

---

## L'échiquier numérique américain

### Quelle place pour l'Europe ?

---



**Olivier Sichel**

*Septembre 2014*

L'Ifri est, en France, le principal centre indépendant de recherche, d'information et de débat sur les grandes questions internationales. Créé en 1979 par Thierry de Montbrial, l'Ifri est une association reconnue d'utilité publique (loi de 1901).

Il n'est soumis à aucune tutelle administrative, définit librement ses activités et publie régulièrement ses travaux.

L'Ifri associe, au travers de ses études et de ses débats, dans une démarche interdisciplinaire, décideurs politiques et experts à l'échelle internationale. Avec son antenne de Bruxelles (Ifri-Bruxelles), l'Ifri s'impose comme un des rares *think tanks* français à se positionner au cœur même du débat européen.

*Les opinions exprimées dans ce texte  
n'engagent que la responsabilité de l'auteur.*

Le programme États-Unis de l'Ifri publie une collection de notes en ligne nommées « Potomac Papers ». Revues par des experts avant publication, ces notes présentent des analyses de la politique américaine dans tous les domaines, ainsi que des évolutions sociales et des grands débats en cours aux États-Unis. Ces *policy papers* sont publiés soit en français soit en anglais avec un résumé d'une page dans les deux langues. La collection est éditée par Laurence Nardon, responsable du Programme États-Unis de l'Ifri.

Le programme États-Unis reçoit le soutien de :

**VIEL & Cie**   
GROUPE  
VIEL

**Fondation  
Clarence  
Westbury**

ISBN : 978-2-36567-312-9

© Ifri, 2014 – Tous droits réservés

Crédits photo : droits réservés, Le sénateur Obama et Eric Schmidt, PDG de Google, lors d'une conférence en 2007.

Ifri  
27 rue de la Procession  
75740 Paris Cedex 15 – FRANCE  
Tel : +33 (0)1 40 61 60 00  
Fax : +33 (0)1 40 61 60 60  
Email : [accueil@ifri.org](mailto:accueil@ifri.org)

Ifri-Bruxelles  
Rue Marie-Thérèse, 21  
1000 – Bruxelles – BELGIQUE  
Tel : +32 (0)2 238 51 10  
Fax : +32 (0)2 238 51 15  
Email : [bruxelles@ifri.org](mailto:bruxelles@ifri.org)

Site Internet : [Ifri.org](http://Ifri.org)

# Auteur

---

Olivier Sichel exerce depuis 15 ans des responsabilités dans le domaine de l'internet (PDG d'Alapage.com, de Wanadoo, puis partner chez Sofinnova). Aujourd'hui PDG de Leguide Group, leader européen des sites de shopping, et co-fondateur de l'Open Internet Project (OIP), il est inspecteur des Finances, diplômé de l'ESSEC et ancien élève de l'ENA.

Texte rédigé en collaboration avec Vincent Villette.

# Executive Summary

---

Digital technologies impact almost all sectors of the global economy today. The United States – with giant corporations like Google, Amazon, Facebook, Apple and Microsoft (a.k.a. “GAFAM”) – has an overwhelming digital presence when it comes to online research, e-commerce, operating systems and platforms. Additionally, control over the content of websites participates in the country’s soft power.

Contrary to countries like China or Russia, Europe has not endowed any of its nations with the proper tools to fully take part in this digital revolution. Due to the almost exclusive power of American actors in the digital field, Europe is now struggling to develop a market that is key for future economic growth and prosperity. The exponential nature of digital growth allows companies to keep on increasing the gap with the latecomers in the field, making it ever more difficult for countries in Europe to catch up on the American Giant.

Yet, Europe is no longer ready to stand idly by while the United States and the rest of the world share the profits of the digital market. Suffering from large-scale tax evasion, regulations bypass and excessive levy from American intermediaries, the new European Commission seems inclined to react. Having so far chosen to take the arduous and often ineffective path of negotiation rather than the long-established litigation, the European Commission should:

- First, give back to the member states of the European Union the ability to manage conflicts through litigation if necessary. Restricting access to personal data or lifting the ceiling on fines could prove effective sanctions.
- Eliminate tax evasion through a joint European response. Indeed, an effective regulation of the sector should allow the European Union to economically profit from the Digital Revolution.

## Ce qu'il faut retenir

---

En marche depuis plusieurs décennies, la numérisation irrigue aujourd'hui tous les secteurs de l'économie mondiale. Ce bouleversement est très largement emmené par des entreprises américaines, au premier rang desquelles les géants Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft (dits « GAFAM »). Leur présence est notamment écrasante dans la recherche en ligne, le e-commerce, les systèmes d'exploitation et les plateformes. Ces dernières, qui hébergent et font circuler les contenus, véhiculent les valeurs de l'Amérique et s'affirment ainsi comme l'un des instruments de son *soft power*.

Cette domination s'accroît : les entreprises de la Silicon Valley se développent horizontalement, en absorbant les nouveaux venus dont le succès pourrait les menacer, et verticalement, en acquérant des fournisseurs tout au long de la chaîne de valeur. Qui plus est, le caractère exponentiel de la croissance numérique permet à ces entreprises de creuser sans cesse l'écart avec leurs rivales plus tard venues.

Au contraire de la Chine ou de la Russie, l'Europe n'a pas voulu se doter de champions européens. Subissant de plein fouet la puissance des acteurs américains du numérique, elle peine aujourd'hui à se développer sur ce marché capital pour sa croissance.

Au surplus, elle est victime d'une évasion fiscale à grande échelle, de contournements réglementaires et de prélèvements excessifs par des intermédiaires américains qui abusent de leur position dominante sur le Web. La Commission européenne a semblé renoncer à traiter les conflits par la voie contentieuse au profit de négociations laborieuses et inefficaces. Pour leur part, les citoyens européens sont pénalisés, aussi bien par l'exploitation de leurs données personnelles que par leur participation enthousiaste et non rémunérée à la création de contenu.

La nouvelle Commission européenne, qui a mis ces enjeux en tête de l'agenda de son président, semble décidée à réagir :

- Elle doit redonner aux États de l'Union la possibilité de gérer les conflits par la voie contentieuse s'il le faut. Le déplafonnement des amendes et la restriction de l'accès aux données personnelles seront des sanctions efficaces.
- L'évasion fiscale doit être éliminée par une réponse européenne concertée. De même, une régulation plus efficace doit permettre à l'Europe de tirer les bénéfices de la révolution numérique.

# Sommaire

---

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>5</b>
<b>LES ÉTATS-UNIS, LEADER DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE .....</b>	<b>7</b>
<b>Les grands gagnants de la numérisation de l'économie .....</b>	<b>7</b>
<i>Une domination tirée par de puissants leaders.....</i>	<i>7</i>
<i>Le complexe de Saturne ou la création de « géants agglomérants » .....</i>	<i>9</i>
<i>La stratégie du collier de perles.....</i>	<i>11</i>
<b>Les géants du Web, relais du soft power américain .....</b>	<b>13</b>
<i>Une présence écrasante .....</i>	<i>13</i>
<i>Une capacité d'influence au service des intérêts américains.....</i>	<i>14</i>
<b>Y a-t-il une fatalité numérique ?.....</b>	<b>16</b>
<i>Une économie de l'exponentiel.....</i>	<i>16</i>
<i>Une rentabilité incertaine.....</i>	<i>17</i>
<i>Une économie du travail gratuit.....</i>	<i>18</i>
<i>La concentration géographique .....</i>	<i>18</i>
<b>DES RISQUES AVÉRÉS POUR L'EUROPE.....</b>	<b>19</b>
<b>Une prise de conscience tardive .....</b>	<b>19</b>
<i>Une régulation qui nous échappe encore .....</i>	<i>19</i>
<i>Les domaines concernés : justice, fiscalité, culture, questions éthiques .....</i>	<i>20</i>
<i>L'intermédiation américaine.....</i>	<i>23</i>
<i>Un risque pour l'emploi.....</i>	<i>24</i>
<b>Rapide et résolue, une réponse européenne s'impose.....</b>	<b>25</b>
<i>La Commission européenne, symbole et symptôme des insuffisances du vieux continent.....</i>	<i>26</i>
<i>Réagir maintenant.....</i>	<i>27</i>

# Introduction

---

Mal appréhendée, tant dans son intensité que dans ses implications pour l'ensemble des secteurs, la numérisation de nos sociétés et de nos économies a chamboulé tous nos repères. L'utilisation récurrente des termes de « révolution » et de « nouvelles technologies » – alors même qu'il s'agit de tendances anciennes, à l'œuvre depuis plusieurs décennies – traduit notre difficulté à appréhender ce brutal changement de paradigme. De même, l'ombre portée de la « bulle Internet » du début des années 2000 a contribué à entretenir l'idée qu'il s'agissait d'une économie artificielle, dont les conséquences n'étaient pas de nature à modifier le *core business* des secteurs structurants traditionnels.

Aujourd'hui, la marée des premiers bouleversements a reflué, laissant visible un estran inquiétant : les États-Unis dominent l'économie numérique. Entreprises, plateformes, logiciels, compétences, ressources financières et maîtrise des données : le centre de gravité de l'écosystème numérique mondial se situe sans aucun doute possible outre-Atlantique.

