

Etat de l'art de la Thèse Professionnelle

Le modèle Google un colosse au pied d'argile ?

Pourquoi le modèle Google fonctionne – t – il ?
Quel est son impact sur le monde informatique ?
En quoi empêche – t – il la créativité et la concurrence ?

SOMMAIRE

I.	Objet de la thèse	3
	Choix du sujet	3
	Introduction à la problématique	3
	Les bornes du sujet.....	4
II.	Plan de la thèse.....	5
III.	Synthèse des ressources.....	7
	A. La presse numérique	8
	1. Le journal du net.....	8
	2. Marianne	9
	3. Le nouvel Observateur	9
	4. Le mag.net	10
	B. La presse vidéo.....	11
	1. Google, la machine à penser	11
	2. Faut-il avoir peur de Google.....	12
	C. Les études indépendantes	13
	1. La conférence de FaberNovel	13
	2. Google, le gargantua des temps modernes	14
IV.	Conclusion sur l'état de l'art.....	15

I. Objet de la thèse

Choix du sujet

Internet est arrivé dans notre vie quotidienne au beau milieu des années 90, au point que plus de 10 ans plus tard, nous avons oublié comment nous faisons avant. Mais aucune des grandes sociétés du monde de l'informatique n'a évolué tel que Google l'a fait. Il est devenu indispensable dans l'internet que nous modélisons de pouvoir trouver l'information exacte que nous recherchions. C'est ce que Google a fait en nous offrant le résultat de notre recherche avec une rapidité et une exactitude stupéfiante.

Après avoir conquis la recherche sur internet, Google a voulu se diversifier, et offrir à l'ensemble de la communauté du web l'ensemble des services et des outils nécessaires à son quotidien. Dans cette thèse, nous allons étudier si la devise de Google « Don't be Evil » ou « Ne faites pas le mal », garantis un respect des utilisateurs et des autres.

Introduction à la problématique

Pour comprendre la situation dans laquelle se trouve Google aujourd'hui, ainsi que les secrets de sa réussite, il convient tout d'abord de trouver les raisons du fonctionnement du modèle Google. Puis quels sont les impacts sur le monde de l'informatique. Pour enfin donner les réponses sur les raisons pour lesquels cette société empêche la créativité et la diversité de la concurrence.

Cette problématique nous amène au cœur de la question suivante :

« L'hégémonie de Google pourra-t-elle remettre en cause sa réussite et son universalité de part son monopole empêchant la diversité et la créativité ? »

Dans cette thèse nous répondrons à la question que tous les utilisateurs actifs ou passifs de l'internet se sont posés un jour :

Comment le modèle Google a pu s'imposer à l'ensemble des utilisateurs et acteurs du monde de l'informatique ?

Les bornes du sujet

Le sujet Google est aussi vaste que son universalité. Il convient en conséquence de délimiter le sujet afin de répondre correctement à la problématique. Pour répondre aux trois questions qui découlent de la problématique, il convient d'en délimiter les bornes :

Pourquoi le modèle Google fonctionne – t – il ?

- Présentation, description et caractéristique du modèle
- Aspect économique, commerciale, social et politique
- Contexte de développement de Google
- La philosophie de Google
- Pérennité du service, des produits et de l'entreprise
- Décortiquer la réussite du modèle et ses défauts
- Les moyens et les ressources disponibles

Quel est son impact sur le monde informatique ?

- Google au présent
- Impacts social, économique,
- L'universalité aspect positif et négatif
- Confidentialité et vie privée des utilisateurs
- La naissance des polémiques envers Google
- Politique de recrutement

En quoi empêche – t – il la créativité et la concurrence ?

- Les respects des lois sur la concurrence
- Description de l'universalité
- Pouvoir déterminer le degré de responsabilité : volontaire ou involontaire
- Comment sont – ils créatifs
- Respect des libertés et de la propriété intellectuelle
- Ce que Google achète et ce que Google exploite
- Aspect du monopole dans ces services et ces produits (caractéristiques, objectifs,...)

