

LES GAFAM,
ENTRE EMPRISE STRUCTURELLE
ET CRISE D'HÉGÉMONIE

19

Après une décennie de domination sans partage, les géants de la Silicon Valley sont en crise : blâmés par la société civile pour leurs effets délétères ; mis sous pression par les États pour leurs négligences ; empêtrés dans des conflits géopolitiques et des jeux de pouvoir nationaux ; pris en étau entre les exigences de leurs actionnaires et les revendications de leurs salariés. Les GAFAM et consorts semblent subir actuellement le contrecoup de leur succès fulgurant. Preuve en est que leur image auprès du grand public se dégrade rapidement. Ainsi, aux États-Unis, 80 % des personnes interrogées sont d'accord avec l'idée que le gouvernement « doit limiter l'influence des grandes entreprises technologiques qui sont devenues trop puissantes¹ ». En France, 69 % de sondés pensent que celles-ci constituent « une menace pour la démocratie car elles favorisent la diffusion de *fake news* et de propos haineux² ».

Dans ce contexte, la question que l'on peut se poser légitimement est de savoir si les GAFAM sont toujours les maîtres du monde numérique – et s'ils le seront encore dans un futur proche. Est-ce qu'il s'agit d'une crise passagère ou est-ce que leur position dominante est mise en cause de manière durable ? La réalité qui émerge à partir d'une analyse fine tentant de répondre à cette double question est plus complexe que les comptes rendus journalistiques habituels et les commentaires superficiels

1. John D. McKinnon, « Voters Want to Curb the Influence of Big Tech Companies, New Poll Shows », *WSJ.com*, 23 septembre 2021.

2. « Les GAFAM, des acteurs innovants aux services populaires autant que d'inquiétantes puissances difficiles à discipliner », *Odoxa.fr*, 22 juin 2022.

qui se focalisent sur les aspects les plus sensationnalistes de l'actualité des *Big Tech*.

En effet, tributaires du contexte économique et politique mondial, ces entreprises subissent des turbulences en raison de l'instabilité et de l'incertitude qui caractérisent les circonstances de ce début d'année 2023. Cependant, ces turbulences ne sont pas des mêmes nature et ampleur pour tous les protagonistes car elles dépendent de nombreux facteurs qui sont propres à chacun. Par ailleurs, malgré la multiplication des contraintes nouvelles, les paramètres opérationnels fondamentaux de ces entreprises demeurent inchangés. Aussi, la conjoncture compliquée ne remet pas en cause leur emprise structurelle sur toutes les activités humaines qui ont trait au numérique, c'est-à-dire la quasi-totalité de notre vie sociale et économique, ce qui leur confère un pouvoir extraordinaire et leur assure un avenir profitable.

20

OLIGOPOLE NUMÉRIQUE ET DÉRÉGULATION NÉOLIBÉRALE

Du point de vue politique, ce qui a permis l'hégémonie des GAFAM est la dérégulation néolibérale de l'économie à l'échelle mondiale³. La libéralisation des marchés en Europe et en Amérique du Nord a créé un contexte favorable à l'accroissement du pouvoir de marché des acteurs oligopolistiques d'internet et aux pratiques anticoncurrentielles afférentes : érection des barrières à l'entrée technologiques, vente liée forcée, revendication abusive de protection de la propriété industrielle et intellectuelle, non-interopérabilité, etc. De manière générale, ces pratiques sont restées impunies pendant deux décennies, de la fin des années 1990 jusqu'à la fin des années 2010. Le manque de volonté politique de la part des instances régulatrices et les faibles moyens dont elles disposaient ont abouti à ce que les sanctions éventuelles arrivent souvent trop tard ou que les litiges soient résolus par des compromis indolores. Quand bien même la volonté politique existe de contrer ces visées oligopolistiques, comme c'est le cas en Europe, les procédures s'enlisent souvent dans des considérations juridiques et techniques extrêmement complexes, en partie à cause de la capacité de ces multinationales à mobiliser une armada de juristes et de lobbyistes pour défendre leurs intérêts.

