

GAFA : sous feux croisés

Vers de nouvelles régulations ?

Les puissantes GAFA se trouvent de plus en plus sous le feu de critiques leur reprochant leur instrumentalisation politique, leur impuissance à exclure les contenus illégaux, leur évasion fiscale. Elles pourraient même faire l'objet de contestations venant de leurs salariés...



En juin 2019, le géant américain de l'e-commerce Amazon devenait la marque la plus puissante au monde – mettant fin à des années de domination d'Apple et de Google –, en plus de détenir la plus forte capitalisation boursière – plus de 900 milliards de dollars. En moins de 25 ans, la firme de Seattle est devenue tentaculaire et intervient dans presque tous les secteurs de l'économie. Un mois plus tôt, Chris Hughes, un des co-fondateurs de Facebook, appelait au démantèlement du réseau social et à sa régulation. En février, les parlementaires britanniques le qualifiaient même de « gangster du numérique » dans une enquête sur le scandale Cambridge Analytica. Situation inédite pour les grands acteurs occidentaux de l'économie numérique : les GAFA (Google-Amazon-Facebook-Apple), au faite de leur puissance, n'ont jamais autant été remis en cause qu'en 2018 et 2019.

La part d'ombre de Facebook

Jamais les GAFA n'ont concentré autant de griefs, et jamais ceux-ci ne se sont autant focalisés autour d'un seul acteur : Facebook. Initialement annuaire pour les étudiants de Harvard, la plate-forme créée par Mark Zuckerberg voici quinze ans rassemble aujourd'hui plus de 2,7 milliards d'utilisateurs dans le monde¹, devenant presque un arbitre du processus démocratique mondial.

En un an et demi, Facebook a vu s'enchaîner failles et scandales qui ont durablement altéré son image, et la confiance de ses utilisateurs et régulateurs. La plupart ont leur origine dans des choix arrêtés des années 2010 pour favoriser la croissance de Facebook, auxquels sont venues s'ajouter des erreurs techniques, comme la combinaison de *bugs* qui a permis à des pirates informatiques de subtiliser les données de 29 millions d'utilisateurs en septembre 2018. Mais un tournant politique s'est matérialisé en mars 2018 avec le scandale Cambridge Analytica.

Le *Guardian* et le *New York Times* révèlent alors comment cette entreprise britannique, spécialiste de l'influence politique, a siphonné les données de 87 millions

1. Ce chiffre rassemble l'ensemble des applications Facebook, dont WhatsApp, Messenger et Instagram.

d'utilisateurs de Facebook sans leur consentement. Grâce à ces informations, Cambridge Analytica vantait, dès 2015 lors de la primaire républicaine aux États-Unis, sa capacité à établir des profils psychologiques et politiques d'internautes à partir de leurs données Facebook, pour mieux définir les messages pouvant influencer leur vote.

Si l'on ignore toujours si ces données ont été exploitées pour favoriser la victoire de Donald Trump, l'affaire a renforcé des soupçons latents, et focalisé l'attention des politiques et de la justice. Fin décembre 2018, le procureur général de Washington annonçait lancer des poursuites contre Facebook « pour avoir mal protégé les données de ses utilisateurs ». Au Royaume-Uni, le rôle présumé de Cambridge Analytica pour influencer les électeurs en faveur du Brexit a conduit le Parlement à demander directement des comptes à Facebook. Mark Zuckerberg a été sommé à plusieurs reprises de s'expliquer devant les parlementaires britanniques – ce qu'il a refusé de faire en personne.

En décembre 2018, deux rapports de chercheurs indépendants pour le Sénat américain montraient l'ampleur de l'utilisation de Facebook par des agents de propagande russe, entre 2015 et 2017. À partir de plus de 200 faux comptes Instagram et Facebook, et grâce à certains de ses outils légitimes (notamment sa plate-forme de diffusion publicitaire), des agents russes ont réussi à diffuser plus de 170 000 messages, auxquels ont alors réagi des dizaines de millions de citoyens américains, selon les données transmises par Facebook au Sénat.

