Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du Bac STMG, veuillez visiter :
coursbacstmg.fr/annales-sujets-et-corriges

Session 2018

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES
DU MANAGEMENT ET DE LA GESTION

ÉPREUVE DE MANAGEMENT DES ORGANISATIONS

Durée de l'épreuve : 3 heures
Coefficient : 5

Le sujet comporte 7 pages numérotées de 1/7 à 7/7.

L'usage des calculatrices n'est pas autorisé.

Qwant

Avec le développement continu d'Internet se pose la question de la protection des données personnelles et, entre autres, de l'usage qu'en font les géants du secteur. La jeune entreprise Qwant propose ainsi une solution alternative préservant la vie privée de ses utilisateurs.

À l'aide de vos connaissances et des annexes 1 à 7, vous analyserez la situation de management proposée.

1. Repérer les éléments caractéristiques de l'organisation Qwant en 2017.

2. Relever les éléments du diagnostic externe de l'organisation Qwant.

3. Formuler le problème de management auquel a été confrontée, dès sa création, l'organisation Qwant.

4. Identifier l'option stratégique choisie par Qwant pour remédier à ce problème et présenter les décisions opérationnelles retenues lors de sa mise en œuvre.

5. Montrer en quoi le système d'information de l'organisation Qwant est à l'origine de son avantage concurrentiel.

6. Expliquer comment chacun des partenariats réalisés par Qwant lui permet de s'inscrire dans une démarche de responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) cohérente avec son option stratégique.

ANNEXES

Annexe 1 : Présentation de l'entreprise Qwant

Annexe 2 : L'idée de création de Qwant

Annexe 3 : Qwant, un moteur de recherche éthique

Annexe 4 : L'évolution du marché des moteurs de recherche

Annexe 5 : Les cyberattaques et la protection des données

Annexe 6 : Qwant noue des partenariats

Annexe 7 : Qwant et l'organisation non gouvernementale Acted s'unissent en faveur de l'engagement social, environnemental et humanitaire

Annexe 1 : Présentation de l'entreprise Qwant

Eric Léandri est le cofondateur et président de Qwant, le moteur de recherche européen. Il a répondu à nos questions.

Qu'est-ce que Qwant.com ?
C'est un moteur de recherche « *B to C*[1] », français à l'origine, et désormais européen. Le classement et l'indexation sont le cœur du moteur et du métier de Qwant. Nous affichons les résultats des recherches de façon neutre, car nous ne traquons pas les utilisateurs et nous ne gardons pas leurs données. En clair, nous ne mélangeons pas leurs derniers clics aux résultats de nos algorithmes. Nous associons le « *web social* » aux résultats des recherches pour faire remonter les meilleurs résultats : Twitter, les données de Facebook ou les commentaires dans YouTube. Enfin, nous gérons l'ensemble de nos infrastructures et elles se situent toutes en Europe. Nous sommes une petite alternative, qui grandit tous les jours, aux moteurs américains.

Pouvez-vous nous donner des chiffres sur Qwant ?
Ce sont 2,6 milliards de requêtes en 2016 et nous allons dépasser allègrement les 3,8 milliards cette année. Nous visons 5 à 8 % du marché des moteurs de recherche en Europe. Ça paraît peu, mais ça représente tout de même un marché potentiel de 2,5 milliards d'euros. Nous avons aujourd'hui 68 collaborateurs, mais nous serons 80 à fin juin, puis 150 d'ici la fin de l'année et 250 en 2018. Nous sommes situés à Paris pour la direction et le marketing, à Nice pour l'ingénierie et à Rouen pour la sécurité et l'infrastructure. Nous venons d'ouvrir une entité à Berlin où nous avons deux collaborateurs, et nous ouvrons une structure en Italie. Le but est d'avoir trois à quatre entités en Europe.

Quel est votre modèle économique ?
Nous avons bénéficié en 2015 du soutien de la Banque européenne d'investissement qui a injecté 25 millions d'euros. Nous affichons par ailleurs des publicités en fonction des recherches des internautes : 80 centimes par clic effectué vers un site commercial. C'est ainsi que Qwant se finance. C'est un vieux modèle économique et il a fait ses preuves. La différence avec les moteurs qui traquent les internautes, c'est que nous ne revendons pas de données et que nous nous privons de revenus supplémentaires.

