'Union européenne menace les Big Data des géants américains](#)

crédit photo © Melpomene - shutterstock