Ce constat ne serait pas préoccupant si le numérique était, effectivement, resté un secteur en silo peu susceptible d'influencer d'autres pans de l'économie. Il s'agirait somme toute d'une stratégie de spécialisation réussie de la part des États-Unis, que l'Europe pourrait regretter de n'avoir pas adoptée – sans qu'il y ait davantage de remords à nourrir. Mais la réalité du numérique est tout autre. En s'immisçant dans tous les secteurs, y compris les plus éloignés des technologies de pointe, le numérique est devenu le levier fondamental de la croissance mondiale et le principal facteur de création de valeur. En quelque sorte, il agit dorénavant comme un cheval de Troie qui, méthodiquement, pénètre dans les différents secteurs pour en modifier jusqu'aux mécanismes les plus établis... Pour reprendre la phrase de Marc Andreessen<sup>1</sup> : « Software is eating the world. »

Dès lors, le fait que les États-Unis détiennent un pouvoir exorbitant en matière numérique n'est plus aussi anodin. Comme le dit l'universitaire Milton Mueller, Internet est devenu un outil au

---

<sup>1</sup> M. Andreessen est le créateur de Mosaic, l'un des premiers navigateurs du web (1993). Il a ensuite fondé l'entreprise Netscape (1994) et dirige aujourd'hui l'un des fonds de capital risque les plus influents de la Silicon Valley, Andreessen Horowitz.

service de la « politique américaine de globalisme unilatéral<sup>2</sup> ». Il est l'instrument d'une stratégie qui vise de fait à maintenir une prédominance américaine grâce à l'action coordonnée et complémentaire d'un large *continuum* alliant acteurs publics et privés. Dans son ouvrage de 1997, *Le Grand Échiquier*, Zbigniew Brzezinski identifiait l'Eurasie comme une zone stratégique, sur laquelle un contrôle prioritaire était nécessaire pour empêcher l'émergence d'acteurs susceptibles de concurrencer les États-Unis. Suivant cette analyse, on peut en définitive considérer l'espace numérique comme un nouveau grand échiquier, dont la maîtrise a été jugée cruciale et qui fait donc l'objet d'un « plan géostratégique intégré ».

Avec le numérique, la puissance américaine dispose d'un passe-partout pour pénétrer l'ensemble des secteurs économiques et y imposer une recomposition de la chaîne de valeur à son profit. Ce constat n'est pas l'avatar d'un antiaméricanisme primaire, qui stigmatiserait les États-Unis dans leur stratégie de puissance. Au contraire, cette prédominance a été acquise par une capacité d'innovation sans égale, une mobilisation exceptionnelle de capitaux et une ambition farouche qu'il faut saluer et analyser – pour mieux s'en inspirer. En particulier, elle est la résultante de la combinaison harmonieuse d'un *hard power* robuste et d'un *soft power* influent. C'est en effet tout le paradoxe de l'économie numérique : si elle suppose agilité, structures légères et permet des réussites fulgurantes, elle s'adosse également à des infrastructures lourdes, coûteuses, qui nécessitent d'importants capitaux publics et privés. En somme, de façon caricaturale, si la face visible de l'iceberg numérique est bien une start-up construite de bric et de broc dans un garage, sa face immergée reste une industrie massive faite de réseaux de qualité, d'ordinateurs surpuissants et de technologies toujours plus poussées.

La prévalence américaine a cependant pour corollaire une fragilisation des écosystèmes concurrents. C'est notamment le cas pour l'Europe, dont la souveraineté se trouve menacée dans ses attributs les plus essentiels. Or, c'est jusqu'à présent l'apathie qui prime sur le vieux continent. À rebours de la Chine ou de la Russie, qui ont pris la pleine mesure des enjeux numériques et déployé en conséquence une réponse forte face à la puissance américaine, les réactions européennes restent timorées et désordonnées. En définitive, face à l'Europe « colonie numérique des États-Unis », telle que dépeinte par un récent rapport sénatorial<sup>3</sup>, on pourrait plutôt invoquer La Boétie et son discours sur la servitude volontaire : si les États-Unis paraissent aujourd'hui si grands, ce serait avant tout parce que l'Europe est à genoux. Pour que cette dernière revienne dans la course, quelques pistes seront proposées en conclusion.

---

2 M.L. Mueller, *Networks and States: The Global Politics of Internet Governance*, Cambridge, MA, MIT Press, 2010.

3 C. Morin-Desailly, « L'Union européenne, colonie du monde numérique ? », rapport d'information, Sénat, mars 2013.



# Les États-Unis, leader de l'économie numérique

---

## Les grands gagnants de la numérisation de l'économie

### Une domination tirée par de puissants leaders

En 2012, l'Amérique du Nord représentait 41 % de l'excédent brut d'exploitation (ou EBITDA) de l'économie numérique mondiale, en hausse de cinq points par rapport à 2002. Ce chiffre en croissance résume à lui seul le poids des États-Unis sur ce secteur capital de l'économie, en réelle disproportion par rapport à leur part actuelle dans l'économie mondiale – ils ne représentent aujourd'hui que 17 % du produit intérieur brut (PIB) mondial.

Cette situation au niveau macroéconomique s'explique par la puissance des fleurons américains du numérique. Ainsi, parmi les 20 leaders dits *over-the-top* (OTT) – c'est-à-dire qui utilisent une infrastructure dont ils ne sont pas propriétaires pour fournir leurs services – de l'économie numérique, 13 sont américains, dont 8 dans les 10 premiers. Ils représentent une capitalisation boursière cumulée de 1 492 milliards de dollars et un chiffre d'affaires de 366 milliards de dollars, soit respectivement 83 % et 90,5 % du total des 20 premiers<sup>4</sup>. De façon plus globale, les États-Unis représentent aujourd'hui près de 83 % de la capitalisation boursière des entreprises du numérique... contre 2 % pour l'Europe.

Ainsi, le total des trois premières capitalisations boursières d'entreprises de l'Internet aux États-Unis (Google, Amazon et Facebook) s'élève à 780 milliards de dollars. Deuxième de ce classement, la Chine a un top 3 dont la capitalisation boursière se monte à 421 milliards de dollars, soit près de moitié moins. Le différentiel est encore plus frappant avec l'Europe : la somme des trois premières capitalisations des cinq premières économies européennes atteint à peine 43,5 milliards de dollars<sup>5</sup>.

---

4 Voir sur :

<[http://s3.amazonaws.com/kpcbweb/files/85/Internet\\_Trends\\_2014\\_vFINAL\\_-\\_05\\_28\\_14-.PDF.pdf?1401286773](http://s3.amazonaws.com/kpcbweb/files/85/Internet_Trends_2014_vFINAL_-_05_28_14-.PDF.pdf?1401286773) ; slide 138>

5 Allemagne : 13,1 milliards de dollars ; France : 6,65 ; Royaume-Uni : 17,1 ; Italie : 3,9 ; Espagne : 2,7, d'après *The Economist*, disponible sur :

Il est difficile de concevoir la surface financière acquise par ces acteurs nouveaux du numérique. La rapidité de leur éclosion – Google a été fondé en 1998, Facebook en 2004... –, leur caractère immatériel et leur intrusion dans nos vies quotidiennes induisent un manque de recul qui ne permet pas d'appréhender leur puissance réelle, et ce d'autant plus que le service à l'internaute est souvent gratuit. Quelques comparaisons éclectiques peuvent permettre de mieux les situer. Par exemple, le bénéfice net de Google (près de 13 milliards de dollars en 2013) correspond au produit national brut (PNB) de la Côte d'Ivoire. La capitalisation boursière d'Apple est quant à elle égale à celles de Total, Sanofi, L'Oréal, LVMH et Bouygues réunies. Il ne s'agit plus seulement de géants relatifs, cantonnés à un secteur réduit et émergent, mais bien d'acteurs dominants à l'échelle mondiale. Pour comprendre le déplacement des lieux de puissance, il suffit d'envisager que, lorsque Facebook a racheté l'application What's App en février 2014, le montant investi aurait pu lui permettre de racheter Atos et Cap Gemini – deux fleurons de l'informatique à la française représentant près de 210 000 employés.

Le tableau ci-après, tiré de la présentation « Europe's Digital Economy at Risk »<sup>6</sup>, illustre cette domination américaine sur tous les secteurs de l'économie numérique. On voit ainsi qu'à côté des acteurs OTT déjà mentionnés, typiques de l'économie numérique, on retrouve aussi des industries lourdes plus traditionnelles et anciennes – Hewlett-Packard (HP) créé en 1939, Intel en 1968, Dell en 1984 –, qui dominent de façon tout aussi forte les besoins matériels associés au numérique (ordinateurs, semi-conducteurs, équipementiers, etc.). Autre fait frappant : selon *The World Factbook*<sup>7</sup>, publié par la Central Intelligence Agency (CIA), les États-Unis possédaient, en 2010 sur leur sol, 439 000 serveurs – soit deux fois plus que les neufs États suivants réunis.<sup>8</sup>

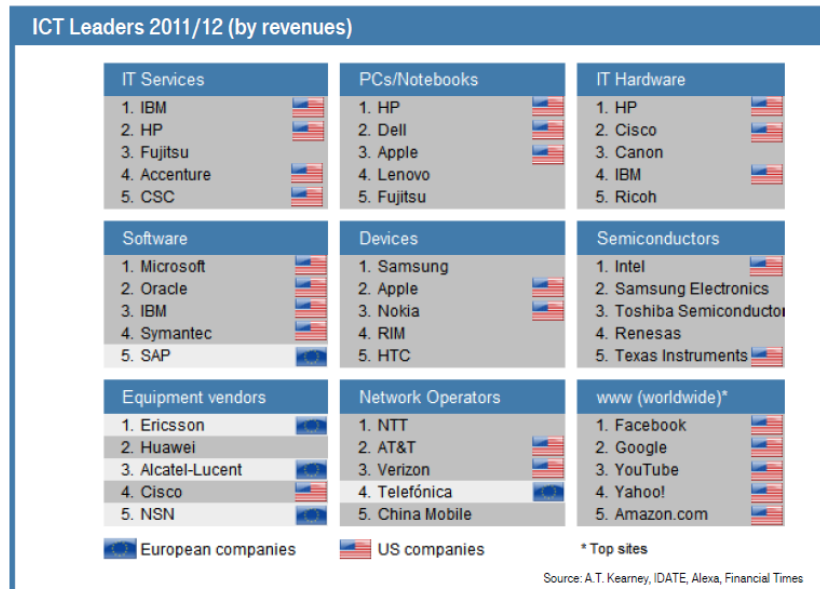
---

<[www.economist.com/blogs/graphicdetail/2014/07/daily-chart-6#sthash.xZZdWMc3.dpbs](http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2014/07/daily-chart-6#sthash.xZZdWMc3.dpbs)>.

