

Qui veut la peau des Gafa ?

Briser la souveraineté des Google, Apple, Facebook et autres Amazon est devenu l'un des trophées de chasse les plus prisés aux Etats-Unis. Au nom de la démocratie, quasi de l'avenir de l'humanité, le démantèlement de ces mastodontes, plus puissants que certains Etats, frise parfois l'obsession. Une fausse bonne idée ?

PHILIPPE LALOUX

Les Etats sont devenus des monstres bureaucratiques inefficaces. Les sociétés de l'Internet comme Google sont beaucoup plus efficaces. Elles auront donc vocation à remplacer les Etats. » Un disciple de George Orwell ou d'Aldous Huxley ? Non. Eric Schmidt, ancien patron de Google ? Gagné. La figure mythique de la Silicon Valley avançait cette vision, un brin dystopique, dans son livre paru en 2016, « The New Digital Age, un meilleur des mondes numériques ». A entendre les cris d'alarme lancés depuis les deux rives de l'Atlantique, la fiction semble aujourd'hui être à un fil de la réalité. Google, Apple, Facebook, Amazon, regroupées dans l'acronyme Gafa, menaceraient notre souveraineté, ni plus ni moins.

Cultivant leur image « cool » aux quatre coins du globe, ces start-up ont réussi en vingt ans à s'imposer dans le peloton de tête des plus grandes capitalisations boursières. Et dans nos vies. Leurs patrons ? Des références iconiques de l'entrepreneur à succès, soignant l'image du « geek » précurseur, du « good guy » animé d'intentions humanistes. Et prêchant l'accès universel à internet dans un langage évangélique, quasi philanthropique.

Mais à Washington, ils sont aussi de plus en plus décriés pour leur mainmise tentaculaire sur l'économie mondiale, leurs pratiques de corsaires fiscaux, de receleurs de données personnelles, de tauliers de l'innovation. Ou de trouble-fête de la marche de l'humanité en s'imposant structurellement dans nos vies, nos comportements, nos opinions.

L'antitrust prêt à en découdre

Gaffe aux Gafa. Ces nouveaux rois du pétrole n'auraient qu'à bien se tenir. Prêt à en découdre pour siffler la fin de la récré, l'antitrust américain en a d'ailleurs vu d'autres. L'ogre des télécoms, AT&T, a été dépecé en sept entreprises en 1982. Au début du XX^e siècle, la Standard Oil était aussi puissante que les géants de la Silicon Valley.

Née en 1863, elle avait fini par contrôler 90 % du raffinage, du transport, du commerce et de la distribution de pétrole aux Etats-Unis. Admiré pour sa stratégie commerciale et son innovation, l'empire Rockefeller était tout aussi redouté pour sa capacité à racheter ses concurrents, faire plier ses fournisseurs et à écraser les prix pour muscler ses parts de marché.

Convaincu d'agir pour le bien de l'humanité (puisqu'il éclairait le monde avec son pétrole bon marché), Rockefeller a toujours nié avoir enfanté un

913.358

C'est le nombre cumulé de salariés travaillant au sein des Gafa (Amazon : 647.000 ; Apple : 132.000 ; Google : 98.771 ; Facebook : 35.587). Une paille par rapport à la « vieille économie » (Walmart : 2,3 millions ; Volkswagen : 642.292).

monopole. Jusqu'à ce qu'en 1911, Roosevelt ne fasse éclater « la pieuvre », en s'appuyant sur le fameux Sherman Antitrust Act (adopté en 1890). C'est ce texte que certains élus à Washington, pour qui le spectre du monstre tentaculaire est de retour, espèrent exhumer plus de cent ans plus tard.

