

Lobbying : pourquoi Google change de stratégie

Après l'Europe, qui lui a déjà [infligé](#) trois amendes de plusieurs milliards d'euros, Google sera bientôt face à la justice américaine qui mène [une enquête antitrust](#) sur les pratiques de la filiale d'Alphabet.

Pour le géant de Mountain View, c'est le signe que [sa stratégie](#) en matière de lobbying a échoué.

Le [Wall Street Journal](#) rapporte que la firme s'est séparée de six cabinets de consulting, qui facturaient leurs prestations pour 10 millions de dollars par an. Soit la moitié de l'enveloppe globale que Google consacre à ses activités de relations publiques.

Google is overhauling its lobbying operations, slashing external consultants and reallocating internal resources <https://t.co/deZb3NH5N5> <pic.twitter.com/2WGVfQTeaF>

— The Wall Street Journal (@WSJ) [12 juin 2019](#)

Karan Bhatia, chef lobbyiste de Google

Désormais, c'est Karan Bhatia, ancien de General Electric, qui pilote cette réorganisation et les relations avec le gouvernement.

Elle concerne évidemment les Etats-Unis, mais elle est aussi mondiale puisque Google est aussi dans le collimateur de la justice en Australie ou à Singapour.

Nommé vice-président en charge des relations avec le gouvernement, il a mis en place des «centres d'excellence», chacun axé sur une problématique comme les règles de confidentialité sur les données personnelles, et le droit de la concurrence.