6 M. Lukicic, « Europe's Digital Economy at Risk », mars 2014, disponible sur : <[www.wiwo.de/downloads/9057438/2/Europe%C2%B9s%20Digital%20Economy%20a%20t%20Risk](http://www.wiwo.de/downloads/9057438/2/Europe%C2%B9s%20Digital%20Economy%20a%20t%20Risk)>.

7 Voir sur : <[www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html](http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html)>.

8 Soit dans l'ordre décroissant, Japon, Italie, Allemagne, Brésil, Chine, France, Australie, Mexique, Pays-Bas.



## Le complexe de Saturne ou la création de « géants agglomérants »

Dans une économie aussi mouvante que celle du numérique, la réactivité des entreprises est une condition indispensable de leur survie. *A contrario*, celles qui sont restées crispées sur leur modèle ont souvent eu à subir de douloureux affaiblissements. Ainsi de Nokia, qui n'a pas su se réinventer pour intégrer l'évolution vers les *smartphones*, alors même qu'il était un des leaders incontestés des premières générations de téléphones mobiles.

Au-delà de leurs efforts internes d'innovation et d'adaptation – en 2013, le budget recherche et développement (R&D) cumulé de Microsoft et Intel<sup>9</sup> dépasse les crédits de l'État français dédiés au financement de la recherche civile<sup>10</sup> –, les entreprises américaines du numérique réussissent également grâce à une croissance externe effrénée. C'est ici que la puissance financière des acteurs dominants est décisive<sup>11</sup>, dans la mesure où elle leur offre la possibilité d'internaliser la rupture, en rachetant les entreprises qui percent grâce à un concept novateur. On pourrait presque parler d'un complexe de Saturne, tant les acteurs établis « avalent », à l'instar du dieu romain, les nouveaux venus avant que ces derniers ne puissent véritablement les concurrencer.

9 Voir sur : <[www.strategyand.pwc.com/media/file/Strategyand\\_2013-Global-Innovation-1000-Study-Navigating-the-Digital-Future.pdf](http://www.strategyand.pwc.com/media/file/Strategyand_2013-Global-Innovation-1000-Study-Navigating-the-Digital-Future.pdf)>.

10 Voir sur : <[www.ccomptes.fr/Actualites/Archives/Le-financement-public-de-la-recherche-un-enjeu-national](http://www.ccomptes.fr/Actualites/Archives/Le-financement-public-de-la-recherche-un-enjeu-national)>.

11 Les géants du numérique peuvent s'appuyer sur des marges très importantes : ainsi de Google, dont le taux de marge brute est à 61 % ou Facebook à 81 % – contre 28,6 % en moyenne pour les entreprises françaises du numérique.

Sur la période 2012-2014, Facebook et Google ont, à eux deux, consacré 33 milliards de dollars à des fusions-acquisitions et à des investissements dans d'autres entreprises. En moyenne, Oracle rachète deux entreprises par an. Au total, selon le capital-risqueur chez Sofinnova, Éric Buatois, « neuf des dix plus gros acheteurs mondiaux sont établis dans la Silicon Valley, SAP étant le seul acteur non américain dans ce classement<sup>12</sup> ». Par-delà ces chiffres, les 275 accords de fusions-acquisitions conclus en 2011 par les sociétés américaines du numérique témoignent de cette dynamique continue de consolidation.

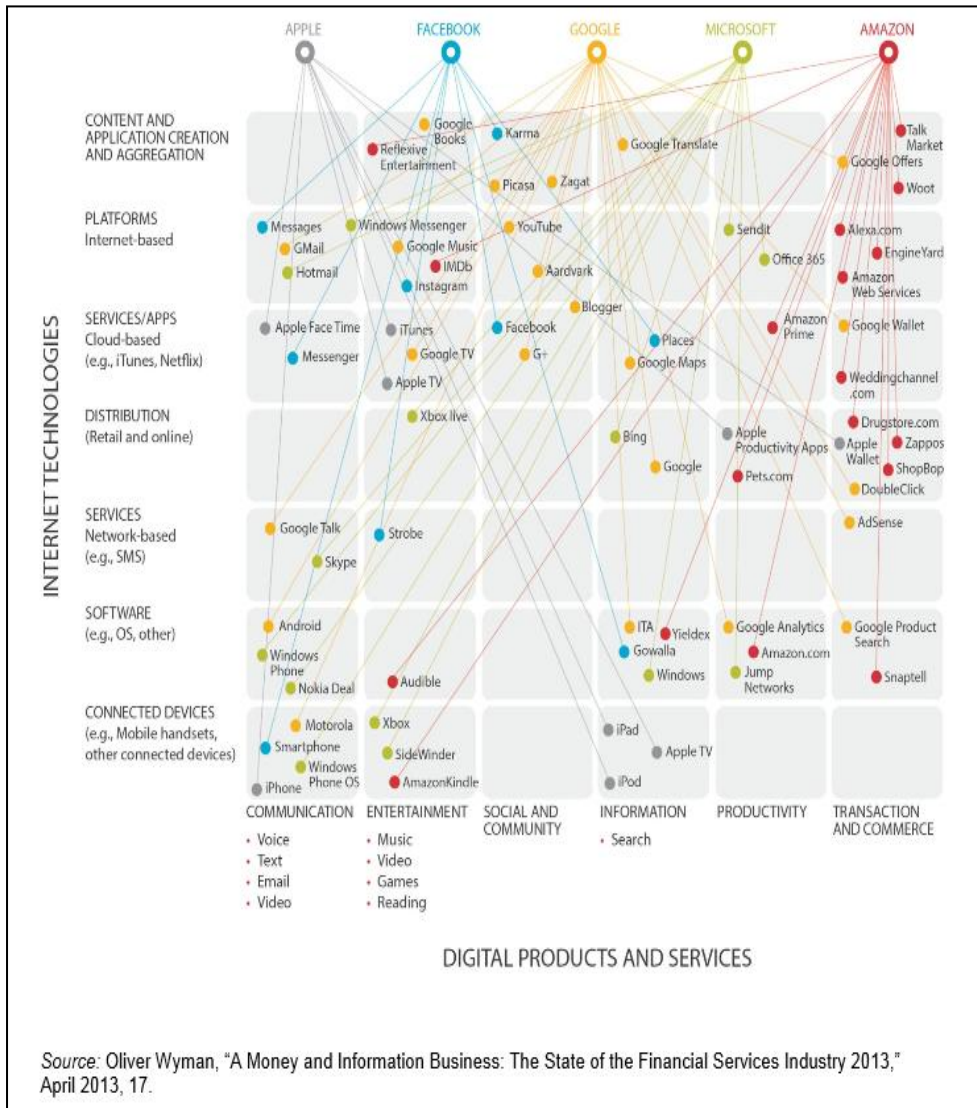
Les sommes engagées, parfois très élevées pour des business encore embryonnaires – ou n'ayant pas démontré leur soutenabilité à terme par un modèle économique solide –, sont la preuve d'un sens du risque très particulier des géants du secteur : pour éviter d'être pris par surprise, ils préfèrent étouffer dans l'œuf les potentialités de concurrence en proposant des sommes si importantes qu'elles ne peuvent être déceimment refusées. Ils s'appuient en cela sur un marché des valeurs boursières, le NASDAQ, dynamique, dont les valorisations très élevées encouragent précisément cette prise de risque.

À mesure qu'elles agissent ainsi, les entreprises américaines du numérique étendent leur périmètre d'activité par une intégration horizontale qui les éloigne, de proche en proche, de leur cœur de métier originel. Ainsi apparaît un paradoxe important de l'économie numérique : son caractère ouvert, qui permet en théorie l'émergence rapide de perturbateurs sachant répondre efficacement à un besoin du consommateur, représente une menace concurrentielle pour les acteurs établis, lesquels y répondent en les absorbant, devenant ainsi des « géants agglomérants », au pouvoir de marché de plus en plus fort.

Le graphique ci-après illustre cette stratégie assurantielle qui consiste à absorber la menace pour ne plus avoir à s'en soucier, en montrant la diversification des activités de Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft – ces cinq entreprises sont également appelées GAFAM.

---

12 Voir sur : <[www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i1936.asp](http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i1936.asp)>.



Un bon exemple de cette stratégie est le rachat précédemment évoqué de What's App par Facebook pour 19 milliards de dollars en février 2014, afin de ne pas se laisser déborder sur le marché exponentiel des messageries. De même, en investissant à l'été 2013, 192 millions de dollars dans l'entreprise de transport Uber, Google (premier pourvoyeur de fonds) s'est ouvert un débouché pour sa Google Car, une fois que celle-ci sera pleinement rodée. Par cette organisation singulière, les grandes entreprises américaines du numérique structurent méthodiquement un écosystème à leur service.

### La stratégie du collier de perles

Pour compléter ce succès horizontal se dessine en parallèle une stratégie d'autonomisation verticale. Les acteurs américains du numérique souhaitent en effet maîtriser l'ensemble des chaînes de

valeur dans lesquelles ils s'inscrivent. On peut comparer cette démarche à la stratégie dite du « collier de perles » mise en œuvre par les autorités chinoises pour s'assurer, par l'acquisition de ports le long de leurs routes maritimes, le contrôle de leurs approvisionnements en hydrocarbures.

En amont de la chaîne de valeur, les entreprises américaines ont su procéder aux investissements physiques nécessaires. Google, par exemple, possède en propre près de 900 000 serveurs et travaille avec des ordinateurs quantiques en collaboration avec la National Aeronautics and Space Administration (NASA). Pour maîtriser de façon globale leurs services, les géants du numérique américains investissent aussi dorénavant dans des réseaux Internet privés, qui combinent sécurité et performance. Le projet « Google Fiber » d'Internet ultrarapide déployé par fibre optique, encore à un stade exploratoire, témoigne de cette volonté des grandes entreprises de l'Internet de maîtriser tous les maillons de façon à se prémunir contre les défaillances possibles d'autres acteurs. Autre exemple dans cette logique, Google a investi 100 millions de dollars dans le producteur d'énergie solaire Sun Power en avril 2014, et plus globalement 1 milliard de dollars dans le secteur des énergies renouvelables depuis 2011. Ces investissements dans la production d'énergie confirment une volonté de sécuriser l'activité par une intégration verticale la plus en amont possible.