II. Plan de la thèse

Introduction : Les clés de la réussite

1. Contexte à la naissance de Google

- 1.1 L'internet à la fin du XXe siècle
 - 1.1.1. La recherche sur Internet
 - 1.1.2. Les services et les applications
 - 1.1.3. Les besoins
- 1.2. Les start-up 30 ans après leur invention
 - 1.2.1. Modèle économique
 - 1.2.2. Les grandes réussites
- 1.3. Les attentes des internautes
 - 1.3.1. L'information sur internet
 - 1.3.2. La quête de référence

2. Je m'appelle Google

- 2.1. Qui m'a créé ?
 - 2.1.1. Mes créateurs
 - 2.1.2. Mon idée de départ
 - 2.1.3. Mes premiers pas
- 2.2. Comment j'ai grandi ?
 - 2.2.1. Ma philosophie
 - 2.2.2. Mon développement
- 2.3. Bienvenue chez moi
 - 2.3.1. Ce que j'offre
 - 2.3.2. Ce dont j'ai besoin
 - 2.3.3. Ce que je vends
 - 2.3.4. Ce que je possède
- 2.4. Pourquoi m'aime-t-on ?
 - 2.4.1. Mes conditions de travail
 - 2.4.2. Management
 - 2.4.3. Mon pari

3. Je ne fais pas le mal, mais suis-je seulement créatif ?

3.1. Mon universalité

- 3.1.1. Pourquoi tout le monde me connaît
- 3.1.2. Analyse d'un monopole : induit ou rechercher ?
- 3.1.3. Est-ce mal d'être populaire ?
- 3.1.4. Les polémiques autour de moi

3.2. Qui veut ma peau ?

- 3.2.1. Le respect de l'utilisateur
- 3.2.2. Le politiquement-correct de la concurrence
- 3.2.3. Suis-je responsable ?
- 3.2.4. Peut-on se passer de moi ?

3.3. Envie-t-on Google ?

- 3.3.1. L'influence de ce géant
- 3.3.2. Les petits de Google
- 3.3.3. Faire mieux que Google, mythe ou réalisé ?
- 3.3.4. Mes idées, mon monde

3.4. Mes points faibles

- 3.4.1. Modèles irréaliste ?
- 3.4.2. La nécessité de croissances
- 3.4.3. Pérennité de mon trésor
- 3.4.4. Qui est plus fort que moi ?

4. Faces aux responsabilités

4.1. Ma valeur propre, ce que je représente

4.2. A – t – on besoin de Google ?

- 4.2.1. Un monde sans moi
- 4.2.2. Les références que j'apporte

4.3. Google a – t – il dérivé ?

- 4.3.1. Objectifs de départ
- 4.3.2. Objectifs d'aujourd'hui
- 4.3.3. Objectifs futures

Conclusion : Et maintenant, que se passera – t – il ?

III.Synthèse des ressources

Pour enrichir le plan de la thèse professionnelle, il convient de puiser dans le monde de l'information des ressources pertinentes, variées et de point de vue différentes. Ceci dans la volonté de rester impartial face à la réponse que l'on doit apporter : Comment le modèle Google a pu s'imposer à l'ensemble des utilisateurs et acteurs du monde de l'informatique ?

Nous pouvons classer les ressources en trois groupes distincts :

- La presse écrites qu'elle soit numérique ou traditionnelles qui nous fournis des réponses avec des points de vue différents selon l'orientation de l'auteur et du journal.
- La presse documentaire filmographique qui apporte surtout une synthèse globale sur le sujet.
- Les conférences et les études d'instruit qui ont réfléchi et disserté sur le sujet.

Ces ressources nous fournissent les connaissances nécessaires pour répondre aux différentes questions qui découlent de la problématique :

- Pourquoi le modèle Google fonctionne – t – il ?
- Quel est son impact sur le monde informatique ?
- En quoi empêche – t – il la créativité et la concurrence ?

Une ressource indépendante nous permet de connaître les chiffres clés de Google. Ceux-ci sont rédigés par Frédéric Cozic et ont été mis à jour le 17/10/2008.

