

15ème législature

Question N° : 16313	De M. Louis Aliot (Non inscrit - Pyrénées-Orientales)	Question écrite
Ministère interrogé > Numérique		Ministère attributaire > Numérique
Rubrique >numérique	Tête d'analyse >L'Élysée fait la publicité de Google	Analyse > L'Élysée fait la publicité de Google.
Question publiée au JO le : 29/01/2019 Réponse publiée au JO le : 07/05/2019 page : 4334 Date de changement d'attribution : 23/04/2019		

Texte de la question

M. Louis Aliot interroge M. le secrétaire d'État auprès du ministre de l'économie et des finances et du ministre de l'action et des comptes publics, chargé du numérique, sur la publicité gratuite offerte à Google par l'Élysée. Le 21 janvier 2019, le compte twitter officiel de l'Élysée diffusait une vidéo de Sébastien Missoffe, directeur général de Google France. Ce dernier y défend les investissements de la compagnie américaine sur le territoire français, devant le logo de la marque. En fait d'investissements, faudrait-il parler d'une stratégie de colonisation numérique de la France, Google ayant « formé » des Français à l'utilisation des nouvelles technologies grâce à un partenariat avec l'État français. Ces formations comprenaient aussi du développement personnel, à en juger par les photos diffusées par certaines universités qui ont fait le choix de travailler directement avec le géant de l'internet. Pourquoi l'État a-t-il décidé de donner une telle visibilité à une entreprise transnationale américaine qui s'affranchit de plus en plus des souverainetés nationales, notamment fiscales ? En 2017, avant que le tribunal administratif de Paris ne s'aplatisse, l'État réclamait 1,1 milliard d'euros d'impôts à Google. Une entreprise que, par ailleurs, la CNIL vient de condamner en formation restreinte au paiement d'une amende de 50 millions d'euros - ce qui ne pèse pas lourd au regard de son chiffre d'affaires annuel (plus de 100 milliards de dollars en 2017) - en raison de son « manque de transparence » et d'une « absence de consentement valable pour la personification de la publicité ». Il lui demande donc pourquoi l'État assure le service après-vente d'une société en infraction avec tant de lois françaises, quand dans le même temps un service concurrent français appelé Qwant propose un modèle respectueux de la vie privée des utilisateurs.

Texte de la réponse

La politique d'attractivité économique de la France est un axe fort de l'action du Gouvernement. L'objectif est clair : valoriser l'attractivité économique de la France auprès des petites et grandes entreprises étrangères et favoriser l'investissement, la création d'emplois, le développement des compétences et des formations ainsi que la mise en valeur de nos territoires. En janvier 2019, le sommet « Choose France », dans sa deuxième édition, a rassemblé plus de 150 chefs d'entreprises, autant étrangers que français, et contribue de façon importante au rayonnement économique international de la France. D'après le baromètre réalisé par Kantar pour Business France à l'automne 2018, la France est considérée comme le second pays européen le plus attractif après l'Allemagne et devant le Royaume-Uni. Il s'agit là, pour le Gouvernement, d'un résultat positif qu'il convient de maintenir et consolider. Mais, contrairement à ce que semble évoquer la question posée, la politique d'attractivité menée et assumée par le Gouvernement ne peut être assimilée à de quelconques renoncements. Ces raisonnements binaires opposant, d'un



côté, politique d'attractivité, et de l'autre, souveraineté économique, apparaissent présenter certaines limites. L'action en matière d'attractivité n'exclut pas une politique d'égale vigueur en matière de souveraineté économique. Tout particulièrement face à de grands groupes internationaux, l'attractivité de l'hexagone est aussi liée à des structures de décision publiques souveraines et reconnues. En la matière, et, tout particulièrement dans le domaine des activités numériques, le gouvernement français pose fermement ses orientations : qu'il s'agisse de s'assurer que les grands acteurs du numérique n'échappent pas à l'impôt, d'obliger ces acteurs à retirer rapidement les contenus illicites ou de les sanctionner pour non-respect des règles de loyauté commerciale, les institutions de la République exercent pleinement leur souveraineté.