Les données, le nouveau pétrole

L'argumentaire, pour le résumer à la hache, est le suivant : les données sont aujourd'hui aussi essentielles pour l'économie que le pétrole il y a un siècle. « Rockefeller avait compris ce qu'était l'infrastructure de la prochaine révolution industrielle », relève Alexandre De Streel (UNamur et Saint-Louis), spécialiste des politiques de concurrence et de la régulation des industries numériques. « Les données, ce sont les infrastructures de la nouvelle révolution industrielle. Ce sont les ponts, les rails, d'antan. Ces ressources essentielles doivent être accessibles pour garantir l'innovation. »

Il n'a pas fallu vingt ans pour que les

Gafa cadennassent cet accès. Vingt années au cours desquelles ces entreprises ont pu se développer tranquillement sous le soleil de la Silicon Valley. Et ce sans que jamais un politique ne se risquerait à les bousculer. Car, à l'inverse des mal-aimés AT&T et Standard Oil, ces « start-up » affichent des taux de popularité affolants. Leur batterie de services est devenue à peu près indispensable dans la vie privée et professionnelle de milliards de personnes. Et souvent gratuits, comme les moteurs de recherche, navigateurs web, mails, réseaux sociaux, messageries instantanées, magasins en ligne...

L'effet boule de neige

Le miracle californien à la base de ces « success stories » foudroyantes se nourrit dans « l'effet réseau », un mécanisme spécifique à l'univers numérique selon lequel l'utilité d'un service s'accroît avec son nombre d'utilisateurs. La qualité d'un moteur de recherche, par exemple, s'améliore avec le nombre de requêtes qu'il traite, car il utilise ces dernières pour affiner sans cesse ses résultats. Une qualité accrue de service lui permet en retour d'attirer de nouveaux utilisateurs. Effet boule de neige assuré.

A l'effet réseau, s'ajoutent aussi deux clés déterminantes du succès. « Contrairement à l'Europe, ces start-up ont un accès direct à un marché unifié de 350 millions de personnes parlant la même langue », rappelle Alexandre De Streel. Pour croître sur le marché européen, les jeunes pousses du Vieux Continent doivent surmonter les barrières liées à sa mosaïque persistante de marchés, de cultures, de langues et d'institutions, malgré soixante ans de construction européenne.

« Elles ont aussi plus facilement accès au capital-risque à bon marché », poursuit De Streel. Là où une entreprise lambda va emprunter et se constituer des fonds propres au prix fort, les start-up du web bénéficient de l'appétit vorace de fonds d'investissement spécialisés, qui miseront des milliards sur des vingtenaires à peine sortis de la fac.

Facebook avait levé plus de 500 millions de dollars à peine deux ans après son lancement.

Le règne des anticonformistes

Car les investisseurs « achètent » aussi la vision des fondateurs : Amazon a atteint la valorisation boursière de 500 milliards de dollars sans avoir jamais distribué aucun dividende. Loin de la philanthropie, ce modèle singulier vise d'abord des croissances extrêmes plutôt que des rentabilités immédiates. Dans cette course à la taille, les start-up européennes courent avec des semelles de plomb.

Plus que jamais, les barrières concurrentielles se dressent à coups d'innovation et de culture entrepreneuriale anticonformiste. De quoi affoler tous les compteurs. Le 25 avril, Microsoft (le cinquième larron des Gafam) rejoignait ainsi le club très privé des entreprises ayant brièvement franchi la barre des 1.000 milliards de dollars de capitalisation boursière, après Apple (août 2018) et Amazon (septembre 2018). 1.000.000.000.000 de dollars ! Plus qu'une valeur d'entreprise stratosphérique, ces treize chiffres sont la meilleure illustration du changement de dimension économique provoqué par la révolution numérique.