3. Nikos Smyrnaio, *Les GAFAM contre l'internet. Une économie politique du numérique*, Bry-sur-Marne, INA, 2017.

Les moyens financiers dont disposent les acteurs oligopolistiques pour contrer les velléités éventuelles des régulateurs sont effectivement colossaux. De nombreux investisseurs internationaux sont attirés par les dividendes élevés de l'économie numérique. Des milliards de dollars en provenance de sources aussi diverses que des fonds souverains des pétro-États, des oligarques des pays en voie de développement, des fonds spéculatifs états-uniens ou des banques européennes ruissellent en permanence vers la Silicon Valley. S'appuyant sur ces ressources financières gigantesques, les GAFAM ont étendu leurs activités à l'échelle du globe. Ils ont bénéficié ainsi à plein de la mondialisation de l'économie et de l'abaissement des barrières à la circulation des capitaux, des produits et des services. Cela, d'autant plus qu'une part importante de leur activité consiste en la production de biens et de services en ligne. Le seul moyen d'empêcher leur diffusion dans un pays ou un territoire est la mise en œuvre de moyens techniques de filtrage d'internet comme en Chine ou en Russie depuis l'invasion de l'Ukraine début 2022. Ce succès mondial est d'autant plus étonnant qu'ils ne font que très peu d'efforts pour adapter leur offre aux marchés locaux. À l'exception de Microsoft et d'Amazon, qui disposent historiquement d'implantations conséquentes à travers le monde, les acteurs oligopolistiques d'internet concentrent leurs divisions les plus stratégiques sur la côte ouest des États-Unis et ne s'implantent à l'étranger que de manière minimale.

21

Ainsi, les GAFAM pratiquent massivement la sous-traitance dans des pays à bas coûts⁴, mais aussi auprès des prestataires *low cost* basés aux États-Unis et en Europe. Par exemple, dans le cas d'Alphabet la main-d'œuvre contractuelle engagée dans ses activités est aussi nombreuse que son propre personnel. Enfin, l'un des avantages importants que procure la dérégulation mondialisée de l'économie est de faciliter l'optimisation fiscale à l'international. Les schémas d'optimisation s'appuient sur les asymétries fiscales et légales entre les différents pays et le jeu des prix de transfert entre filiales. Les GAFAM ne sont pas les seuls à utiliser l'optimisation fiscale, qui est une pratique répandue parmi les multinationales. Néanmoins, le fait que leurs actifs soient en grande partie immatériels, comme des marques, des brevets ou des services en ligne, la facilite aussi grandement. L'évitement de l'impôt est par conséquent constitutif du modèle économique de ces sociétés et contribue à leur rentabilité exceptionnelle.

4. Voir, *infra*, Antonio A. Casilli *et al.*, « Des GAFAM aux RUM : plateformes et débrouille dans le Sud global », p. 51-67.

LES PLATEFORMES OLIGOPOLISTIQUES

22 Outre les facteurs contextuels présentés plus haut, les caractéristiques propres à leurs activités ont grandement contribué au succès des GAFAM. D'un point de vue économique, leurs actifs les plus précieux sont leurs plateformes⁵. Il s'agit des dispositifs d'infomédiation qui se trouvent au cœur des marchés numériques multifaces mettant en relation plusieurs catégories d'utilisateurs interdépendantes⁶. À titre d'exemple, YouTube met en relation le public d'internautes, les créateurs de contenus, et les annonceurs publicitaires. Amazon met en contact des vendeurs, des acheteurs et des annonceurs. La nature hybride des plateformes consiste dans le fait qu'elles agissent à la fois comme des entreprises et comme des marchés où se rencontrent simultanément plusieurs offres et demandes de biens ou de services. Contrairement aux modèles d'entreprise traditionnels basés sur une chaîne de valeur intégrée, c'est-à-dire sur un agencement d'étapes successives qui créent de la valeur pour le consommateur d'un produit ou l'utilisateur d'un service, la valeur des plateformes réside dans leur capacité à relier de manière efficace, au sein de leur domaine propriétaire, les acteurs d'une transaction.