Les données portent sur :

- Les employés de Google
- Le recrutement chez Google
- Conditions de travail chez Google
- Résultats financiers de Google
- La publicité et Google
- Googleplex, le siège de Google et les autres bureaux
- Les produits et services de Google
- Infrastructure technique de Google

La ressource est disponible à l'adresse :

<http://www.webrankinfo.com/actualites/200711-chiffres-cles-sur-google.htm>

A. La presse numérique

La presse numérique à l'avantage d'être extrêmement réactive. D'abord destiné à fournir des news dans le monde des hautes technologies, elle s'est vite diversifiée pour être complémentaire à la presse écrite permettant d'être informée plus rapidement. La presse numérique connaît aussi une critique car sur le fait de sa gratuité, les informations qu'elle fournit sont critiquées de « déclassés » ou de « synthétisés ».

Il faut tout d'abord dissocier les sites internet informatifs sous forme de blog, où c'est la communauté qui rédige les articles sans forcément être professionnel, et les sites d'information « professionnel » qui sont généralement issus de la presse écrite ou d'un magazine commercialisé.

1. Le journal du net

Le JDN est un site web français d'actualité. Il est une référence des entreprises dans les nouvelles technologies, le Journal du Net (JDN) compte en moyenne 4 millions de visiteurs uniques par mois (source Nielsen/NetRatings). Le Journal du Net possède ces propres journalistes.

Un article de Frantz GRENIER du JDN daté du 01/03/2007

Liens sponsorisés : Google contrefait-il les marques ?

Les TGI de Paris et celui de Nanterre sont en désaccord sur la responsabilité de Google dans des affaires de position squatting. De son côté, Google appelle les sociétés à définir l'utilisation de leurs marques sur sa plate-forme.

Cet article apporte des réponses sur les impacts du modèle Google sur le monde de l'informatique et en particulier sur les propriétés des « marques » car il ne faut pas oublier que Google gagne de l'argent avec les mots qu'il vend. Ce sujet de propriétés des marques amène aussi une réflexion sur la concurrence telle qu'on se la pose dans la problématique.

<http://www.journaldunet.com/0703/070301-google-contrefacon-de-marges-tgi.shtml>

2. Marianne

Marianne est le nom d'un journal politique et littéraire orienté à gauche qui fut publié à Paris dans les années 1930. Pacifiste, il se présente comme "l'hebdomadaire de l'élite intellectuelle française et étrangère". En 1997 un hebdomadaire du même nom est créé.

Un article rapporté par Pierre Vandeginste de Marianne, Numéro 471 du 29 avril au 05 mai 2006.

Internet : Google, le monopole de tous les dangers

Même Bill Gates n'avait pas osé...

Google le monopole de tous les dangers

Coté face, Google se présente comme une entreprise "cool" proposant des services gratuits, favorisant la circulation des informations et des idées. Coté pile, Google est un quasi-monopole qui s'apprête à supplanter Microsoft et TF1 dans la conquête du "temps de cerveau disponible".

Cet article est une enquête qui apporte des réponses sur le fonctionnement du modèle Google en particulier sur ceux qui ont su faire pour réussir. Les impacts qui y sont présentés sont plus généraux que le seul monde de l'informatique. On développe notamment les caractéristiques du monopole de Google.

<http://www.casafree.com/modules/news/article.php?storyid=6143>

3. Le nouvel Observateur

Le Nouvel Observateur (un temps intitulé France Observateur) est un hebdomadaire français d'information générale, datant de 1964. Le Nouvel Observateur est un journal de centre-gauche considéré de sensibilité sociale-démocrate.

Un article de Cécile Maillard du Nouvel Observateur N°2211 daté de la semaine du 22/11/2007

Comment gérer sa « traçabilité » sur internet

Soignez votre « web réputation »

Si vous cherchez un job, attention à ce que l'on trouve sur vous sur la Toile : de plus en plus de recruteurs tapent votre nom sur Google pour en savoir plus, comme aux Etats-Unis.