Dans d'autres pays, des opérations de propagande sur Facebook ont pu avoir des conséquences dramatiques. Par exemple en Birmanie, où le réseau a été accusé d'avoir laissé des messages de haine, des appels à la violence et de fausses informations proliférer à l'encontre des Rohingya, minorité ethnique victime de « génocide », selon l'Organisation des Nations unies (ONU). Les Nations unies ont estimé que Facebook avait joué un rôle « déterminant », à travers de faux comptes, depuis lors fermés. Ou encore en Nouvelle-Zélande où, durant l'attaque terroriste de Christchurch en mars 2019, la vidéo filmée par l'assaillant a pris une dimension virale, éclairant l'incapacité du réseau à détecter l'utilisation malveillante de ses services.

Face à de tels enjeux, les dirigeants de Facebook ont dû plusieurs fois rendre des comptes. Mark Zuckerberg est ainsi allé au Sénat américain en avril 2018 où, pendant dix heures, il a dû s'excuser pour les failles de Facebook et répondre aux questions sur le rôle de sa société dans la campagne de 2016. L'exercice a également eu lieu devant le Parlement européen en mai 2018.

L'offensive *antitrust* de Washington

Au-delà du seul cas de Facebook, les régulateurs internationaux ont intensifié leurs efforts pour renforcer les obligations des GAFAs. Les pouvoirs publics cherchent à s'attaquer aux privilèges de ces plates-formes à partir de la fiscalité et de la politique de concurrence. Pendant près de vingt ans, Google, Facebook, Apple et Amazon se sont développés à l'abri de toute régulation, sous la bienveillance des autorités américaines. Cet environnement exceptionnellement favorable a permis à Google de s'assurer du contrôle de près de 90 % du marché des

moteurs de recherche ; à Facebook de séduire 95 % des jeunes adultes américains ; et à Amazon de capter près de 50 % des ventes en ligne aux États-Unis. Les deux premiers absorbent, en outre, les deux tiers des publicités sur internet, tandis que Google et Apple équipent 99 % des téléphones portables. À elles quatre, ces entreprises pèsent désormais en Bourse près de 3 000 milliards de dollars.

L'élection de Donald Trump a modifié la donne. Le président américain entretient des relations tendues avec la Silicon Valley – on se souvient de ses reproches sur la politique fiscale d'Amazon, de ses appels à boycotter Apple, de sa défiance vis-à-vis de Facebook ou du rappel à l'ordre adressé au PDG d'Alphabet, Sundar Pichai, sur la collaboration du groupe avec des instituts de recherche chinois.

Au printemps 2019, les régulateurs de la concurrence – le ministère de la Justice et la Federal Trade Commission (FTC) – ont pris l'initiative de se répartir la supervision de plusieurs entreprises de *tech*, signe annonciateur d'une ou plusieurs enquêtes sur l'aspect *antitrust*. Les débats portent plus sur les pratiques anti-concurrentielles des géants de la *tech* – comme avec Microsoft en 1998 – que sur la fiscalité. Nombre d'analogies sont désormais faites avec l'application de règles *antitrust* dans l'histoire économique des États-Unis.

Le sujet suscite un consensus inhabituel au Congrès, qui souhaite en découdre avec les géants de la *tech*. Les Républicains leur reprochent d'être ouvertement progressistes, d'avoir un biais anti-conservateur ; les Démocrates d'avoir permis l'ingérence de Moscou dans la campagne de 2016. La sénatrice Elizabeth Warren, candidate à l'investiture démocrate, a annoncé vouloir briser le monopole des GAFÀ en démantelant toutes les plates-formes dégageant plus de 25 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel. À l'évidence, ces entreprises ont anticipé ces initiatives. Sentant le vent tourner dès 2016, elles ont considérablement accru leurs dépenses en *lobbying*, illustrant ainsi le glissement des logiques d'influence de Wall Street et des lobbies traditionnels vers la Silicon Valley.