Cette logique relève aussi d'une stratégie à double détente. En maîtrisant toute une chaîne de valeur, les acteurs américains sont également en mesure de nuire à leurs concurrents, à tout le moins de créer une insécurité chez ces derniers. Comme le rappelle Michel Dahan : « Il est très difficile pour les concurrents d'Apple de se procurer des écrans de qualité, car Apple en a préacheté des quantités correspondant à ses besoins pour plusieurs années et a même assuré le financement des usines<sup>13</sup>. »

Ce constat perdure en aval de la chaîne de valeur. La volonté des acteurs américains est là encore de s'émanciper de partenaires extérieurs, pour conserver l'essentiel de la création de richesses. Amazon, qui a beaucoup investi dans les services de livraison – hier en développant Amazon Premium, aujourd'hui en projetant d'utiliser des drones pour délivrer les commandes – et de diffusion – *via* sa propre liseuse Kindle –, a souhaité ainsi gérer l'ensemble de la relation clients. De la même façon, les rachats de Nokia par Microsoft et de Motorola par Google ne peuvent s'expliquer que par cette volonté d'acquérir une meilleure maîtrise des terminaux, et ainsi d'être en mesure de proposer une offre intégrée – combinant *software* et *hardware*.

---

13 M. Dahan, « Une guerre économique d'une violence inédite », *Le Journal de l'École de Paris du management*, n° 107, mai-juin 2014.

## **Les géants du Web, relais du soft power américain**

### **Une présence écrasante**

Au-delà de leur surface financière et de leur stratégie de consolidation, les entreprises américaines dominent car elles maîtrisent les deux versants de l'économie numérique. D'une part, elles jouissent d'un fort capital (infrastructures, réseaux, ordinateurs) ; de l'autre, elles bénéficient d'une capacité d'influence immense grâce à une relation privilégiée avec les internautes du monde entier. C'est ce double prisme qui permet d'appréhender dans sa globalité la puissance acquise par les acteurs américains.

Sur le plan de la visibilité, le caractère précurseur et la qualité des services fournis par les acteurs américains du numérique les rendent incontournables aux yeux des utilisateurs. Cet attachement subjectif rend d'autant plus difficile une concurrence réelle. Aujourd'hui, les usages d'Internet passent quasiment tous par des acteurs américains, y compris hors États-Unis :

- À eux trois, Google, Bing et Yahoo représentent près de 99 % du marché de la recherche en ligne en Europe, et monopolisent donc les portes d'entrée de l'Internet.
- Au 1<sup>er</sup> janvier 2013, 9 des 10 sites les plus visités au monde étaient rattachés à des acteurs américains, alors que 80 % des utilisateurs n'étaient pas localisés aux États-Unis. De façon plus large, les Américains représentent 72 % du top 50 des sites mondiaux, contre 22 % pour la Chine, 6 % pour la Russie... et 0 pour l'Europe<sup>14</sup> !
- Au niveau des systèmes d'exploitation, iOS (Apple), Android (Google) et Windows Phone (Windows) concentrent 97 % du marché mondial en 2013 (contre 5 % en 2005)<sup>15</sup>.
- Selon Morgan Stanley, Amazon devrait centraliser près de 23 % du e-commerce mondial d'ici à 2016<sup>16</sup>.

---

14 S. Frénot et S. Grumbach, « Les données sociales, objets de toutes les convoitises », *Hérodote*, n° 152-153, 2014.

15 Voir sur :

<[http://s3.amazonaws.com/kpcbweb/files/85/Internet\\_Trends\\_2014\\_vFINAL\\_-\\_05\\_28\\_14-\\_PDF.pdf?1401286773](http://s3.amazonaws.com/kpcbweb/files/85/Internet_Trends_2014_vFINAL_-_05_28_14-_PDF.pdf?1401286773) slide 10>.

16 Voir sur : <[www.bloomberg.com/news/2013-01-07/amazon-surges-to-record-high-on-global-e-commerce-growth.html](http://www.bloomberg.com/news/2013-01-07/amazon-surges-to-record-high-on-global-e-commerce-growth.html)>.

## Une capacité d'influence au service des intérêts américains

Le discours endossé par les grandes entreprises américaines du numérique concorde très largement avec le message émancipateur dont les États-Unis se veulent les porteurs auprès du monde entier. Les ambitions revendiquées par ces entités privées dépassent les seules recherches du profit et de la satisfaction du client. Lorsque leurs dirigeants parlent de leurs projets, ils les ramènent à l'idée de « faire le bien » – « don't be evil » est le slogan de Google depuis ses origines –, d'encourager l'*empowerment* des populations par l'information et la transparence, et de faciliter les échanges par de meilleurs outils de communication. La standardisation mondiale des interfaces, avec le bloc de recherche de Google, la page perso de Facebook ou le pack Windows Office, fait en somme écho au message universaliste des États-Unis, convaincus d'avoir développé un modèle et des valeurs démocratiques qui peuvent s'appliquer à toutes les sociétés.

Lors de conflits avec les régulateurs d'Europe ou d'ailleurs, les entreprises américaines se présentent ainsi comme les vecteurs du progrès et de la libération face à des pouvoirs publics jugés crispés et passésistes. Lorsqu'elle est confrontée à l'hostilité des villes où elle s'implante, la société Uber emploie des éléments de langage significatifs. En juillet 2014, en réponse à la volonté annoncée du maire de Séoul de réglementer ce nouvel acteur, Uber a indiqué dans son communiqué de presse que : « [ces réactions] montrent que Séoul risque fort de rester prisonnière du passé et de rater le coche de ce mouvement international qu'est l'économie du partage<sup>17</sup>. »

Sur le modèle des « dividendes de la paix » – terme popularisé par la diplomatie américaine au lendemain de la chute de l'Union soviétique –, le chercheur d'origine biélorusse Evgeny Morozov a d'ailleurs inventé le concept ironique de *surveillance dividend* pour moquer l'idée selon laquelle « l'Internet des objets, le Big Data, et le bouleversement inévitable de l'univers tout entier par une poignée de start-up californiennes produiront l'abondance économique, l'émancipation politique et la prospérité universelle<sup>18</sup> ».

À l'heure où l'Internet détient un pouvoir décisif dans la formation et la diffusion des opinions, les services proposés par des acteurs américains sont autant d'instruments qui façonnent les perceptions des masses. Or, la similarité du socle idéologique fait de ces acteurs privés un relais d'influence précieux pour la diplomatie

---

17 Sa Youn Hwang, « Seoul Set to Ban "Illegal" Ride-sharing App Uber », cnet.com, 23 juillet 2014.

18 Voir sur : <[www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/the-digital-debate/digital-surveillance-like-clueless-guinea-pigs-13070758.html?printPagedArticle=true#pageIndex\\_2](http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/the-digital-debate/digital-surveillance-like-clueless-guinea-pigs-13070758.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2)>.



américaine. Une étude de la Northwestern University<sup>19</sup> a montré que Facebook était désormais la troisième source d'information la plus populaire du monde arabe, derrière Al Jazeera et Al Arabya. Comme le note Julien Nocetti dans son article « La diplomatie d'Obama à l'heure du Web 2.0 », si le discours du Caire de Barack Obama en juin 2009 a trouvé un tel écho positif, c'est en partie parce qu'il « a été diffusé en 13 langues sur les sites de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, MySpace, YouTube) ainsi que des podcasts<sup>20</sup> ».

Les instruments numériques jouent également un rôle croissant lors d'épisodes de contestation politique issue de la société civile. Lors des printemps arabes, les supports privilégiés pour diffuser de façon virale la contestation ont tous été américains, suivant la formule devenue célèbre : « Facebook pour planifier les manifestations, Twitter pour les coordonner et YouTube pour le dire au monde. » Cette présence numérique américaine est venue compléter la politique attentiste de l'administration Obama. En tant que « Che Guevara du XXI<sup>e</sup> siècle » – selon la formule du conseiller pour l'innovation de l'ancienne secrétaire d'État Hillary Clinton, Alec Ross –, l'Internet a ainsi en partie masqué les réticences du gouvernement américain. Au final, la mainmise sur le numérique à l'heure de son omniprésence est une façon, pour les États-Unis, de développer de façon synchrone plusieurs niveaux de discours pour maximiser leurs intérêts stratégiques.

Internet reste cependant un support ambivalent. L'exemple des printemps arabes a bien montré son utilisation par des manifestants favorables à la démocratie. Mais les réseaux sociaux et les téléphones portables pourraient tout aussi bien être utilisés par des groupes en opposition frontale avec les valeurs américaines, et demeurant en dehors de tout contrôle étatique. Certains régimes autoritaires savent pour leur part s'adapter aux réalités numériques. La Russie, la Chine ou l'Iran exercent un contrôle à la fois sur la structure (restriction du débit, coupure d'accès) et sur le contenu (censure, infiltration des réseaux de contestation).

Somme toute, la domination américaine sur le numérique permet à Washington de plaider pour une « liberté de l'Internet » comme levier de démocratisation – l'un des axes majeurs de l'administration Obama – tout en servant ses intérêts économiques<sup>21</sup>. Le relais de fait que constituent les acteurs privés du numérique a ainsi permis aux États-Unis de déployer une politique étrangère fine et plurielle, au sein de laquelle le poids des images privées a efficacement contrebalancé la réalité des actions officielles.