Source : d'après www.chefdentreprise.com - 28/06/2017

Annexe 2 : L'idée de création de Qwant

« Quand j'ai commencé à dire que j'envisageais de créer un moteur de recherche pour concurrencer Google, ça a fait beaucoup rire », admet volontiers Eric Léandri. De fait, lorsque Jean-Manuel Rozan, Patrick Constant et Eric Léandri déposent les statuts de la SAS[2] en 2011, Google détient 93 % de parts de marché de la recherche sur Internet en France et 95 % en Europe ! « Cependant, la faible part de marché de Google dans d'autres pays nous a plutôt confortés dans l'idée de lancer notre projet » ajoute-t-il.
De plus, les trois complices, associés, ne sont pas nés d'hier. Grâce à leurs expériences respectives dans les entreprises spécialisées dans la gestion de données informatiques, les trois associés décident d'investir dans un nouveau projet

[1] *B to C (Business to consumer)* : cette abréviation désigne l'ensemble des relations qui unissent les entreprises et les consommateurs finaux.
[2] SAS : société par actions simplifiée

qui semblait innovant dans un contexte particulier : « Quand l'idée de Qwant a germé, en 2009-2010 », raconte Eric Léandri, « Google basculait du vieux modèle de la neutralité d'Internet - un site était bien référencé s'il avait de bonnes informations et une bonne ergonomie - à un modèle où tout se monnayait (référencement, mots-clés, etc.) et où, depuis 2009, les données personnelles étaient stockées dans les fameux *cookies* ». Les fondateurs de Qwant partagent en effet une nouvelle vision d'Internet fondée sur la protection de la vie privée des internautes.
« En tant que PDG de cette entreprise, je veux montrer qu'une alternative à Google est viable », conclut Eric Léandri.

Source : d'après www.capital.fr - 27/03/2017

<u>Annexe 3</u> : Qwant, un moteur de recherche éthique

Dix-sept années après le lancement de Google et son incontestable réussite entrepreneuriale - au point d'être devenue la première entreprise mondiale et la marque la mieux valorisée au monde (109,5 milliards de dollars) - les griefs à l'encontre de cette dernière ne manquent pas : pratiques anticoncurrentielles, optimisation fiscale, gestion de nos données personnelles...

Sur tous ces thèmes, Qwant a tout pour séduire gouvernements et utilisateurs à la recherche d'une offre nouvelle et moins intrusive. Là réside la principale différence de Qwant. Si son fonctionnement reste tout à fait classique - saisie d'un sujet de recherche puis apparition de résultats incluant les réseaux sociaux et modèle économique reposant sur la méthode classique du paiement au clic des sites visités par les utilisateurs -, la double promesse éthique de Qwant repose à la fois sur le fait de ne pas conserver les données de navigation de ses utilisateurs et de ne pas extrapoler les résultats obtenus pour en déduire les habitudes de navigation [...].

Quand Google et les autres navigateurs savent presque tout de nous et utilisent ces informations pour des actions de publicité personnalisées, Qwant fait du respect de la vie privée l'un de ses principaux arguments pour s'imposer auprès de ses utilisateurs. Commercialement, ce positionnement est habile à l'heure où la société numérique du tout contrôle effraie. Comme dans toute activité économique, savoir se distinguer en proposant une alternative aux consommateurs est un incontestable atout. Celui de l'absence de ciblage publicitaire personnel et partant de l'éthique devrait permettre au plus petit des moteurs de recherche de s'imposer afin que ses utilisateurs soient en mesure de reprendre en main leur destin numérique.

Source : www.latribune.fr - 24/02/2017

<u>Annexe 4</u> : L'évolution du marché des moteurs de recherche

Google est toujours ultradominant en France en 2017 : 93 % des internautes l'utilisent pour effectuer des recherches sur Internet, selon une étude menée par l'Ifop en mai pour l'organisation Ad's up Consulting.
Le deuxième moteur de recherche le plus utilisé par les Français est le portail Orange (10 %), dont les résultats sponsorisés sont aussi fournis par Google, suivi par Bing et Yahoo !, avec respectivement 9 % et 8 %. Qwant est cinquième avec une part de marché de 4 %. Illustrant la puissance de la publicité par l'achat de mots-clefs sur Google, cette étude indique que près de la moitié des internautes qui font des recherches sur le site cliquent sur les liens sponsorisés (45 %) constitués par les