Si seule la taille comptait pour briser un empire, cela fait longtemps que la Federal Trade Commission leur aurait tordu le cou. Exxon, héritière de l'empire Rockefeller, n'a jamais « que » tuoté les 500 milliards de dollars à Wall Street (soit grosso modo le PIB de la Belgique) sans jamais les dépasser. Les similitudes entre les Gafa et Standard Oil ont pourtant de quoi nourrir les fantasmes des partisans les plus acharnés du démantèlement. Leur argumentation est la suivante : les données sont aujourd'hui aussi essentielles pour l'économie que le pétrole il y a cent ans. Les géants technologiques jouiraient donc du même type de monopole que la Standard Oil autrefois.

« Too big to fail » ?

« Too big to fail » (trop gros pour faire faillite), disent-ils en substance : non seulement elles sont devenues des maillons incontournables de l'économie, mais, en plus, elles en dicteraient les lois. Un statut d'Etat, en somme. Le Danemark, dont le PIB est équivalent à celui des Gafa, a d'ailleurs nommé Casper Klynge ambassadeur officiel auprès des géants de la tech à Palo Alto, capitale de la Silicon Valley. Une première qui en dit long sur la stature de ces mastodontes dont l'emprise tentaculaire est à la fois mondiale et fonctionnelle. Et de leurs fondateurs reçus comme des chefs d'Etat, notamment par Emmanuel Macron.

L'acte d'accusation, long comme un jour sans pain, a été étayé par Scott Galloway. Son livre, « The Four : la face cachée d'Amazon, Apple, Facebook et Google » (2017), est devenu la bible des partisans les plus acharnés du démantèlement. L'ouvrage nourrit l'idée que

ces entreprises et leurs équivalents chinois (Alibaba, Tencent, Baidu, etc.) profitent de leur puissance pour étouffer la concurrence (le cas du rachat de YouTube par Google ou de WhatsApp par Facebook), répandent de fausses nouvelles, tuent les commerces traditionnels, rivalisent d'astuces fiscales pour payer le moins d'impôts possible, concentrent des pouvoirs tels qu'ils menacent la démocratie, captent nos données personnelles pour les vendre au plus offrant, détruisent des pans entiers de l'économie. Ou s'octroient un rôle « gouvernemental » en érigeant leurs propres règles.

Le raz-de-marée Amazon

L'émergence de concurrents relève en effet de l'exploit. Quand ils ne sont pas rachetés, ils sont copiés. Snapchat, considéré un temps comme un rival potentiel de Facebook, s'est effondré en Bourse depuis que le géant a lancé son propre service sur Instagram, qui compte désormais davantage d'utilisateurs. A certains moments de la journée, à New York, Google et Netflix occupent à eux seuls 80 % du réseau internet.

Un des cas les plus emblématiques de pratiques antitrust serait Amazon, piloté par Jeff Bezos, première fortune mondiale (161 milliards de dollars), et dont le slogan est aussi simplissime qu'une profession de foi : « Le plus grand magasin du monde ». Selon Jean-Paul Crenn, fondateur du cabinet Vuca strategy, Amazon a besoin de moins de la moitié des employés nécessaires à un distributeur traditionnel pour fournir le même niveau de service. Cela signifie qu'une progression annuelle de 20 milliards de dollars implique la destruction de 50.000 emplois dans la distribution. Depuis 2008, Walmart a payé 64 milliards de dollars d'impôt. Amazon 1,4 milliard.

Et quand Jeff Bezos annonce, avec Warren Buffet et la banque JP Morgan, la création d'une structure pour assurer la couverture médicale de ses salariés, la simple diffusion du communiqué de presse provoque la chute immédiate des autres entreprises actives sur le marché de l'assurance santé. Une perte de capitalisation de 31 milliards de dollars.

Les start-up trouble-fête d'autrefois seraient ainsi devenues les anticapitalistes d'aujourd'hui. Ce qui explique pourquoi les pressions pour une intervention de l'Etat viennent de la droite comme de la gauche, de Steve Bannon, l'ancien conseiller de Donald Trump, comme de l'influente sénatrice démocrate Elizabeth Warren.