Cet article traite uniquement des impacts de Google sur l'humanité. Il apporte une information très informative et très professionnel propre à la ressource. Quelques éléments techniques sont aussi discutés, l'article est globalement polémique.

http://hebdo.nouvelobs.com/p2211/articles/a336647-soignez_votre_%C2%AB_web_r%C3%A9putation_%C2%BB.html

4. Le mag.net

Le journal « le mague » crée en 2003 est une entité totalement indépendante éditorialement et de ce fait totalement auto-financée. Son siège est à Paris et il totalise plus de 200 000 visiteurs uniques chaque mois. Le Mague n'est en aucun cas un site journalistique fait par des journalistes. Le Mague est bien évidemment apolitique, ne défend aucune idéologie particulière et il est, surtout, tout à fait capable de publier une thèse et sa totale antithèse.

Un article de Semmar Abderrahmane du 14/09/2007

GOOGLE célèbre ses 10 ans dans la réussite et le défi

En 10 ans seulement, le moteur de recherche Google est en passe de réussir son pari insensé de devenir le carrefour de la connaissance mondiale, et ce en recensant des milliards de pages web mais aussi images, photos, livres ou vidéo, une domination qui inquiète aujourd'hui les uns et fascine les autres. Le 15 septembre 1997, Larry Page et Sergey Brin, deux étudiants de 24 ans de l'Université de Stanford, en Californie, ont déposé le nom de domaine « google.com », variation de « googol » qui désigne le nombre 10 puissance 100. Les deux amis créeront le groupe Google un an plus tard, le 7 septembre 1998, dans un garage.

Cet article traite uniquement du fonctionnement du modèle Google. De ses débuts à aujourd'hui. Chiffre à l'appui il montre l'évolution de l'entreprise Google et des politiques commerciales.

<http://www.lemague.net/dyn/spip.php?article3908>

B. La presse vidéo

La presse documentaire filmographique apporte surtout une synthèse globale sur le sujet. Elle à l'avantage d'apporter en plus des images, de montrer la réalité de l'entreprise. Les documents sont généralement très complets et très illustrées avec de nombreuses interviews aussi bien des employées de Google que des « clients » de cette entreprise qui achète des prestations. Les documents ne sont pas promotionnels, ils ont été réalisés par des journalistes tiers et neutre.

Ces documents ont été à ce jour télédiffusé sur des chaines francophones.

1. Google, la machine à penser

Film de Gilles Cayattes / durée 55 min / Décembre 2007 diffusé sur France 5

En quelques secondes, avec une exactitude stupéfiante, Google apporte aux internautes la réponse à la requête qu'ils ont lancée sur Internet. Le moteur de recherche, né il y a dix ans en Californie, a révolutionné notre vie quotidienne. Retour sur un phénomène de société.

Résumé :

En quelques secondes, Google apporte aux internautes une réponse à la requête qu'ils viennent de lancer. Né il y a dix ans en Californie, le moteur de recherche a révolutionné notre vie quotidienne. Mais qui se cache derrière Google ? Comment fonctionne cette entreprise ? Peut-on utiliser ses services en toute confiance ?

La petite société créée en 1998 par deux amis étudiants à l'Université de Stanford est devenue en moins de 10 ans un moteur de recherche utilisé quotidiennement par un demi-milliard de personnes à travers le monde. Celle qui comptait à l'origine deux employés, en totalise aujourd'hui plus de 14 000.

Dans ce documentaire, Gilles Cayatte retrace la fabuleuse histoire du plus connu des moteurs de recherche. Il vous invite dans les coulisses de cet univers à part, régi par une hiérarchie réduite au minimum, dont les salariés partagent le même désir d'innover en permanence pour une entreprise toujours plus créative et performante.