De fait, dans un environnement économique caractérisé à la fois par la profusion et l'éclatement de l'offre et de la demande, les parties prenantes (consommateurs, annonceurs, producteurs, vendeurs, etc.) ont besoin de dispositifs de guidage qui sélectionnent et hiérarchisent l'information pour leur compte afin de proposer ce qui correspond à leurs besoins spécifiques, en s'appuyant sur la masse de données collectées. Les plateformes oligopolistiques sont capables de décentraliser la collecte de données vers des pages web et des applications externes, ce qui leur permet d'être omniprésentes, et de rapatrier ces données pour qu'elles soient traitées et exploitées au sein de leurs propres serveurs. Les GAFAM transforment ainsi les interactions des utilisateurs en informations quantifiées et qualifiées qui représentent une valeur commerciale importante⁷. L'expansion de cette capacité de collecte et d'exploitation de données à potentiellement l'ensemble de nos activités sociales signifie que chacune de nos

5. Thomas Poell, David B. Nieborg et Brooke Erin Duffy, *Platforms and Cultural Production*, Cambridge, Polity Press, 2021.

6. Nikos Smyrniaios et Franck Rebillard, « How Infomediaion Platforms Took Over the News: A Longitudinal Perspective », *The Political Economy of Communication*, vol. 7, n° 1, 2019, p. 30-50.

7. Fabrice Rochelandet, *Économie des données personnelles et de la vie privée*, Paris, La Découverte, 2010.

interactions est tracée, enregistrée et traitée. Ce qui génère une énorme quantité de données – les fameux *Big Data*. Des algorithmes puissants permettent d'apprendre à partir de ces données en construisant des modèles qui peuvent faire des prédictions basées sur des actions passées et faciliter ainsi la prise de décision à venir.

De par la nature de leur activité, les plateformes bénéficient des effets de réseau qui peuvent être directs – plus le nombre d'utilisateurs est élevé, plus la valeur perçue par chacun est élevée – ou indirects, lorsque la valeur de la plateforme pour un groupe dépend de la taille d'un autre groupe qui y participe. Par exemple, la valeur d'Instagram pour ses utilisateurs augmente avec le nombre d'autres utilisateurs mais aussi avec le nombre de créateurs de contenus qui y sont présents. En suivant cette logique, l'utilité maximale de ces services est atteinte en situation de monopole. Les GAFAM bénéficient également, en tant que plateformes, d'externalités positives, à savoir d'actions d'agents qui ont un impact positif non intentionnel sur leur activité. Par exemple, il existe une externalité positive significative entre les informations mises à disposition en ligne gratuitement par Wikipédia et le moteur de recherche Google, qui s'y fonde pour produire des résultats pertinents. Les GAFAM ont donc intérêt à entretenir un écosystème de sites, de services et de contenus gratuits – y compris non marchands – qui génèrent des externalités positives pour leurs propres services. L'ensemble de ces caractéristiques aboutit à deux tendances fortes : la marchandisation des pans entiers de l'activité humaine qui se trouvaient précédemment hors marché, comme les relations sociales médiées par les réseaux ou les communs numériques ; et la mise en place d'une logique de *winner-take-all*, c'est-à-dire d'une structure de marché oligopolistique qui renforce les positions des acteurs les plus puissants au détriment de la concurrence.

23

LES STRATÉGIES DE CONCENTRATION

Cette concentration oligopolistique prend la forme d'une intégration verticale et d'une diversification horizontale, avec pour objectif de s'assurer une présence directe ou indirecte dans la totalité de l'infrastructure matérielle et logicielle nécessaire à l'acheminement de contenus et de services vers les internautes. L'intégration verticale consiste en la réunion sous un même pouvoir de décision de tout un ensemble d'activités complémentaires qui constituent une chaîne de production. En dehors de logiciels et de services en ligne, quatre autres secteurs constituent

la chaîne de production du numérique : les centres de données (*data centers*), les réseaux de télécommunications, les équipements informatiques grand public et les systèmes d'exploitation. Un examen attentif des GAFAM révèle qu'ils se sont tous bien positionnés dans l'ensemble de la chaîne, soit par fusion-acquisition ou participation, soit en établissant des partenariats exclusifs et privilégiés avec des sociétés qui se trouvent en amont ou en aval de leur activité principale. L'exemple d'Amazon, champion des centres de données avec Amazon Web Services et géant du commerce électronique mondial, mais aussi fabricant d'appareils et distributeur de contenus culturels, est à ce titre caractéristique.