---

19 Voir sur : <<http://fr.scribd.com/doc/137906439/Media-Use-in-the-Middle-East-An-Eight-Nation-Survey-NU-Q>>.

20 J. Nocetti, « La diplomatie d'Obama à l'épreuve du Web 2.0 », *Politique étrangère*, vol. 76, n° 1, 2011.

21 *Ibid.*

Au-delà de la diplomatie des images, très utile pour entretenir le *soft power* américain, la confiance accordée aux géants numériques d'outre-Atlantique est aussi un atout précieux pour le renseignement. Les individus sont dans l'ensemble peu soucieux des traces qu'ils laissent sur Internet et restent enclins à livrer leurs données à des entités privées, en dépit de l'opacité persistante qui entoure ensuite leur utilisation. Dès lors, les liens entre plateformes américaines et autorités publiques sont un moyen pour ces dernières d'avoir un accès de seconde main à des informations précieuses.

L'affaire PRISM a révélé en 2013 l'ampleur des liens qui pouvaient exister entre géants du numérique et pouvoir politique. En s'appuyant sur Google, Skype ou Cisco, les services d'espionnage américains ont été en mesure de collecter des milliards d'informations et de surveiller étroitement les pays qu'ils jugeaient les plus stratégiques. Cette connivence est permise par l'ancienneté et l'ampleur du soutien public aux entreprises prometteuses du secteur. Ce soutien ne s'exprime pas nécessairement par des subventions très élevées ou *via* des aides financières abondantes : les entreprises du numérique n'en ont de toute façon pas besoin. Les géants du numérique bénéficient du soutien public américain de façon plus subtile : la diffusion de la recherche fondamentale, un encadrement réglementaire très léger et un fort soutien diplomatique pour que leur développement ne soit pas entravé à l'étranger.

Le 3 septembre 2014, le président Obama a ainsi nommé Megan Smith, auparavant vice-présidente du laboratoire de recherche Google X, en charge des projets les plus avancés de Google, au poste de Chief Technology Officer des États-Unis. Elle y retrouvera comme adjoint, Alex MacGillivray, ancien directeur juridique adjoint de Google en charge du lobbying. Nul doute que ces nominations contribueront à ce que l'administration Obama continue à célébrer la faculté de ces entreprises à apporter au monde entier une libération par la technologie. Cette dernière ne saurait donc être remise en question par des obstacles fiscaux, réglementaires, qu'ils soient liés au droit de la concurrence ou à la protection des données personnelles.

## ***Y a-t-il une fatalité numérique ?***

Le modèle qui encadre l'économie numérique encourage la constitution d'acteurs au poids prédominant. En sus de la stratégie consciente et réfléchie des entreprises américaines, quatre logiques induites par le numérique sont des facteurs amplificateurs du succès américain.

## **Une économie de l'exponentiel**

Les lois de Moore – à prix constants, la puissance des ordinateurs double tous les 18 mois – et de Metcalfe – l'utilité d'un réseau est

proportionnelle au carré du nombre de ses utilisateurs – se conjuguent pour donner une prime au gagnant. Les rendements décroissants créent, dans bien des secteurs, une inertie favorable à la concurrence en freinant le développement d'une entreprise à mesure qu'elle grandit. À l'inverse, c'est bien le modèle du *winner takes all* qui prévaut en matière numérique. Une fois qu'un acteur du numérique a su se construire une avance, cette dernière se renforce naturellement par les mécanismes suivants :

- La connaissance accrue des utilisateurs par la collecte des données et les retours d'expérience permet une meilleure adéquation de l'offre par rapport aux attentes des consommateurs ;
- La pertinence du service est décuplée par le nombre de membres – ainsi de Facebook ou de LinkedIn, dont l'utilité dépend de leur capacité à rassembler un grand nombre d'individus ;
- Le développement horizontal insère les utilisateurs dans un écosystème pensé pour fluidifier leurs multiples usages (compte unique, préférences mémorisées, etc.) ;
- L'utilisateur est victime de la « dépendance de sentier » : puisqu'il a investi du temps et de l'énergie pour s'approprier un service et en maîtriser les rouages, il est moins enclin à renouveler sans cesse l'expérience avec de nouveaux acteurs.

Dès lors qu'un acteur a réussi à se construire une position dominante, celle-ci a spontanément tendance à prospérer. La conséquence est la constitution de géants outre-Atlantique, tandis que l'Europe ne parvient pas à combler son retard originel et se contente d'une « miettocratie<sup>22</sup> ».

## Une rentabilité incertaine

Basé sur la rupture (*disruption*), c'est-à-dire sur le fait de proposer quelque chose de résolument nouveau à l'utilisateur, le secteur numérique suppose des sauts réguliers dans l'inconnu. En conséquence, les modèles économiques associés se construisent par tâtonnement – en témoigne le serpent de mer, longtemps évoqué, de la transformation de Facebook en un service payant –, ce qui implique une rentabilité originelle incertaine. Même des services à succès tels que Twitter peuvent ainsi connaître de lourds déficits à leurs débuts (79 millions de dollars en 2012).

Au-delà des stratégies d'intégration précédemment évoquées, la prévalence des effets de rupture dans le numérique, en rendant très incertaine la rentabilité, conduit davantage d'acteurs émergents à

---

22 P. Bellanger, *La Souveraineté numérique*, Paris, Stock, 2014.

s'adosser à un acteur solide pour poursuivre leurs activités, nourrissant la dynamique de consolidation.

## Une économie du travail gratuit

Dans leur rapport de janvier 2013<sup>23</sup>, Nicolas Colin et Pierre Collin décrivent comment les utilisateurs enrichissent gratuitement les sites en y ajoutant du contenu, en livrant leurs données et en les diffusant, sans être aucunement rétribué. C'est l'horizon d'une économie de plateformes, dans laquelle les grands acteurs ouvrent leurs services « à la multitude<sup>24</sup> » pour maintenir leur attractivité et décupler leurs potentialités. Dans ce nouveau paradigme - qu'on l'appelle économie contributive, travail invisible, capitalisme de la gratuité ou cognitif -, on observe donc une asymétrie fondamentale entre d'un côté les zones de création de valeur, diffuses, là où les utilisateurs sont présents, et de l'autre les lieux où elle est concrètement valorisée.

Cette caractéristique de l'économie numérique permet aux États-Unis de continuer à concentrer très largement les richesses, tout en mobilisant les savoirs et la créativité européens. À titre d'exemple<sup>25</sup>, les 700 000 applications présentes sur l'Appstore d'Apple correspondent à 500 000 années de temps ingénieurs ; elles ont été créées pour une part significative en Europe. Or, en l'espèce, l'Américain Apple n'a rien payé en frais de développement mais capte 30 % du chiffre d'affaires réalisé.

## La concentration géographique

Le quatrième élément déterminant de l'économie numérique conditionne la vitalité de tout l'écosystème. En effet, si le numérique est dématérialisé et peut agir de partout, si le slogan « anytime, anywhere, any device » (ATAWAD) est plus que jamais le mantra des systèmes informatiques, il repose aussi sur une hyper-localisation, dont la Silicon Valley est l'archétype, largement étudié et très souvent copié. Or, là encore, les États-Unis ont su tourner ce quatrième paramètre à leur avantage, en s'appuyant sur un « triangle d'or » précieux, associant système universitaire d'élite et tourné vers la recherche, entreprises dynamiques et financements abondants grâce à une industrie du capital-risque très puissante.

---

23 Voir sur : <[www.economie.gouv.fr/files/rapport-fiscalite-du-numerique\\_2013.pdf](http://www.economie.gouv.fr/files/rapport-fiscalite-du-numerique_2013.pdf)>.

24 N. Colin, *L'Âge de la multitude*, Paris, Armand Colin, 2012.

25 Voir sur : <[www.paristechreview.com/2014/06/30/souverainete-numerique/](http://www.paristechreview.com/2014/06/30/souverainete-numerique/)>.

# Des risques avérés pour l'Europe

---

La domination américaine du numérique, dont on a vu la réalité et les déterminants, n'est pas problématique en elle-même. Elle le devient lorsque les challengers potentiels ne sont pas en mesure de concurrencer cette puissance établie pour préserver un équilibre sain et stimulant. C'est le cas aujourd'hui en Europe.

## *Une prise de conscience tardive*

### **Une régulation qui nous échappe encore**

Les États-Unis se sont toujours présentés comme les gardiens du temple d'un Internet libre, en contrepoint des pratiques chinoises et russes. Ce positionnement s'est aujourd'hui émoussé sous l'effet de l'affaire PRISM, comme l'a illustré l'organisation d'un sommet de l'Internet libre à São Paulo en avril 2014. En quelque sorte, « les États-Unis ont perdu leur magistère moral<sup>26</sup> ».

L'évolution du rôle de Washington au sein de l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) est à cet égard symptomatique. La tutelle exercée par le département du Commerce américain sur cette instance est en effet le marqueur historique d'une « politique agressive d'influence dans l'élaboration des standards<sup>27</sup> ». Créée en 1998, l'ICANN n'a acquis son indépendance formelle qu'en 2009. C'est seulement en mars 2014 que le gouvernement américain s'est dit prêt à ouvrir la voie à un « processus de transition » afin de laisser émerger une régulation globale et équilibrée, qui réduirait son rôle de régulateur prédominant dans l'attribution des noms de domaines sur Internet.

Il n'en demeure pas moins que les États-Unis continuent pour le moment à impulser les évolutions essentielles du réseau mondial, et que la réduction de leurs prérogatives se fait à leur rythme et selon leur propre agenda. L'ouverture des noms de domaines de premier niveau – tels que .com ou .org –, gérée par l'ICANN, est une illustration récente de cette mainmise américaine persistante sur

---

26 J. Nocetti et F. Massit-Folléa, « Internet se cherche une gouvernance », *Lemonde.fr*, 23 avril 2014.

27 D. D'Elia, « La guerre économique à l'ère du cyberspace », *Hérodote*, n° 152-153, 2014.

l'organisation de l'Internet. En effet, près des trois quarts des 1 930 dossiers de candidatures déposés pour l'obtention de noms de domaine de premier niveau émanent d'entreprises américaines. Comme le rappelle Dominique Lacroix, il ne s'agit pas ici de « parler d'une stratégie explicite [de nommage et d'adressage des domaines], au sens d'un projet d'État, avec un objectif et un terme<sup>28</sup> » ; mais cette répartition éclaire sur la capacité américaine à se positionner en précurseur sur les enjeux de structure.