Résumé sur : <http://www.france5.fr/programmes/articles/actu-societe/1316-google-la-machine-a-penser.php>

Dans ce film se trouve les réponses aux questions suivantes :

- Les conditions des employés de Google, politique d'embauche, le contrat social, le développement de la créativité, les libertés
- Le modèle économique de Google
- Le projet des fondateurs
- L'universalité de Google
- Les produits de Google
- Droit, Danger, Lois, Libertés individuel et confidentialité

2. Faut-il avoir peur de Google

Film réalisé par la chaîne Arte / Avril 2007 :

Cette vidéo retrace l'épopée de Google et de ses deux fondateurs, Sergei Brin et Larry Page. Au menu, des anecdotes croustillantes, des explications sur l'ascension fulgurante de l'entreprise, des analyses du "modèle Google".

Une vidéo de plus sur l'entreprise que tout le monde connaît ? Non. Bien plus que cela. Vous y trouverez des interviews de journalistes, de professeurs d'université, de PDG, côtoyant ou ayant côtoyé Sergei Brin et Larry Page. Lesquels font également des apparitions en apportant quelques précisions.

Introduction :

De toute l'histoire capitaliste de l'humanité, nous n'avons jamais vu pareille ascension et un si court laps de temps. Même celle de Microsoft est encore loin de rivaliser avec celle de Google et de l'ambition extravagante de ses deux fondateurs Sergey Brin et Larry Page. Google est devenu en moins de 8 ans le premier moteur de recherche au monde et surtout indétrônable. Microsoft a laissé passer sa chance avec Internet et aujourd'hui, même à grands renforts de milliards de dollars, le vaste vide séparant les deux moteurs n'est toujours pas comblé, et ne le sera sans doute jamais, tant que Google ne fera pas d'impair fatidique. L'ambition de Google, chacun le sait, c'est de réunir toute l'information existante sur cette planète, de devenir la plus grande bibliothèque au monde, et ne lésine donc pas sur les moyens à mettre œuvre pour atteindre son objectif, ce qui n'est pas sans nous laisser un léger frisson nous parcourir le dos. C'est en ce sens qu'ARTE a diffusé le vendredi 20 avril 2007 un documentaire, à mon sens particulièrement bien mené et assez objectif, tantôt dépeignant le moteur et ses fondateurs comme des entités avec un idéal louable, tantôt avec des ambitions qui, si prises au premier degré, pourraient se révéler machiavéliques.

Résumé de la vidéo sur :

<http://www.arkantos-consulting.com/revue-de-presse/20070421-documentaire-google-sur-arte-faut-il-avoir-peur-de-google.php>

Les sujets abordés dans le film :

- Histoires des fondateurs de Google.
- Les conditions de travail chez Google.
- Le modèle économique de Google.
- Les services que rend Google.
- Les polémiques et les dangers de Google

C. Les études indépendantes

De thésard aux maîtres de conférences, l'entreprise Google, son modèle et ses impacts ont nourris de nombreuses études. Ces études apportent tout particulièrement des points de vue personnels de penseur assez critique. Ils répondent également à une problématique et permettent de tirer de vraies conclusions sur les questions que l'on se pose.

1. La conférence de FaberNovel

Paris Décembre 2008

FaberNovel est une société créée en 2003 dédiée à l'innovation et sa mise en pratique. Notre mission est l'innovation déléguée, nous alignons les concepts, les talents, les technologies et le marché pour permettre à nos clients, de la start-up aux groupes industriels, de créer des prototypes ou des entreprises innovantes, de définir et réussir leur stratégie d'innovation et de développement.

Les raisons de la réussite industrielle et commerciale de Google

-

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur Google sans jamais oser le demander.

A l'occasion de son dixième anniversaire, force est de constater que Google est l'entreprise du Web la plus performante de ces dernières années. Mieux encore, le modèle de Google est réputé être le mieux armé pour résister à la crise, on pourrait même parler de « martingale de Mountain View ».

Pourtant, la stratégie de Google peut parfois sembler manquer de cohérence tant elle se déploie dans des secteurs différents :

- prises de positions fortes dans l'industrie du mobile
- investissements dans les infrastructures de réseau Internet
- adaptation des modèles publicitaires du Web à la télévision ou à la radio sont autant d'initiatives dont il est parfois difficile de comprendre les logiques.