24

La diversification horizontale, quant à elle, consiste en la réunion sous un même pouvoir de décision de sociétés qui produisent des biens ou des services *substituables*, c'est-à-dire assurant une fonction comparable pour l'utilisateur final. Ce sont des biens dont une variation de consommation de l'un peut être compensée par une variation inverse de la consommation de l'autre, ce qui leur confère un caractère en quelque sorte interchangeable et concurrent. Sur internet peuvent être ainsi considérés comme substituables tous les services et logiciels qui assurent la communication interpersonnelle et intergroupe ou l'accès à des contenus et des informations, et les combinaisons entre ces deux fonctions génériques (média social, courrier électronique, recherche d'information, distribution de contenus en ligne, etc.). Les GAFAM contrôlent la quasi-totalité des services de ce type les plus populaires. Par exemple, le groupe Meta à lui tout seul est propriétaire des quatre services de réseautage et de messagerie les plus répandus (Facebook, Messenger, Instagram et WhatsApp), avec plusieurs milliards d'utilisateurs quotidiens dans le monde.

L'APOGÉE DE LA PANDÉMIE

L'apogée des GAFAM a été atteint à la fin de l'année 2021, en pleine pandémie de Covid-19. Pendant plus d'une décennie, le secteur des services numériques a connu une croissance impressionnante, soutenue par des taux d'intérêt bas. Cette croissance a été stimulée encore davantage par la pandémie, qui a contraint la majeure partie de la population mondiale à rester confinée. L'engouement pour la vente en ligne et pour le travail à distance a favorisé tous les acteurs de la chaîne de valeur du secteur, du matériel aux logiciels et des services informatiques à la logistique. Ainsi, le chiffre d'affaires d'Amazon a bondi de 38 % en 2020, puis à nouveau de 22 % en 2021. Ses résultats financiers ont quasiment triplé entre 2019 et 2021, et son cours de Bourse s'est vu augmenter de 70 %

sur la même période. À cela se sont ajoutées l'intensification des usages domestiques du numérique dans le divertissement en ligne (jeux, films, musique, sports, etc.) et l'augmentation des dépenses pour des équipements informatiques en lieu et place des loisirs et des biens de consommation habituels. Pour faire face à cette demande, l'industrie du numérique a embauché des dizaines de milliers de salariés entre 2020 et 2021.

Dans une économie paralysée par les confinements successifs, les GAFAM ont incarné ainsi les champions de la grande bascule « virtuelle », à savoir la substitution en masse des activités physiques « en présentiel » par des outils et des services numériques. Ce qui a généré une exubérance parmi les investisseurs, qui se sont rués encore plus que d'habitude sur les actions des *Big Tech* afin de ne pas rater les opportunités de profits pharamineux qui se présentaient à eux. Ce boom de la demande pour l'économie numérique a gonflé la rentabilité des entreprises de la Silicon Valley, et les capitaux surabondants ont fait exploser leurs valorisations boursières. En novembre 2021, au pic de la pandémie, les GAFAM ont atteint des taux de marge record : 38 % pour Microsoft, 37 % pour Meta, quasiment 30 % pour Alphabet et plus de 26 % pour Apple⁸. Début décembre, la valeur capitalistique de ce dernier a atteint le plus haut historique jamais enregistré pour une entreprise états-unienne à la somme astronomique de 2 650 milliards de dollars, suivie par celles de Microsoft (2 570 milliards), Alphabet (1 980 milliards), Amazon (1 850 milliards) et Meta (1 000 milliards). Le Nasdaq, indice de valeurs technologiques, a progressé de 64 % en moins de deux ans, entre février 2020 et novembre 2021.

25

LA SILICON VALLEY DANS LA TOURMENTE

Cependant, la suite a montré que ce gonflement des actifs du numérique ne correspondait pas à une configuration économique pérenne mais plutôt à une logique conjoncturelle. Très vite, cette croissance a buté sur la rupture des chaînes de production et d'approvisionnement, provoquant des pénuries dans les composants électroniques nécessaires au fonctionnement de terminaux (puces mémoires, microprocesseurs et circuits logiques). La Silicon Valley a pris à nouveau conscience de son extrême dépendance aux fondements matériels de l'économie, mais aussi au contexte politique. En effet, la fin des aides publiques

8. La marge bénéficiaire nette, aussi appelée marge nette, est un ratio financier qui mesure la rentabilité finale d'une entreprise. La marge bénéficiaire nette se calcule en divisant le bénéfice net par le chiffre d'affaires.

