

# Google, un moteur de croissance pour les PME

L'été, et sa fête de la musique, adoucit les mœurs, c'est bien connu. En témoigne cette interview de Google ce 22 juin au quotidien *La Tribune*. La première donnée par **Carlo d'Asaro Biondo** nommé directeur général France et vice-président Europe du Sud en octobre 2009.

« On s'intéresse à ce que font les gens sur le Net, pas à qui ils sont », répond Carlo d'Asaro Biondo à une question du quotidien français sur la stabilisation de l'Internet fixe au regard des problèmes d'utilisation des données personnelles. Quoique « ce qu'ils font » permet un peu aussi de savoir « qui ils sont », non ? Le dg ajoute que « comprendre ce que recherche tel type de personnes à tel moment dans telle région permet d'apporter aux internautes des publicités qui correspondent davantage à leurs recherches. Cela diminue la déperdition pour les annonceurs et augmente la valeur de la publicité ». CQFD.

## **Google désolé pour Street View, une enquête « multi états » aux USA**

Et en parlant de données personnelles, forcément, Street View revient sur le tapis. Si le moteur de recherche américain a déjà assuré collaborer avec les autorités en place, demandeuses des données collectées « par erreur » par les Google Cars, à l'image de [la CNIL dans l'Hexagone](#), il n'en a pas fini avec la justice. Le procureur général du Connecticut, où [Google est déjà poursuivi](#), annonçait le 21 juin dans un communiqué, une enquête « multi états » sur le moteur de recherche. Trente Etats américains seraient en passe de participer à cette enquête.

A ce sujet, Carlo d'Asaro Biondo a réitéré les (désormais ?) bonnes intentions de Google, le dédouanant de quelque mauvais esprit que ce soit. « Je pense sincèrement qu'il n'y a aucune intention de Google ni d'aucun autre opérateur d'utiliser ces informations contre les gens. Dans le cas de Street View, on a fait une erreur. On en est désolé. »

## **Google limite le coût et le risque**

Ironie de l'interview, le directeur général de Google France affirme en début d'article que Google n'est « pas du tout » sur la défensive. Contrairement à ce que les sujets délicats gérés par le moteur de recherche laisseraient penser, comme « la fiscalité, le livre, la presse » (voir les articles d'hier sur [Google et les éditeurs au sujet d'un outil de monétisation](#)).

Selon le dg, « l'entreprise [...] est très concentrée sur ses clients. [elle a] une vraie attention pour les internautes en termes de qualité d'expérience, et pour les PME [qu'elle aide] à grandir ». À ce niveau, Google est d'ailleurs un « moteur de croissance pour les petites et moyennes entreprises... », constate Carlo d'Asaro Biondo. « Nos outils leur permettent de vendre à l'étranger sans avoir à constituer d'équipes de vente. Cela limite aussi le coût et le risque pour les PME. Ça, c'est créateur d'emplois et de développement ! »

## **Les institutions françaises ferment leurs portes au nez de Google**

Utile aux PME, Google ne l'est pas encore tout à fait à la Bibliothèque nationale de France. Elle fait de la résistance, comme nous l'écrivions [ici](#), comparé à d'autres pays tel l'Italie où le moteur de recherche crée « 100 emplois pour numériser les ouvrages de [la] bibliothèque publique » italienne. « Si les

*institutions [françaises] nous ferment leur porte, c'est leur choix, conclut le directeur général. La nôtre est ouverte. »*

Google a, de toute façon, d'autres raisons de se réjouir. La montée de son système d'exploitation mobile Android dans le monde fait partie de ces très bonnes nouvelles. L'OS de Google gagne en effet des parts de marché outre-Atlantique par rapport à l'iOS d'Apple et dans l'Hexagone, Android est fermement implanté via [les smartphones de Samsung](#), leader sur les ventes de téléphones portables en France.

Un marché que Google ne lâche évidemment pas d'un œil, « *la vitesse de diffusion des smartphones en Europe est impressionnante. Or les recherches à partir d'un téléphone ne sont pas les mêmes que sur un PC : 10% des recherches sur un PC ont un caractère local, contre 30% sur un téléphone mobile. Les formes de publicité vont donc évoluer, de nouveaux modèles vont surgir. »*