Concrètement, Scott Galloway suggère, par exemple, d'amener Facebook à se séparer d'Instagram et de WhatsApp. Ou d'isoler le réseau social de sa régie publicitaire. Google pourrait être contraint d'isoler le « search » de ses autres domaines (Gmail, Google Maps, Android, YouTube, cloud...). « Au lieu de quatre grandes entreprises, il pourrait y en avoir dix, et nous aurions un

écosystème plus riche pour stimuler à la fois la croissance de l'emploi et la valeur pour les actionnaires. »

Dépecer Zuckerberg ?

Pas de doutes, il faudrait dépecer Zuckerberg, Bezos et consorts comme autrefois Rockefeller. « Les compagnies minières et de pétrole exploitent l'environnement physique ; les sociétés de médias sociaux exploitent l'environnement social » lance ainsi, le 26 janvier 2018, George Soros au Forum économique mondial à Davos. « Les monopoles d'Internet n'ont ni la volonté ni l'envie de protéger la société contre les conséquences de leurs actions », assène le milliardaire philanthrope américain. « Ils se sont transformés en menace et c'est le rôle des autorités de régulation de protéger la société contre eux. »

Poursuivant sa flamboyante offensive, la candidate démocrate à la Maison-Blanche, Elisabeth Warren, pro-

pose, début avril, une loi qui rendrait juridiquement responsables les dirigeants des plateformes coupables de fuites de données personnelles. « Quand un criminel vous arrache votre porte-monnaie dans la rue, il va en prison. Quand les responsables de petites entreprises trompent leurs clients, ils vont en prison. Mais quand les cadres de grosses compagnies supervisent des fraudes énormes qui touchent des centaines de milliers de personnes, ils s'en tirent avec des millions de dollars de bonus », écrit-elle, menaçante, dans le *Washington Post*.

Urgence

« Amazon, Google ou Facebook doivent être traités par l'Etat comme des opérateurs routiers ou ferroviaires. Ils doivent être au service de la collectivité », lance pour sa part Barry Lynn, à la tête de l'Open Markets Institute, le plus grand think tank d'outre-Atlantique spécialisé dans les dangers des monopoles. « Ne pas réagir, c'est faire de ces intermédiaires les gestionnaires de nos vies quotidiennes. Leur démantèlement n'est pas une option. Il s'impose d'urgence. »

De rampante, cette menace est revenue sur le devant de la scène avec la nomination, en décembre 2018, du nouveau procureur général américain William Barr. En janvier 2019, lors de sa première audience, il a annoncé vouloir enquêter sur de possibles abus de position dominante par les grands réseaux sociaux.

Du côté des universitaires aussi, les juristes appellent à réécrire une législation qui n'a presque pas évolué depuis le début du XX^e siècle et donne peut-être trop d'importance aux critères du prix et de la satisfaction du consommateur. Car au regard du droit américain, il reste très difficile d'établir l'existence d'un monopole dont les effets sur les prix, l'innovation ou les consommateurs seraient nuisibles. Or, les services de Google et de Facebook sont « gratuits », ou du moins perçus comme tels selon ce pacte « faustien » qui pousse l'utilisateur à en profiter en échange de

données personnelles, valorisées ensuite grâce à la publicité.

Last but not least, Mark Zuckerberg lui-même, sans aller jusqu'à réclamer son propre démembrement, prenait tout le monde de court, le 2 avril dernier, en appelant les « gouvernements et les régulateurs à jouer un rôle plus actif ». Et ce, dans quatre domaines : l'intégrité des élections, les tentatives d'interventions étrangères dans la politique interne d'un pays, les contenus violents et haineux, et la portabilité des données.