exceptionnelles distribuées pendant la pandémie, qui avaient permis à la demande de se maintenir, combinée aux tensions géopolitiques entre les États-Unis et la Chine, puis à l'invasion de l'Ukraine par la Russie, a fait flamber les prix de l'énergie et accru la pression inflationniste, ce qui a obligé les banques centrales à augmenter les taux d'intérêt directeurs. Dès le premier trimestre 2022, l'assèchement des liquidités et la baisse du niveau de consommation ont freiné la course des valeurs technologiques. Et ce, d'autant plus que les modèles d'affaires de ces entreprises, fondés sur le commerce électronique, la vente d'équipements et de services numériques et la publicité en ligne, sont intrinsèquement liés au pouvoir d'achat des ménages, qui a subi une érosion importante.

26 À cela se sont ajoutées des erreurs stratégiques et des prises de risque qui se sont avérées des échecs. Le cas le plus flagrant est celui de Meta dont le PDG, Mark Zuckerberg, a décidé d'emprunter massivement afin de développer le projet de métavers Horizon Worlds, un univers virtuel employant des technologies de réalité augmentée. Depuis 2019, Meta a investi 36 milliards de dollars dans sa filiale Reality Labs, chargée de développer Horizon Worlds, avec des résultats décevants : des pertes de plus de 10 milliards de dollars en 2022 pour moins de deux cent mille utilisateurs actifs. Dans le même temps, Meta subit une concurrence de plus en plus forte, notamment de la part de TikTok, qui grignote des parts de marché chez les plus jeunes, et endure également l'impact des changements apportés par Apple en matière de confidentialité, qui limitent ses capacités en matière de ciblage publicitaire auprès des propriétaires d'iPhone. De son côté, Amazon a massivement investi dans le développement et la production de l'assistant vocal Alexa, censé devenir le cœur de ses interactions avec les utilisateurs. Or le coût exorbitant de la production de ces appareils, vendus avec une marge nulle, a grevé les comptes de l'entreprise. Par ailleurs, aucune source de revenus conséquente n'est venue soutenir cette activité. Ainsi, en 2022, la division Alexa d'Amazon a perdu 10 milliards de dollars. Alphabet connaît les mêmes difficultés avec son produit équivalent, Google Assistant. D'autres activités fortement déficitaires sont celles de l'éditeur de jeux Google Stadia, de Google TV et le projet d'ordinateur Pixel.

Ainsi, en 2022, la rentabilité exceptionnelle des géants de la Silicon Valley a décliné. Sous la pression des investisseurs, des coupes drastiques ont été effectuées, notamment dans les effectifs. Les chiffres donnent le tournis : entre janvier et décembre, plus de neuf cents entreprises technologiques

ont licencié près de cent cinquante mille de leurs salariés⁹. Si l'on prend en compte le fait que dans ce secteur la sous-traitance est la règle, alors il faut assurément multiplier ce chiffre par deux au moins pour avoir une idée de la vague de destructions d'emplois qui s'est abattue sur la Silicon Valley. Le record appartient à Meta : le 9 novembre 2022, Mark Zuckerberg a annoncé que son entreprise allait licencier plus de onze mille personnes, soit environ 13 % des effectifs. Quelques jours auparavant, Elon Musk, le nouveau propriétaire de Twitter, avait déclaré brutalement la mise à pied de près de la moitié des sept mille cinq cents employés de l'entreprise, affirmant que celle-ci perdait 4 millions de dollars par jour. En juin, Musk avait également affiché son intention de diminuer de 10 % les effectifs de Tesla, ce qui équivaldrait à dix mille licenciements. Amazon, de son côté, a supprimé près de cent mille postes de contractuels travaillant dans ses entrepôts entre le premier et le deuxième trimestres de 2022 et a annoncé en novembre la suppression d'au moins dix-huit mille emplois permanents, en particulier dans la division Alexa. Au même moment, Alphabet a mis en place un nouveau système d'évaluation des performances de ses salariés dans le but de supprimer 6 % de ses effectifs, soit douze mille emplois. D'autres plans de licenciements conséquents ont été annoncés à l'automne par Microsoft et Snap avec mille emplois chacun, près de cinq cents pour Netflix, autour de mille respectivement pour Shopify, Lyft et Stripe. Cette vague de licenciements intervient dans un contexte d'intensification des revendications salariales, impulsé notamment par un mouvement de syndication sans précédent dans la Silicon Valley¹⁰.