quatre premiers résultats affichés, même si 26 % des internautes n'ont pas conscience de cliquer sur une publicité lorsqu'ils le font.
Souvent sous le feu des critiques, Google règne pourtant sans partage sur le Vieux Continent : 95 % du marché européen des moteurs de recherche lui sont aujourd'hui acquis ! Cependant, il ne revendique « que » la moitié des parts de marché au Japon, un peu moins en Russie, moins de 10 % en Corée du Sud et moins de 3 % en Chine. La plupart de ces pays proposent des alternatives locales pour la recherche en ligne : Yandex en Russie, Naver en Corée du Sud, Baidu en Chine... En Europe, seule la République tchèque échappe à l'omniprésence du moteur américain grâce à un outil 100 % local : Seznam.
Aujourd'hui encore, la présence de Google est remise en question en France. La Commission européenne a infligé le 27 juin 2016 une amende record de 2,42 milliards d'euros à Google pour avoir abusé de sa position dominante : « Google a abusé de sa position dominante sur le marché des moteurs de recherche en favorisant son propre service de comparaison de prix dans ses résultats de recherche et en rétrogradant ceux de ses concurrents », a déclaré la Commissaire européenne à la Concurrence, Margrethe Vestager. « Ce que Google a fait est illégal au regard des règles de concurrence de l'UE. Elle a empêché les autres sociétés de livrer concurrence sur la base de leurs mérites et d'innover. Et surtout, elle a empêché les consommateurs européens de bénéficier d'un réel choix de services et de tirer pleinement profit de l'innovation », a-t-elle ajouté.

Et qu'en est-il de la croissance de Qwant ?
Le fondateur l'explique par trois raisons : l'amélioration constante du produit, le respect de la vie privée et la neutralité des résultats. Un vrai pied de nez à Google, régulièrement critiqué pour faire l'inverse.
L'année 2016 marque une accélération dans le développement du moteur de recherche. Sur les six derniers mois, Qwant a pratiquement doublé le nombre de ses visiteurs mensuels passant de onze millions en janvier à plus de vingt millions fin juin. Une goutte d'eau comparée aux résultats du mastodonte Google mais le Français compte bien rapidement grignoter des parts de marché en Europe à son concurrent américain. « Nous espérons atteindre 5 % à 8 % de parts de marché sur le continent à l'horizon de 2018-2019 et réaliser 2,5 millions d'euros de chiffre d'affaires dès 2016 », note Eric Léandri.
Dans cette perspective, le moteur de recherche a multiplié les services associés à sa plate-forme. Après les lancements récents de Qwant Junior, un moteur de recherche destiné aux plus jeunes qui exclut les contenus violents ou pornographiques, et de Qwant Music, un portail permettant l'écoute de titres musicaux, le Français a dévoilé l'arrivée de Qwant Map et Qwant Earth qui proposeront des itinéraires sans pister les utilisateurs, ainsi qu'un partenariat avec l'allemand OpenX, pour intégrer des boîtes *mails* directement dans l'interface du moteur de recherche. Une façon de proposer des services similaires à ceux de Google tout en gardant la spécificité de la société, à savoir le respect de la vie privée de ses utilisateurs.

Sources : d'après www.lepoint.fr - 19/06/2017
et www.huffingtonpost.fr - 27/07/2017

<u>Annexe 5</u> : Les cyberattaques et la protection des données

La Nuit du Hack est la plus grande convention de sécurité informatique en France et elle a eu lieu les 24 et 25 juin 2017 au New York Hotel de Disneyland Paris. [...] Lors de cet évènement, nous avons rencontré Eric Léandri.

Surfer sur Internet est-il dangereux ?
Contrairement à nos concurrents, nous n'utilisons aucun *cookie* ni dispositif de traçage qui permettrait de suivre la navigation ou d'établir le profil d'un internaute. [...] Pour une entreprise, c'est très important. Faire une requête peut donner des résultats dangereux.

Face au mastodonte Google, comment vous imposez-vous ?
En mai, nous avons enregistré 40 millions de visiteurs uniques. Ils viennent chercher chez nous trois choses : un moteur neutre qui crée ses propres index – nous sommes les seuls à le faire en Europe –, qui ne comporte pas de risques de « crackage[3] », et qui est éthique. Nous ne revendons aucune donnée et investissons dans l'énergie durable qui alimente nos bases de données.

Les entreprises ont-elles pris la mesure des risques liés au respect de leur confidentialité ?
Non, mais comme les attaques deviennent massives, une prise de conscience commence à émerger. N'oublions pas que la dernière cyberattaque qui date de mai 2017 a touché plus de 150 pays et a fait plus de 200 000 victimes.

Est-ce que vous vous lancez sur le marché de la sécurité sur Internet ?
On envisage de se lancer sur ce marché. [...] Regardez ce qu'il s'est passé avec Yahoo ou Sony qui n'ont pas su contrer cette cyberattaque. Ces deux grands groupes ont perdu de l'argent, des données stratégiques et la confiance de leurs consommateurs. Arrêtons de faire semblant de croire que tout va bien. Une fois qu'un système est lancé, il faut continuer à le protéger. Les informations de santé des particuliers, il faut qu'elles restent confidentielles, où qu'elles soient stockées. Les grandes firmes auront toujours les moyens de se protéger.
Nous allons rendre service aux plus petites entreprises en leur proposant des audits de sécurité au lancement de leur projet puis leur assurer des outils de protection tout au long du cycle de vie de leur produit.

