

## ÉTUDE DE DOCUMENT : LE MARCHÉ DU WEB EN EUROPE

À l'aide du document fourni en annexe et de vos connaissances, vous traiterez les questions suivantes.

1. Qualifiez la structure de marché du segment de la recherche sur le web.
2. Quelle pratique répréhensible est reprochée à Google par la Commission européenne sur la base du droit de la concurrence ? Expliquez-en les conséquences dommageables.
3. Présentez une théorie économique sur laquelle la Commission européenne se fonde pour mener son action.

### Annexe : La Commission européenne s'attaque aux pratiques du géant américain

Après cinq années d'enquête, la Commission européenne a décidé le 15 avril 2015 de s'attaquer aux pratiques de Google dans le domaine des moteurs de recherche, qu'elle considère comme des abus de position dominante. Bruxelles a envoyé au groupe américain une « communication de griefs », c'est-à-dire un acte d'accusation en bonne et due forme.

Pour ses détracteurs, le groupe américain profite de sa position dominante pour favoriser ses propres sites et produits au détriment de ceux de ses concurrents dans ses résultats de recherche. Les responsables de Google affirment, pour leur part, que l'entreprise exerce ses activités dans « *un environnement très concurrentiel* ». Ils rappellent que les internautes disposent d'un vaste choix (réseaux sociaux, les moteurs de recherche spécialisés, les applications mobiles, les sites de référence) pour accéder à l'information ou pour acheter des biens et des services. En un mot, rien ne les contraint à passer par Google.

Petite revue de situation, du point de vue des parts de marché notamment.

- **Un poids lourd en Europe**

Au premier trimestre 2015, la part de marché de Google sur le segment de la recherche sur le Web s'est établie à 92,26 %. Le groupe de Mountain View devance Bing, le moteur de recherche de Microsoft, et Yahoo, dont les parts respectives sont de 2,82 % et 2,26 %.

- **Mais des situations européennes contrastées**

Dans certains pays d'Europe, hors de l'Union européenne, des acteurs locaux réussissent à tirer leur épingle du jeu. En Russie, Yandex détient une part de marché de près de 40 %, quand Google s'est arrogé près de 50 %. En République tchèque, Seznam parvient à conserver une part de 21,5 %, contre 74 % à Google.

- **Une position moins hégémonique aux États-Unis**

Google est un peu plus contesté à domicile. Google a achevé l'année 2014 avec la plus faible part de marché depuis 2008. Avec 75,2 %, le groupe reste toutefois très loin devant ses rivaux, Bing et Yahoo! Ce dernier, notamment, a amorcé une vraie progression, profitant d'être désormais le moteur de recherche par défaut du navigateur Mozilla Firefox.

Aux États-Unis, on observe une tendance à contourner les moteurs de recherche, par exemple, 30 % des adultes découvrent les informations et l'actualité qui les intéressent d'abord sur... Facebook. Sans parler de Twitter, qui avec neuf ans d'existence à peine, est devenu un acteur majeur de la quête d'informations.

- **Une concurrence de plus en plus forte des applications**

Les recherches d'achats sur Internet se font, outre-Atlantique, deux fois plus via Amazon que sur Google. Les mobinautes privilégient aussi bien plus les applications que leur navigateur voire les moteurs de recherche pour acheter des biens ou des services. Le succès de sociétés comme Uber ou Blablacar en témoignent.

- **De nouveaux acteurs se lancent malgré tout**

La forte présence de Google sur la recherche n'a pas empêché la naissance et la croissance de nouveaux acteurs : par exemple l'américain DuckDuckGo ou le franco-allemand Qwant. À des années-lumière de Google, ils espèrent néanmoins se faire une place au soleil, avec ou sans l'aide de la Commission européenne.

*Source : Le Monde du 15/04/2015*