27

L'EFFET DE BRUXELLES ET LE RETOUR DE LA RÉGULATION

Outre les effets du contexte économique et de leurs erreurs stratégiques, les GAFAM subissent également l'impact d'un changement du contexte politique qui voit une multitude de nouvelles réglementations s'imposer à eux. D'un côté, les États à travers le monde, et notamment en Europe, sont de plus en plus interventionnistes envers ce qu'ils perçoivent comme une domination des multinationales états-uniennes nuisant à la compétition et bridant leur souveraineté numérique. De l'autre, la position

9. « Tech Layoff Tracker and Startup Layoff Lists », [Layoffs.fyi](https://layoffs.fyi).

10. Julianna Fabrizio *et al.*, « Big Tech Unionization », *Revitalizing the Labor Movement*, n° 10, 2021, p. 10-17.

centrale des plateformes dans l'espace public numérique en fait des acteurs politiques à part entière qui influent sur l'opinion publique et sur les processus électoraux, mais également sur les conflits géopolitiques¹¹. Cette imbrication dans le jeu politique mondial comporte aussi des risques pour ces entreprises qui voient des gouvernements, des organisations politiques et la société civile leur demander des comptes de manière de plus en plus pressante.

28 Ainsi, les services de Margrethe Vestager, commissaire européenne chargée de la concurrence, ont infligé à Alphabet entre 2014 et 2019 des amendes d'un montant total d'environ 10 milliards d'euros pour ses pratiques anticoncurrentielles. En septembre 2022, le tribunal de justice de l'Union européenne a confirmé une amende de 4,3 milliards d'euros pour abus de position dominante de son système d'exploitation Android. En 2019, Alphabet a été condamné par la Commission à une amende de 1,4 milliard d'euros pour des infractions à la législation antitrust liées à son offre publicitaire AdSense. Depuis juillet 2021, une procédure est en cours contre Amazon, accusé d'utiliser à son avantage de manière abusive les données issues des vendeurs indépendants présents sur son site. La Commission envisage de prononcer une amende de 746 millions d'euros. Enfin, en janvier 2023, la Commission de protection des données irlandaise, qui agit pour l'Union européenne, a annoncé infliger à Meta deux amendes d'un montant total de 390 millions d'euros, pour avoir violé « ses obligations en matière de transparence », Facebook et Instagram n'ayant pas respecté le règlement général sur la protection des données. Des procédures similaires, portant sur les pratiques anticoncurrentielles mais également sur le droit du travail et sur le respect des politiques publiques dans le domaine de la culture et du droit d'auteur, ont visé Alphabet, Meta, Apple, Uber et Netflix. Par exemple, l'implémentation en France de la nouvelle directive européenne sur le droit d'auteur a obligé Alphabet et Meta à conclure des accords de rémunération avec les principaux éditeurs de presse à hauteur de plusieurs millions d'euros¹².

Cette vague européenne de régulation se répand dans le monde à travers « l'effet de Bruxelles » (*Brussels effect*)¹³. On désigne ainsi le processus

11. Nikos Smyrniaios et Charis Papaevangelou, « Guerre en Ukraine : les plateformes numériques rattrapées par la géopolitique », *LaRevueDesMedias.INA.fr*, 12 avril 2022.

12. Nikos Smyrniaios et Franck Rebillard, « Australie, l'information à l'épreuve de sa plateformisation », *LaRevueDesMedias.INA.fr*, 24 février 2021.