Sécurisation des données, respect de la vie privée… Quelles sont les obligations des entreprises ?
Remplaçant la loi française « Informatique et Libertés » à l'horizon 2018, le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), adopté le 14 avril dernier, harmonisera les mesures concernant la protection des données entre tous les pays de l'Union européenne, obligeant les entreprises à revoir leur système d'information et leurs usages d'Internet pour se mettre en conformité avec la nouvelle réglementation, sous peine de lourdes sanctions.

Sources : d'après www.jdd.fr - 08/07/2017
et www.franceinter.fr - 17/07/2017

<u>Annexe 6</u> : Qwant noue des partenariats

[...] La fondation Mozilla annonce, en juillet dernier, que le moteur de recherche Qwant sera intégré par défaut à la prochaine version du navigateur Firefox. « Quand on déclare la guerre à Google, on a besoin de partenaires qui partagent nos valeurs », commente Eric Léandri. Les chiffres suivent. D'un million de visites en 2013, Qwant est passé à neuf millions en 2015 et à 30 millions fin 2016. En France, sa part de marché reste très marginale, à 2 %, mais elle est « directement prise sur

[3] Crackage : désigne le fait de pirater un site Internet

Google ». L'équilibre financier pourrait même être atteint cette année, grâce au modèle du clic payant.
Une nouvelle étape a été franchie par Qwant en juin 2017. Le moteur de recherche européen a annoncé avoir signé un partenariat avec Fairphone, fabricant de smartphones libres qui se veut respectueux des hommes et de l'environnement. Qwant devrait être intégré très rapidement dans le Fairphone 2, nouvelle version du Fairphone, le smartphone éco-responsable produit depuis 2013 et écoulé à plus de 130 000 exemplaires en Europe. « Nous prouvons à travers ce partenariat que si quelqu'un fait un téléphone en Europe, qui a l'avantage d'essayer de mêler la technologie avec le recyclage, et qu'on y met un système d'exploitation « dégooglisé » ainsi qu'un moteur de recherche, on peut faire un très bon téléphone », explique Eric Léandri. Grâce à ce projet, Qwant, qui séduit des dizaines de millions d'utilisateurs, ajoute une corde à son arc numérique. « Notre objectif c'est d'avoir un produit global qui va tenir pendant deux ou trois ans au lieu d'acheter son téléphone tous les trois ou six mois ».
De plus, Qwant va plus loin dans sa démarche verte puisque l'entreprise vient de s'associer au producteur d'énergie renouvelable Akuo Energy. Elle prévoit, en effet, que ce dernier devienne son fournisseur exclusif d'électricité.

Source : d'après www.lesechos.fr - 15/06/2017

<u>Annexe 7</u> : Qwant et l'organisation non gouvernementale Acted s'unissent en faveur de l'engagement social, environnemental et humanitaire

Qwant, le moteur de recherche européen qui respecte la vie privée de ses utilisateurs, est fier d'annoncer un partenariat ambitieux avec l'association de solidarité internationale Acted (Agence d'aide à la coopération technique et au développement), qui œuvre depuis 25 ans au plus près des besoins de populations dans 35 pays. Les deux acteurs basés à Paris et actifs auprès d'une communauté mondiale s'associent pour offrir une force complémentaire à leur engagement à agir aujourd'hui, et à investir pour demain.
Qwant et Acted partagent en effet les mêmes valeurs éthiques fondamentales et souhaitent contribuer par leur partenariat à la promotion d'un monde trois zéros : zéro exclusion, zéro carbone, zéro pauvreté. C'est pourquoi le moteur de recherche européen valorisera auprès de ses utilisateurs les milliers d'activités et projets en matière de développement durable portés par Acted grâce à l'engagement d'une équipe forte de 4 600 personnes.
Qwant devient également le principal mécène du forum mondial Convergences, dont la 10^{e} édition se tiendra à Paris les 4 et 5 septembre prochain. Il souhaite ainsi promouvoir l'innovation digitale et la responsabilité sociétale de l'économie numérique, au service du développement durable et de l'économie sociale et solidaire.
« 95 % des ressources d'Acted sont investies directement dans les projets qu'elle porte auprès de onze millions de personnes », note Eric Léandri, président de Qwant. « Nous avons toujours placé la responsabilité sociétale comme ligne directrice de notre projet et il était très important pour Qwant de s'associer avec force à une organisation véritablement éthique, qui porte des solutions durables, ouvertes à tous, avec une volonté démontrée de créer un impact environnemental et sociétal positif ».

Source : www.acted.org - 15/06/2017

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.