### Les domaines concernés : justice, fiscalité, culture, questions éthiques

Les questions liées au **droit à l'oubli** présentent le dernier exemple en date d'une inquiétante dépossession juridique de l'Europe. Suite à une condamnation de la Cour de Justice de l'Union européenne (CJUE), Google a en effet créé de façon unilatérale sa propre procédure de droit à l'oubli. *Via* un comité *ad hoc*, la compagnie étudiera chacune des requêtes pour déterminer souverainement si les traces d'un utilisateur ont effectivement à être effacées, en les confrontant avec d'autres principes tels que la liberté d'expression et la liberté de la presse. Les autres moteurs de recherche, quasi exclusivement américains, vont suivre. Ce passage à une justice privée est explicitement accepté par la CJUE, qui avance que : « Google évaluera les demandes de suppression au cas par cas et appliquera les critères mentionnés dans les textes de l'Union européenne et dans le jugement de la Cour européenne. Ces critères sont l'exactitude, l'adéquation, la pertinence – incluant le temps écoulé – et la proportionnalité des liens en question<sup>29</sup>. »

Même si une procédure d'appel reste possible auprès des autorités publiques, on va ainsi assister à un court-circuitage des procédures juridiques au profit d'un arbitrage rendu par Google. Le droit à l'oubli, qui recoupe les problématiques de mémoire, d'histoire et de pardon, toutes trois au cœur des attributs classiques d'un État, est désormais entre les mains de l'entreprise américaine.

Cette évolution laisse aussi présager, en creux, la constitution d'une liste des individus pour lesquels des informations auront été effacées. Construire un fichier recensant ce que les gens ont de moins glorieux à exhiber revient à acquérir sur eux un pouvoir considérable. Déjà préoccupé par l'emprise de Google lorsqu'il écrivait *Quand Google défie l'Europe : plaidoyer pour un sursaut* (2010), Jean-Noël Jeanneney pouvait-il imaginer la constitution d'une telle liste, sorte « d'enfer de bibliothèque » dont seul le géant américain aurait les clés ? Quatre ans plus tard, c'est pourtant une réalité en germe.

---

28 D. Lacroix, « Ranger la terre. Le nommage des domaines est-il l'expression d'une stratégie des États-Unis de domination des réseaux ? », *Hérodote*, n° 152-153, 2014.

29 Voir sur : <<http://www.droit-technologie.org/upload/actuality/doc/1648-1.pdf>>.

La question du droit à l'oubli montre comment, dans le vide et les incertitudes laissés par les autorités européennes, des intérêts privés peuvent prospérer et s'accaparer un pouvoir de nature quasi régaliennne.

La **question fiscale** est une deuxième illustration de ce qui s'apparente à une perte de souveraineté du continent européen. En laissant prospérer les réflexes nationaux, l'Europe a créé un maillage fiscal mité sur tout le continent. Grâce à des techniques d'optimisation fiscales telles que le « double irlandais » ou le « sandwich hollandais »<sup>30</sup>, les grandes entreprises américaines du numérique s'arrangent pour ne payer quasiment aucun impôt en Europe<sup>31</sup>. Selon une étude Greenwich réalisée à la demande de la Fédération française des télécoms (FFT)<sup>32</sup>, Google, Amazon, Facebook et Apple se sont acquittés, en 2011, de 22 fois moins d'impôt sur les sociétés en France que ce qu'ils auraient dû payer. En ajoutant également les pertes en termes de taxe sur la valeur ajoutée (TVA), on arrive à un total qui représente un manque à gagner annuel supérieur à 1 milliard d'euros rien qu'en France.

Par manque de coordination et de volonté politique, les entreprises américaines du numérique bénéficient d'une clémence fiscale dont elles n'ont pas besoin. À niveau de dépenses publiques équivalent, des recettes alternatives sont prélevées sur d'autres bases fiscales... et notamment sur les consommateurs. De façon plus anecdotique, le fait qu'Amazon se soit mis à battre monnaie, avec les *Amazon coins* – réserve d'argent avec un cours fixe qui ne peut être dépensé que sur le site d'Amazon –, est un autre exemple d'une prédation régaliennne de la part de ces acteurs.

Le troisième aspect a trait à la mainmise en matière **culturelle**. En effet, la domination des plateformes par des firmes américaines permet largement à ces dernières de définir les contenus qui y sont proposés. Les exemples relatifs aux censures excessives des géants de l'Internet sont parlants, qu'ils soient la résultante d'une pudibonderie excessive ou d'un calibrage défaillant de leurs filtres. Comme a pu le montrer la philosophe Barbara Cassin dans son ouvrage *Google-moi : la deuxième mission de l'Amérique* (2006),

---

30 « "Double irlandais" et "sandwich hollandais" : la recette de Google pour réduire ses impôts », *Challenges*, 31 octobre 2012.

31 À noter que les compagnies américaines pratiquent également l'optimisation fiscale dans leur pays. En ne rapatriant pas ses profits aux États-Unis, Apple a réussi par exemple à n'y payer que 12,6 % d'impôts en 2012 – l'impôt sur les sociétés étant en réalité de 39 % (M. Pease, « You Pay Taxes, and Rich Corporations Don't », CNN, 16 juillet 2014). Ces compagnies participant activement au financement des campagnes électorales américaines, on peut penser que leur impunité fiscale est encore plus forte aux États-Unis qu'en Europe.

32 « Étude comparative internationale sur la fiscalité spécifique des opérateurs télécoms et les schémas d'optimisation fiscale des acteurs *Over-the-Top* », Greenwich Consulting, 17 avril 2013, disponible sur : <[www.ffttelecoms.org/sites/ffttelecoms.org/files/contenus\\_lies/1304.12\\_-\\_etude\\_greenwich\\_2013\\_-\\_francais\\_1.pdf](http://www.ffttelecoms.org/sites/ffttelecoms.org/files/contenus_lies/1304.12_-_etude_greenwich_2013_-_francais_1.pdf)>.

cette influence est également plus diffuse : alors même que ces entreprises se prévalent d'une neutralité totale, elles transmettent forcément des sous-jacents moraux.

Et à mesure que les algorithmes s'affinent, leurs ambitions ne sont plus seulement de donner un sens à partir d'un ensemble de mots clés, mais aussi d'anticiper les questions que nous nous posons. Indépendamment de son bien-fondé, cette approche « solutionniste » laisse un plus grand rôle à ceux qui fournissent les réponses. Or, en l'absence d'alternative européenne crédible, ces derniers sont à 99 % des entreprises américaines dont l'agenda ne recoupe pas nécessairement les priorités et préoccupations des Européens. Le risque est alors grand de voir se créer des *filter bubbles* telles que les a théorisées Eli Pariser : par le ciblage plus poussé et l'anticipation de ses attentes, l'utilisateur se retrouve constamment ramené vers ce qu'il connaît et apprécie déjà<sup>33</sup>. La sérendipité, ce que Thierry Jadot appelle joliment « la magie du hasard<sup>34</sup> », disparaît, entraînant une perte de curiosité envers l'autre et un repli sur ses propres certitudes.

Ce n'est pas tant la stratégie de ces entreprises qui est en cause que le fait que les Européens les laissent devenir dépositaires de leur accès à l'information et à la connaissance. Le meilleur symbole de cette influence reste l'imprégnation du vocabulaire numérique par les termes américains et leur traduction inexistante dans d'autres langues. Les termes *like*, *tweet*, *follow* ou encore le *user generated content* (UGC) sont souvent repris tels quels dans d'autres langues que l'anglais. Ceci illustre une difficulté structurelle à s'approprier pleinement les logiques du numérique américanisé.

Le dernier versant de cette dépossession en matière de souveraineté concerne les **questions éthiques**. La diversification des entreprises américaines les amène à réaliser des investissements croissants dans le domaine des nanotechnologies, bio-ingénierie, informatique et cognitive (NBIC). Si ces dépenses sont sous-tendues par un intérêt lucratif – ainsi des *Google glass*, qui ouvrent de fortes possibilités en termes de réalité augmentée –, elles n'ont pas qu'un objectif commercial. Elles traduisent aussi la volonté de ces acteurs privés d'acquérir des connaissances sans cesse plus poussées dans les domaines purement médicaux : travaux sur l'allongement de la vie, prothèses intelligentes, etc. Or, cette orientation a pour horizon assumé le transhumanisme, un mouvement né dans les années 1950 et qui projette d'améliorer le fonctionnement du corps humain par les techniques les plus avancées afin de repousser au maximum la vieillesse, voire la mort. La création par Google de Calico, entreprise dont le projet est de « tuer la mort », ou le rachat, toujours par

---

33 E. Pariser, *The Filter Bubble: How the New Personalized Web is Changing What We Read and How We Think*, New York, NY, Penguin Books, 2012.

34 Th. Jadot, *L'Été numérique : les huit révolutions digitales qui vont transformer l'entreprise*, Paris, Nouveaux Débats publics, 2014.



Google, de la société de séquençage d'ADN 23AndMe, dont le but affiché est d'augmenter l'espérance de vie par la technologie, témoignent de cette évolution.

Cette interpénétration de l'humain et de la technologie a pour corollaire un rétrécissement de la sphère privée, considérée comme une anomalie. En effet le corps connecté, irrigué par le numérique, devient également un corps contrôlable, mesurable, localisable. « Si vous souhaitez que personne ne soit au courant de certains de vos agissements, peut-être que vous ne devriez pas les faire au premier chef », a ainsi dit le président exécutif de Google, Éric Schmidt. Le fondateur de Facebook, Marc Zuckerberg, a pour sa part déclaré considérer la vie privée comme « un concept dépassé », auquel il ne croyait pas<sup>35</sup>.