Vu d'Europe : taxer les GAFÀ ?

En 2019, pour la troisième année consécutive, Google a écopé d'une amende de la Commission européenne pour abus de position dominante dans la publicité en ligne. Au total, le montant des amendes infligées à Google par l'Union européenne (UE) se chiffre à près de 8,2 milliards d'euros. La Commission s'est cependant montrée jusqu'à présent clémente. L'amende de mars 2019 (1,49 milliard d'euros) équivaut à un peu plus de 1 % du chiffre d'affaires de Google, ce qui est loin de la sanction maximale qui aurait pu être imposée, puisque selon les règles de la concurrence européenne, l'amende peut aller jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires.

Sur ce plan comme sur d'autres, l'UE avance en ordre dispersé, les questions fiscales réclamant l'unanimité des États membres. Faute d'un accord ambitieux à l'échelle européenne, les initiatives nationales se multiplient pour taxer les géants du numérique. Les derniers cycles de négociations à Bruxelles ont maintenu les habituelles lignes de faille entre, d'un côté la France, volontariste sur le sujet, et de l'autre l'Irlande, la Suède ou le Danemark, très opposés à ce projet. La frilosité de l'Allemagne s'explique par la crainte de Berlin d'une mise en

œuvre d'un principe de taxation fondé sur les ventes et le lieu de consommation des produits plutôt que sur les profits et le lieu du pays d'origine des entreprises.

Le projet français, en cours d'examen malgré le scepticisme de nombreux États, consiste à taxer les GAFAs à hauteur de 3 % du chiffre d'affaires réalisé en France. Elle serait le premier État européen à introduire cette taxe GAFAs, même si d'autres pays affichent des projets similaires. Le gouvernement espagnol a adopté un impôt de 3 % sur la publicité en ligne, les plates-formes et la revente de données personnelles. La Grande-Bretagne s'apprête à entériner un projet proche du texte européen, à savoir un impôt de 2 % sur le chiffre d'affaires des géants du numérique. Avant l'offensive française, l'Italie avait adopté un prélèvement de 3 % sur les transactions numériques entre entreprises.

D'autres échelons de régulation

Pour les voix critiques, le seul cadre de régulation réaliste est à l'échelle mondiale. L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) travaille sur une harmonisation de la taxation des entreprises du numérique à l'échelle de 127 pays à l'horizon 2020 – lesquels représentent 90 % de l'économie mondiale. L'idée générale est d'aboutir à une juste taxation de ces oligopoles, dans les pays où ils ont activités et bénéfices mais où ils ne paient pas d'impôts, ou très peu, faute d'y avoir leur siège ou de grosses implantations. Le G20, qui consacre une partie de ses travaux aux enjeux de régulation numérique, suit les recommandations de l'OCDE. Les discussions achoppent notamment sur les projets de taxes portés par la France et la Grande-Bretagne, auxquels s'opposent les États-Unis.

Il est enfin une source de contestation grandissante jusque-là occultée par les grands acteurs de la *tech* : leurs salariés eux-mêmes. Au sein de Google, 4 000 employés signataires d'une pétition ont eu raison du contrat Maven de collaboration avec l'armée américaine, et 700 d'entre eux ont obtenu l'arrêt du projet Dragonfly, un moteur de recherche adapté à la censure chinoise. Diffuse, cette contestation concerne surtout l'éthique – autrement dit le non-respect des principes humanistes et libertaires invoqués par les GAFAs –, et dessine un nouveau militantisme dont les contours se clarifieront certainement dans les années à venir.

J. N.

Pour en savoir plus

- S. Galloway, *The Four : le règne des quatre. La face cachée d'Amazon, Apple, Facebook et Google*, Paris, Quanto, 2018.
- R. McNamee, *Zucked: Waking Up to the Facebook Catastrophe*, New York, Penguin Press, 2019.
- S. Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York, Public Affairs, 2019.