13. Anu Bradford, « The European Union in a Globalised World: The "Brussels Effect" » (entretien), *Revue européenne du droit*, n° 2, 2021, p. 75-79. Voir aussi, *infra*, Joëlle Toledano, « La Commission européenne, la norme et sa puissance », p. 83-95.

de mondialisation réglementaire enclenché par les mesures prises de manière unilatérale par l'Union européenne, qui, *de facto*, diffuse l'effet de ses lois en dehors de ses frontières par le biais des mécanismes du marché mais aussi par contagion politique. L'exemple le plus évident de cet effet de bord est la mise en œuvre du règlement général sur la protection des données, en mai 2018. La volonté de l'Union de limiter l'exploitation non contrôlée des données personnelles des citoyens européens par les géants du numérique a inspiré une réglementation analogue adoptée par l'État de la Californie, le *California Consumer Privacy Act*, entré en application en janvier 2020, ainsi qu'une grande loi sur la protection de la vie privée en ligne mise en place par la Chine en août 2021. Grâce à l'effet de Bruxelles, les entités réglementées, en particulier les GAFAM, finissent par se conformer aux lois européennes, même en dehors de l'Union.

29

Le corollaire de cette montée en puissance réglementaire au sein de l'Union européenne est le règlement sur les marchés numériques (*Digital Markets Act*), applicable dès mai 2023. Ce texte impose une série d'obligations et d'interdictions spécialement conçues pour endiguer les pratiques anticoncurrentielles des principales plateformes numériques. Ce règlement marque un changement de philosophie dans la lutte contre les abus des GAFAM car il permet d'agir en amont, plutôt que d'engager des procédures interminables et inefficaces en aval. Dans la même veine, le règlement des services numériques (*Digital Services Act*), applicable en février 2024, définit clairement les responsabilités des plateformes quant à la diffusion d'informations de natures diverses. Les règles sont conçues de manière asymétrique, ce qui signifie que les services de taille importante ayant un impact sociétal significatif sont soumis à des obligations plus strictes. Ainsi, les plateformes des GAFAM doivent être non seulement plus transparentes sur les processus de modération de contenu, mais également tenues responsables pour leur rôle dans la diffusion de contenus illégaux ou préjudiciables et dans la facilitation d'ingérences au sein des processus électoraux. D'autres projets de règlement européen sont en préparation concernant la régulation des technologies d'intelligence artificielle, l'indépendance des médias ou la fiscalité, qui risquent de contraindre encore davantage le fonctionnement des GAFAM.

LA FIN DE L'HÉGÉMONIE DES GAFAM ?

Ce changement assez radical du contexte économique et politique démontre clairement que les GAFAM sont entrés dans une nouvelle ère.

Davantage scrutées pas les investisseurs et par les régulateurs, leurs activités risquent d'être moins juteuses que par le passé. Leur pouvoir de marché est progressivement restreint et leur influence politique plus encadrée. Cependant, les conditions objectives de leur hégémonie demeurent. Les GAFAM disposent toujours d'énormes réserves financières. Ils contrôlent l'essentiel de l'infrastructure logicielle de l'économie numérique et une grande partie de sa base matérielle. Si leur rentabilité est moindre, leur chiffre d'affaires continue de croître. Les gouvernements, les entreprises et les organisations de la société civile demeurent dépendants de leurs services pour communiquer avec le grand public, dont les usages numériques ne cessent de s'intensifier. Ainsi, le pouvoir politique des GAFAM reste conséquent. Ils comptent parmi les principaux financeurs du système politique états-unien et l'influence qu'ils exercent à Bruxelles et à Washington à travers leurs nombreux lobbyistes demeure intacte. Leurs patrons accaparent les premières places de la liste des personnes les plus fortunées au monde et continuent à cultiver des relations privilégiées avec les décideurs politiques et les chefs d'État. Enfin, Alphabet et Meta financent massivement des médias à l'échelle mondiale et contrôlent les moyens d'accès à l'information pour des milliards d'individus. L'hégémonie des GAFAM apparaît donc imbriquée aux structures de pouvoir actuelles du capitalisme mondial. Sa fin n'est pas à l'ordre du jour tant que celles-ci ne seront pas modifiées de manière substantielle, autant dire encore pour longtemps.

R É S U M É

Tributaires du contexte économique et politique mondial, les GAFAM subissent des turbulences pour trois raisons conjoncturelles : baisse de rentabilité, plans sociaux et renforcement de la régulation publique de leurs activités. Mais, malgré la multiplication des contraintes nouvelles, les paramètres opérationnels fondamentaux de ces entreprises demeurent inchangés. Aussi, la conjoncture compliquée ne remet pas en cause leur emprise structurelle sur la quasi-totalité de notre vie sociale et économique, ce qui leur confère un pouvoir extraordinaire et leur assure un avenir profitable.