En conclusion, si l'on définit la souveraineté comme la capacité d'un État et de sa population à faire valoir, sur un territoire, les droits qu'ils se sont fixés, le constat est net : la prévalence américaine en matière numérique amène à une vraie perte de souveraineté en Europe.

## L'intermédiation américaine

Le contact direct avec le marchand permis par l'Internet et l'essor de l'économie collaborative ont pu laisser croire que l'économie numérique prenait la forme d'un modèle désintermédié. Or, c'est en réalité le contraire qui advient, avec la montée en puissance d'intermédiaires dont le poids est sans cesse accru en amont et en aval de la chaîne de valeur. Sur des marchés bifaces, l'intermédiaire remporte la mise en optimisant d'un côté sa connaissance de l'utilisateur et en faisant pression de l'autre sur des fournisseurs devenus totalement dépendants.

Dans son rapport de 2013, *La Dynamique d'Internet. Prospective 2030*, le Commissariat général à la stratégie et à la prospective identifie trois mécanismes de rémunération pour ces intermédiaires. À chacun, on peut accoler l'exemple d'intermédiaires américains qui, une fois leur puissance consolidée, rançonnent les acteurs économiques européens :

- **Le modèle du revenu publicitaire**, dans lequel l'audience acquise par la plateforme est ensuite monétisée auprès des annonceurs. Google, en obtenant un pouvoir de marché déterminant (plus de 94 % du marché de la recherche en ligne en Europe) a pu imposer des conditions inéquitables aux annonceurs. Sur l'Internet mobile, Google a ainsi averti à

---

35 Voir sur :

<[http://readwrite.com/2010/01/09/facebooks\\_zuckerberg\\_says\\_the\\_age\\_of\\_privacy\\_is\\_ov](http://readwrite.com/2010/01/09/facebooks_zuckerberg_says_the_age_of_privacy_is_ov)>. Marc Zuckerberg semble cependant avoir récemment adopté un discours différent sur cette question. Voir M. Untersinger, « Vie privée : comment Marc Zuckerberg a changé d'avis », LeMonde.fr, 28 juillet 2014.

l'automne dernier certains de ses partenaires européens qu'il conserverait à l'avenir 75 % des revenus publicitaires générés, contre 51 % auparavant.

- **Le modèle de la commission** : l'intermédiaire prélève un pourcentage sur les transactions réalisées. Dans le domaine de l'hôtellerie, l'importance structurante d'intermédiaires américains tels que Booking.com ou Expedia leur permet de facturer aux hôteliers des commissions disproportionnées (jusqu'à 30 %) par rapport à leur rôle effectif dans la création de valeur, et de leur imposer des clauses léonines, qui ont d'ailleurs fait l'objet d'une plainte de la part du ministère français de l'Économie. C'est le même fonctionnement qu'a adopté Uber, en retenant 20 % sur les courses de ses chauffeurs affiliés, au statut précaire d'autoentrepreneurs.
- **Le modèle de l'abonnement**, par lequel l'intermédiaire fait payer l'utilisation de ses services. Là encore, une fois la position dominante construite, la plateforme peut imposer des conditions arbitraires et désavantageuses à ses interlocuteurs. En juin 2014, la controverse entre YouTube et certains labels indépendants a éclairé ce rapport de forces : souhaitant créer un service premium, sur le modèle de Spotify ou Deezer, YouTube a voulu imposer aux différents labels des conditions de rémunération inférieures de 10 % au plancher actuellement en vigueur sur les autres plateformes. En cas de refus, le label serait déréférencé sur YouTube, ce qui aurait des conséquences dramatiques en termes d'audience<sup>36</sup>. Si les grandes majors américaines sont protégées par leur taille contre ce genre de chantages, les labels plus modestes subissent de plein fouet la loi du géant.

Ainsi, par l'intermédiation, quelques plateformes américaines ont acquis un rôle d'aiguillage stratégique qui fragilise des acteurs européens devenus dépendants. Cette situation n'est pas sans incidence sur les viviers d'emplois que représente le numérique.

## Un risque pour l'emploi

La concentration des industries numériques les plus puissantes aux États-Unis est d'autant plus problématique que l'économie numérique est en elle-même assez pauvre en emplois. Les estimations fixent un rapport de 1 à 4 entre le nombre d'emplois créés et ceux détruits dans les secteurs touchés. Le journaliste David Gerwitz compare ainsi les 400 000 emplois créés par General Motors dans les années 1950 aux États-Unis avec les 43 000 employés américains

---

36 Voir sur : <[www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/0203518714515-musique-youtube-en-guerre-avec-les-labels-independants-673537.php](http://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/0203518714515-musique-youtube-en-guerre-avec-les-labels-independants-673537.php)>.

que comptait Apple en 2012<sup>37</sup>. Pire encore, seuls 10 % de ces emplois nouveaux sont hautement qualifiés. En conséquence, on observe un double phénomène de rétrécissement et de polarisation du marché du travail, écartelé entre la création de nombreux emplois peu qualifiés et la persistance d'une élite, dont la base se rétrécit.

En ayant acquis une part décisive de l'économie numérique, les États-Unis parviennent à compenser ce double effet par un accroissement du volume. Ainsi, entre 2007 et 2011, les industries de l'Internet auraient créé 610 000 emplois dans le pays, rien que pour les relations et l'assistance à l'utilisateur<sup>38</sup>. Mais c'est l'inverse qui se produit en Europe, où la destruction créatrice attachée au numérique concentre les destructions d'emploi. Les créations – en nombre plus réduit – restent aux États-Unis.

## ***Rapide et résolue, une réponse européenne s'impose***

En l'état actuel du rapport de forces transatlantique, le numérique représente donc un risque direct pour l'ensemble de la société européenne. Pourtant, la réponse déployée par les dirigeants européens reste pour le moment largement sous-calibrée. C'est d'autant plus dommage que les entreprises américaines ont absolument besoin du marché européen pour se développer et prospérer car elles n'ont en réalité pas d'alternatives.

En effet, les autres marchés potentiels sont, soit trop embryonnaires – c'est le cas des marchés africains –, soit d'une taille insuffisante. D'autres zones potentielles ont en outre su se constituer en écosystèmes autonomes. Ainsi en Russie comme en Chine, davantage que les barrières linguistiques, c'est la crainte du politique à l'égard des industries américaines qui a permis l'émergence de rivaux de qualité et d'un poids suffisant. Alibaba et Baidu concurrencent avec succès Amazon et Google en Chine ; Yandex et V Kontakte tiennent la dragée haute à Google et Facebook en Russie. L'Europe reste donc en position favorable pour imposer des concessions substantielles aux industries américaines. Pourtant, elle s'en abstient.

---

37 D. Gerwitz, « Apple: made in China, Untaxed Profits Kept Offshore », Znet.com, 26 janvier 2012, disponible sur : <[www.zdnet.com/blog/government/apple-made-in-china-untaxed-profits-kept-offshore/11126](http://www.zdnet.com/blog/government/apple-made-in-china-untaxed-profits-kept-offshore/11126)>.

38 Voir sur : <[www.usitc.gov/publications/332/pub4415.pdf](http://www.usitc.gov/publications/332/pub4415.pdf)>.

## La Commission européenne, symbole et symptôme des insuffisances du vieux continent

La Commission européenne, dont le rôle en matière concurrentielle est déterminant dès lors qu'il s'agit d'enjeux de taille européenne, peine à prendre l'exacte mesure des risques induits par la domination numérique américaine. Elle n'utilise pas toutes ses prérogatives pour limiter les pouvoirs des entreprises les plus puissantes. C'est ainsi que l'on peut interpréter le choix d'une procédure de transaction plutôt que d'une procédure contentieuse dans le cas Google en cours d'examen à Bruxelles<sup>39</sup>. Alors que la procédure classique peut permettre d'aboutir à des décisions fortes, la voie de la négociation reste par excellence une procédure « grise » qui souffre de deux carences majeures :

Au lieu d'affirmer des principes forts et non négociables, tels que la non-discrimination entre les concurrents ou la libre concurrence, la procédure de transaction s'enlise dans des discussions plus ou moins opaques dont les résultats sont des compromis insuffisants. La puissance de lobbying dont font preuve les grandes industries numériques américaines, allant jusqu'à s'attacher les services d'anciens parlementaires européens – ainsi l'Allemande Erika Mann, recrutée par Facebook –, contribue d'ailleurs à éousser la détermination des institutions européennes.

En ne sanctionnant pas sévèrement les abus des géants américains, la procédure de transaction crée aussi une incitation à poursuivre de tels abus. En atténuant la possibilité d'amendes fortes – qui peuvent atteindre jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires mondial par la procédure classique –, elle perd son caractère dissuasif. Les entreprises ont alors tout intérêt à déployer une stratégie dilatoire, pour bénéficier des rentes de leurs abus en attendant qu'un accord soit trouvé. Quand bien même cet accord rétablit *in fine* une situation plus équilibrée, le mal est fait. Les conséquences d'années passées dans un régime asymétrique ne peuvent se résorber ni à court, ni à moyen terme : la capacité d'investissement des entreprises est réduite, certaines font faillite, etc.

Cette attitude pour le moins timorée de la Commission tranche avec la sévérité de l'amende de 8,9 milliards de dollars infligée récemment par le régulateur américain à BNP Paribas. De ces différences de traitement découle immanquablement une efficacité divergente entre l'action des deux régulateurs. De manière plus surprenante, on peut aussi comparer la lenteur et la faiblesse de la procédure concernant Google avec la sanction de 30 millions d'euros infligée par la même Commission européenne à Bonduelle pour une « entente dans le secteur des conserves de champignons », soit plus de la moitié de son résultat net annuel – pour Google, cela

---

39 Enquête en cours sur un abus de position dominante dans les domaines de la recherche en ligne et des annonces publicitaires liées aux recherches en ligne.

représenterait donc une sanction de l'ordre de 7 milliards de dollars. Sans nier l'importance du marché des légumes en conserve, on peut légitimement penser qu'il n'atteint pas tout à fait l'importance d'un Internet libre et ouvert.