Un pouvoir sociétal « énorme »

Démanteler ou (mieux) réguler ? Telle est finalement la vraie question. Du reste, la première option, souvent brandie comme un trophée de chasse ultrasymbolique par les partisans du dépeçage, se heurterait à une montagne de pièges juridiques. Le Sherman Antitrust Act, en près d'un siècle et demi, a pris quelques poils... Raison pour laquelle Alexandre De Streel est perplexe. « Je ne crois pas au démantèlement. Dès lors que nous sommes dans des entreprises où il y a des effets de réseau importants, séparer les firmes aura pour effet d'affaiblir les avantages du consommateur. »

« En revanche, il ne faut pas négliger le pouvoir sociétal très important de ces sociétés », poursuit l'expert. « On disait que les banques étaient "too big to fail". Je dirais que les Gafa sont "too big to rule", trop grandes pour réguler

le monde. Elles ont un pouvoir réglementaire énorme et elles sont trop fortes pour leur laisser ce pouvoir-là. Il y a un risque pour la souveraineté de l'Etat. Mais plutôt que de démanteler ces entreprises, il faut encourager l'émergence d'autres acteurs. Le marché laissé à lui-même, sans l'aide de l'Etat, n'y parviendra pas. Cela implique, notamment, d'assurer un meilleur partage des ressources, des infrastructures essentielles pour l'innovation, comme les données. Et d'assurer une interopérabilité, une compatibilité, entre les services existants et les services émergents. »

Le mythe de l'Hydre de Lerne

Réguler, c'est aussi, pour l'instant, la voie défendue à Bruxelles, loin de l'idée reçue selon laquelle on y chercherait à tout prix à « casser du Gafa ». Outre la lutte contre les fake news, l'Europe a fait figure de précurseur en imposant son Règlement général sur la protection des données (RGPD) ou en poussant l'idée d'une « taxe Gafa » pour désamorcer leurs mécanismes d'optimisation fiscale. Mais démanteler les géants de la tech n'est pas une option, a encore répété, le 29 mars à Washington, la commissaire européenne à la Concurrence, Margrethe Vestager. « Il y a un risque que, même si nous démantelons ces sociétés, elles redeviennent grosses très rapidement avec les effets de réseau », prenant l'exemple de l'Hydre de Lerne, monstre de la mytho-

logie grecque « auquel on coupe la tête et quatre repoussent ».

« Il y a aussi un débat plus fondamental », philosophe Alexandre De Streel. « Vu le rôle que Google ou Facebook ont dans nos vies, peut-on accepter que des services devenus aussi essentiels pour la société soient financés uniquement par la publicité ? Si on nous dit demain "la Communauté française a des difficultés, on va donc financer l'école par la pub", ce serait choquant. Or, en réalité, Facebook ou Google ont quasiment autant d'influence que l'école aujourd'hui. Voire plus. Il ne faut pas négliger le fait que ces entreprises sont aussi à la pointe de la recherche en matière d'intelligence artificielle et de toute une série de questions essentielles pour l'avenir de la civilisation humaine. Est-ce que l'on accepte de laisser ces questions dans les mains d'entreprises privées ? »

« C'est là que l'Europe a un vrai rôle à jouer » conclut De Streel. « Pour retrouver sa souveraineté numérique. Elle n'a juste peut-être pas tous les outils pour y arriver, car ce sont des questions qui dépassent le seul droit de la concurrence. Il faudrait peut-être songer à mettre en place un régulateur européen comparable à la FTC aux Etats-Unis, qui s'occupe non seulement des questions de concurrence mais aussi de droits des consommateurs. »

128,3 milliards

Le montant des investissements mondiaux en capital-risque au premier trimestre 2018 (chiffres KPMG) : 128,3 milliards de dollars; 47 % ont été à destination du continent américain, 44 % de l'Asie et seulement 9 % vers l'Europe.

90 %

Les chiffres de l'emprise : Google régit 90 % du marché des moteurs de recherche (Bing, Yahoo ! et Qwant se partagent les miettes), 95 % des jeunes adultes américains utilisent Facebook et 45 % des ventes en ligne aux Etats-Unis passent via Amazon (75 % des ventes de livres).