FaberNovel s'est attachée à comprendre les raisons de la réussite industrielle et commerciale de Google. De nombreuses questions sont abordées et débattu comme :

- Pourquoi Google ne connaîtra pas la crise
- Comment Google va changer le monde du mobile
- Pourquoi Google achète du trafic, des satellites, ...
- Pourquoi Google exploite le travail des développeurs Open Source.

<http://www.glandouillage.com/article-25414225.html>

2. Google, le gargantua des temps modernes

Etude Académique de Pierre-Yves Orban / 2008 /

Commentaire de l'auteur :

J'ai tenté, dans ce travail, de faire le point sur Google, ce moteur de recherche hors du commun qui prend de plus en plus de place dans le monde d'internet. J'espère que vous aurez autant de plaisir en lisant ce dossier que j'en ai eu en le rédigeant.

Plan de la recherche :

Une success story peu commune

Chapitre 1 : Le pré-Google

1.1. Internet

1.2. L'apogée des start-ups

1.3. L'information sur Internet

Chapitre 2 : Les débuts de Google

2.1. Les principaux acteurs

2.2. Les idées

2.3. La montée fulgurante

2.4. L'entrée en bourse

Chapitre 3 : Google de nos jours

3.1. La philosophie

3.2. Les services

Chapitre 4 : Comment en sont-ils arrivés là ?

4.1. Les conditions de travail

4.2. Le management

Chapitre 5 : Les dérives

5.1. La confidentialité des informations

5.2. L'objectivité des résultats

5.3. La propriété intellectuelle

Le temps du bilan

Cette étude qui reprend notamment la plupart des sources de cet état de l'art de la thèse, et bien d'autres permet de répondre globalement à la problématique. Tout d'abord elle répond au fonctionnement du modèle Google par le récit de l'histoire de cette société après avoir bien définie le contexte de l'époque. Cette étude répond également aux impacts sur le monde de l'informatique par les apports de Google en termes de service et de philosophie. Et enfin par une étude des dérives, on peut répondre en quoi Google empêche la créativité et la concurrence dans son univers.

<http://www.pexiweb.be/monopolegoogle/google-legargantuadestempsmodernes.pdf>

IV. Conclusion sur l'état de l'art

La thèse est un ensemble organisé d'hypothèses, d'arguments, de conclusions, résumant la position d'un auteur sur un sujet donné. Avant de se lancer dans tout travail de thèse professionnelle qui a pour but de donner le point de départ à un projet métier après quelques années d'étude, un état de l'art de cette thèse permet d'organiser l'étude et la rédaction du mémoire. Ce travail préliminaire consiste en plus de trouver le sujet et la problématique à laquelle on veut répondre pour traiter du sujet, de faire le vrai travail de recherche des sources qui seront utilisées pour rédiger la thèse.

Le sujet de Google est très vaste, beaucoup de problématique peuvent être posées par rapport à la réussite de l'entreprise, son modèle, son monopole, ou simplement sur le service rendu. Il convient alors de s'interroger sur les facteurs qui ont fait la réussite de cette entreprise. Sont-ils des génies ? Ou ont-ils simplement une vision de l'entreprise qui permet de réussir quelque soit l'activité ? Pour preuve de l'attention portée à cette entreprise, tous les médias confondus, ainsi que tous les supports de communication ont été utilisés. Les sources disponibles sont donc très variées : de la presse écrite non spécialisée, à la presse numérique orientée sur les hautes technologies. Des supports filmographiques sont aussi populaires ainsi que des études académiques et des conférences réalisées par les entreprises autant pour décortiquer l'entreprise Google que pour montrer ces apports.

Pour répondre aux questions auxquelles on se pose sur l'entreprise et le projet « Google » il convient de bien prendre en compte à chaque fois le contexte et les ambitions initiales sur lequel cette entreprise a été portée. Afin de décortiquer les raisons de la réussite, il convient de guider l'étude à travers un plan mettant en valeur l'idéologie qui a suscité cette réussite. Il ne faut pas également oublier d'apporter une conclusion concise permettant de répondre au sujet et à la problématique.