Il serait naïf d'attendre d'une entreprise qu'elle respecte spontanément les règles si, en les enfreignant, elle maximise son profit tout en évitant les sanctions. C'est bien aux États de construire un cadre de régulation adapté : suffisamment souple pour s'adapter au dynamisme d'un marché évolutif, mais avec des garde-fous puissants qui soient autant de forces de rappel pour les entreprises dans l'illégalité.

Ces litiges numériques peu efficaces recourent au demeurant une évolution récemment analysée par Antoine Garapon dans l'ouvrage collectif : *Deals de justice : le marché américain de l'obéissance mondialisée* (2013). Selon lui, on assiste aujourd'hui en Europe à un glissement, d'une approche juridique punitive à une justice externalisée au profit d'acteurs privés. Cette dernière privilégie des raisonnements en termes de coûts et d'opportunités, avec « la coopération active des sujets de droit à la répression qui les concerne ». Elle traduit un véritable changement de paradigme, entre une procédure de droit romain et un dispositif d'inspiration anglo-saxonne. Au cours du mandat du vice-président de la Commission, Joaquín Almunia, en tant que commissaire chargé de la concurrence, il y a eu 14 négociations contre 2 contentieux. Le risque est de faire de l'entreprise « la nouvelle bouche de la loi » et du juge une simple borne d'enregistrement. Au regard de la puissance économique et juridique acquise par les acteurs américains, une telle évolution est de nature à hypothéquer la vigueur et l'intransigeance des contreparties exigées par le régulateur européen.

## Réagir maintenant

Mise en valeur par un récent article du *New York Times*<sup>40</sup>, la stratégie française en matière de livres peut être un bon exemple de « réglementation capacitante ». En empêchant que des acteurs tels qu'Amazon puissent pratiquer une politique de prix prédatrice dans la vente de livres, la France permet en effet le maintien d'un tissu dense de librairies indépendantes qui, *in fine*, alimente la création littéraire. La même logique a prévalu lors de la constitution d'une exception culturelle dans le domaine du cinéma, qui a permis d'aider la création indépendante grâce à un système de reversement interne et par des pratiques volontaristes (quotas, allègements fiscaux, subventions). La fixation d'un cadre solide ouvre de nombreuses opportunités pour la créativité des auteurs, qui n'ont plus à se plier aux *desiderata* d'un

---

40 Voir sur : <[www.nytimes.com/2014/07/10/opinion/pamela-druckerman-the-french-do-buy-books-real-books.html](http://www.nytimes.com/2014/07/10/opinion/pamela-druckerman-the-french-do-buy-books-real-books.html)>.

acteur dominant. Ce raisonnement peut très largement s'appliquer à l'économie numérique dans son ensemble.

La priorité doit être de rétablir un *level playing field* vis-à-vis des acteurs dominants américains. Au lieu de se perdre dans des négociations de marchands de pixels avec ces géants, il faut rétablir la logique d'une primauté du droit et ne pas transiger sur les principes forts qui régissent le cadre concurrentiel : la libre concurrence et la liberté d'entreprendre sont des valeurs au cœur du projet européen, elles ne peuvent pas faire l'objet de compromis avec des acteurs américains en position de force.

Quelques pistes plus concrètes peuvent ainsi être avancées :

- **Redonner la main aux États.** Les autorités nationales ont souvent fait preuve de davantage de réactivités et de sévérité que leurs homologues européennes. Ainsi en est-il en France de l'Autorité de la concurrence ou de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) qui ont déjà eu l'occasion de sanctionner les entreprises américaines du numérique pour leurs comportements illégaux concernant la protection des données personnelles. Dans d'autres secteurs, l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) s'est révélée par le passé d'une efficacité redoutable pour ouvrir la concurrence dans le secteur des télécoms, tandis que le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) est aujourd'hui incontesté dans son rôle de garant de la pluralité de nos médias. **Rétablir une subsidiarité en cas d'enlèvement des procédures à Bruxelles** serait tout autant une garantie d'action qu'une incitation forte pour les institutions européennes. Il pourrait être décidé que l'ouverture d'une procédure de négociation, à la place de celle contentieuse classique, n'épuise plus la compétence des autorités nationales de la concurrence. Ces dernières pourraient alors continuer à maintenir les entreprises abusives sous pression, plutôt que de les laisser dans ce *no man's land* procédural très avantageux pour elles.

- Il serait également souhaitable de **déplafonner le montant des sanctions** que peuvent infliger les autorités de protection des données. Pour le moment, la CNIL française ne peut dépasser 150 000 d'euros d'amendes (300 000 d'euros en cas de récidive), ce qui correspond à deux minutes du chiffre d'affaires mondial de Google. La sanction qu'elle lui a ainsi infligée en janvier dernier<sup>41</sup> n'est pas dissuasive : elle représente un risque mineur au regard des gains obtenus par le croisement illégal des données personnelles et la connaissance affinée des utilisateurs qu'il permet. Fixer un plafond selon un

---

41 Voir sur : <[www.cnil.fr/linstitution/actualite/article/article/la-formation-restreinte-de-la-cnil-prononce-une-sanction-pecuniaire-de-150000-EUR-a-lencontre/](http://www.cnil.fr/linstitution/actualite/article/article/la-formation-restreinte-de-la-cnil-prononce-une-sanction-pecuniaire-de-150000-EUR-a-lencontre/)>.

critère unique – un pourcentage du chiffre d'affaires mondial – aurait dès lors une dimension dissuasive bien plus crédible.

- **Réserver l'accès à l'open data aux entreprises qui respectent leurs obligations en matière de fiscalité et de protection des données personnelles.** Cette conditionnalité conférerait un avantage comparatif et compensatoire aux entreprises vertueuses par rapport à celles qui, sciemment, négligent les réglementations européennes.
- **Accélérer la coordination fiscale entre États membres.** À l'heure actuelle, le double irlandais et le sandwich hollandais sont les preuves d'une régulation disparate dont se jouent les acteurs du numérique américains. Il faut y mettre fin en harmonisant les modèles fiscaux, quitte à compenser de façon temporaire les pertes qui en découlent pour certains pays. Par ailleurs, les ressources additionnelles collectées grâce à une unification des droits fiscaux pourraient pendant un temps être fléchées vers un fond dédié du budget européen servant à financer des projets numériques innovants sur tout le continent. Ce serait un beau symbole d'une Europe unie et réunie autour d'une même ambition pour l'avenir.

Le défi numérique a été bien identifié par le nouveau président de la Commission européenne, Jean-Claude Juncker. L'agenda européen annonce clairement sa détermination à : « créer un marché unique numérique pour les consommateurs et les entreprises – utiliser les opportunités liées aux technologies numériques, qui ne connaissent pas de frontières [...] Je travaillerai sur ces enjeux dès mon premier jour en tant que Président de la Commission européenne. ».<sup>42</sup>

Cette prise de conscience est en soi une victoire porteuse d'espoirs pour l'avenir numérique de l'Union européenne. Elle doit désormais se traduire en actes concrets, pour permettre à l'Europe de renouer avec ses ambitions dans la compétition numérique mondiale.

---

42 Voir sur : <[http://ec.europa.eu/about/juncker-commission/docs/pg\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/about/juncker-commission/docs/pg_fr.pdf)>.

## La collection des Potomac Papers

- Laurence Nardon, « Réduire la taille des portions : les guerres alimentaires aux États-Unis », n°19, juillet 2014 ;  
Guy Hervier, « Ohio : la renaissance ? », n°18, octobre 2013 ;  
Aurélié Godet, « La crise idéologique du Parti républicain », n°17, juin 2013 ;  
Gabrielle Durana, « États-Unis : le rôle de l'État dans le soutien à l'innovation », n°16, avril 2013 ;  
Herman Schwartz, « Don't Bank on Change: Finance and Regulatory Reform in the U.S. », n°15, septembre 2012 ;  
Anne-Lorraine Bujon, « L'irrésistible ascension des mormons américains », n°14, juin 2012 ;  
Anne Deysine, « Argent et élections aux États-Unis : la campagne de 2012 », n°13, juin 2012 ;  
Nicol C. Rae, « The Democratic Party under Obama and Beyond », n°12, mars 2012 ;  
Gilbert N. Kahn, « Jewish Activism in the United States: Is J Street a Passing Phenomenon ? », n°11, février 2012 ;  
Laurence Nardon, « Le conservatisme texan », n°10, janvier 2012 ;  
Navtej S. Dhaliwal, « U.S. Demographics: The Hispanic Boom », n°9, septembre 2011 ;  
Yves-Marie Péréon, « L'anti-environnementalisme, nouveau thème des conservateurs américains », n°8, septembre 2011 ;  
Gabrielle Durana, « La Californie en 2011, entre dynamisme et entraves », n°7, juin 2011 ;  
Larry J. Sabato, « Where Now for Obama? », n°6, janvier 2011 ;  
Sylvie Laurent, « Où va l'école américaine ? », n°5, octobre 2010 ;  
Page Somerville Robinson, « I'm not a Feminist, but...: A Comparative Analysis of the Women's Movement in the US and France », n°4, septembre 2010 ;  
François Vergniolle de Chantal, « Internet et Politique », n°3, juin 2010 ;  
Anne-Lorraine Bujon, « Au cœur de l'Amérique, le mouvement des Tea Parties », n°2, février 2010 ;  
Yves-Marie Péréon, « À la veille de Copenhague, Obama et l'environnement », n°1, novembre 2009.

Toutes ces notes peuvent être téléchargées gratuitement sur le site de l'Ifri :

[www.ifri.org](http://www.ifri.org)

Vous pouvez aussi suivre l'actualité du programme États-Unis de l'Ifri sur Twitter :

[@LaurenceNardon](https://twitter.com/LaurenceNardon)